



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO CARIRI  
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS  
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO**

**PATRÍCIA OLIVEIRA PINHEIRO**

**PROCESSO DE FORMAÇÃO DO PREÇO DE VENDA: UM ESTUDO NA  
ASSOCIAÇÃO DOS ARTESÃOS DE JUAZEIRO DO NORTE**

**JUAZEIRO DO NORTE**

**2018**

**PATRÍCIA OLIVEIRA PINHEIRO**

**PROCESSO DE FORMAÇÃO DO PREÇO DE VENDA: UM ESTUDO NA  
ASSOCIAÇÃO DOS ARTESÃOS DE JUAZEIRO DO NORTE**

Monografia apresentada ao Curso de Bacharelado em Administração do Centro de Ciências Sociais Aplicadas da Universidade Federal do Cariri, como requisito parcial para obtenção do Título de Graduado em Administração.

Orientadora: Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Rebeca da Rocha Grangeiro.

**JUAZEIRO DO NORTE**

**2018**

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação  
Universidade Federal do Cariri  
Sistema de Bibliotecas

---

P654p

Pinheiro, Patrícia Oliveira.

Processo de formação do preço de venda: um estudo na Associação dos Artesãos de Juazeiro do Norte / Patrícia Oliveira Pinheiro. – 2018.

79 f.: il. color., enc. ;30 cm.

TCC (Graduação) - Universidade Federal do Cariri, Centro de Ciências Sociais Aplicadas, Curso de Administração, Juazeiro do Norte, 2018.

Orientação: Profa. Dra. Rebeca da Rocha Grangeiro.

1. Artesanato. 2. Artesão. 3. Formação de preço de venda. I. Título.

CDD 745.5

---

Bibliotecária: Fernanda Nunes de Araújo - CRB 3/1031

PATRÍCIA OLIVEIRA PINHEIRO

PROCESSO DE FORMAÇÃO DO PREÇO DE VENDA: UM ESTUDO NA  
ASSOCIAÇÃO DOS ARTESÃOS DE JUAZEIRO DO NORTE

Monografia apresentada ao Curso de Bacharelado em Administração do Centro de Ciências Sociais Aplicadas da Universidade Federal do Cariri, como requisito parcial para obtenção do Título de Graduado em Administração.

Aprovada em: 19 / 06 / 18.

BANCA EXAMINADORA

Rebeca da Rocha Grangeiro.

Professora Dra. Rebeca da Rocha Grangeiro - Orientadora  
Universidade Federal do Cariri - UFCA

Danival S. Cavalcante

Professor Me. Danival Sousa Cavalcante - Examinador  
Universidade Federal do Cariri - UFCA

Beatriz Gondim Matos

Professora Dra. Beatriz Gondim Matos - Examinadora  
Universidade Federal do Cariri - UFCA

A Deus.

Aos artesãos carienses.

## **AGRADECIMENTOS**

A Deus.

À minha família, especialmente minha mãe, Maria Vanda de Queiroz Oliveira, pelo estímulo e carinho incondicional. E ao meu irmão Cícero Wagner Oliveira Pinheiro e minha cunhada Franciele Jany da Silva Pereira Pinheiro pelo apoio.

A professora Dra. Rebeca da Rocha Grangeiro pela excelente orientação, disponibilidade, compromisso e incentivo, tornando possível a realização deste trabalho.

Aos professores participantes da banca examinadora: Danival Sousa Cavalcante e Beatriz Gondim Matos, pelas contribuições, apoio e estímulo.

A todos os professores do Curso de Bacharelado em Administração do Centro de Ciências Sociais Aplicadas da Universidade Federal do Cariri, pelos ensinamentos e dedicação profissional.

Aos artesãos associados na Associação dos Artesãos de Juazeiro do Norte, especialmente os membros entrevistados, que contribuíram imensamente com esta pesquisa.

Aos meus colegas Edna Silva, Leandro Soares e demais colegas de curso pelas trocas de conhecimento e reflexões. E ao amigo Paulo Tersio e às amigas Edilânia Silva e Yáskara Kelli, pela amizade, incentivo, conversas e risadas vivenciados durante este intenso período de estudos.

“Você pega um pedaço de madeira assim, ó isso aqui num vale nada, depois que eu finalizar você num tem coragem de jogar fora... Então eu num tô vendendo um pedaço de madeira, tô vendendo a transformação.”

Nil Morais

## RESUMO

O artesanato compreende uma atividade pouco lembrada nas teorias organizacionais (VERGARA; SILVA, 2007), mas possui significativa representatividade na geração de ocupação e renda no país (KELLER, 2014). Marcada por períodos de ascensão e declínio, tal atividade agrega significativo valor cultural, como também apresenta algumas fragilidades quanto à capacidade gerencial de alguns artesãos. Neste sentido, o objetivo da pesquisa é analisar a metodologia de formação dos preços de venda pelos artesãos da Associação dos Artesãos de Juazeiro do Norte sobre o artesanato produzido em madeira. O estudo caracteriza-se como descritivo-exploratório de natureza quantitativa e qualitativa. Os resultados alcançados por meio da coleta de dados primários, obtidos mediante aplicação de questionário em formato de entrevista semiestruturada, foram analisados segundo embasamento teórico, tendo em vista o levantamento de fontes bibliográficas. A formação do preço de venda é um assunto complexo, visto que envolve diferentes perspectivas e aplicações. Diante disso, o estudo foi orientado pelos principais critérios: custos, demanda e concorrência (CREPALDI, 2010). Evidenciou-se que o critério de custos exerce maior influência na formação dos preços de venda pelos artesãos da Associação dos Artesãos de Juazeiro do Norte sobre o artesanato produzido em madeira. É estabelecido a partir da fixação de *mark-up*, apesar de apresentar-se de maneira rudimentar. Observou-se que isto se deve ao nível de escolaridade elementar que os artesãos possuem, distanciando-os dos métodos fundamentados no conhecimento sistematizado. Nota-se que em geral os mesmos utilizam os conhecimentos práticos e a experiência obtidos ao longo do tempo dedicado à profissão.

**Palavras-Chave:** Artesanato. Artesão. Formação do preço de venda. Custos.



## ABSTRACT

Handicrafts comprise an activity little remembered in organizational theories (VERGARA; SILVA, 2007), but it has significant representativeness in the generation of occupation and income in the country (KELLER, 2014). Marked by periods of rise and decline, such activity adds significant cultural value, but also presents some weaknesses in the managerial capacity of some artisans. In this sense, the objective of the research is to analyze the methodology of formation of the sale prices by the craftsmen of the Association of Craftsmen of Juazeiro do Norte on the craftsmanship produced in wood. The study is characterized as descriptive-exploratory of a quantitative and qualitative nature. The results obtained through the collection of primary data, obtained through the application of a questionnaire in a semi-structured interview format, were analyzed according to theoretical basis, considering the collection of bibliographic sources. The formation of the selling price is a complex subject since it involves different perspectives and applications. Therefore, the study was guided by the main criteria: costs, demand and competition (CREPALDI, 2010). It was evidenced that the cost criterion exerts greater influence on the formation of sales prices by artisans of the Association of Artisans of Juazeiro do Norte on the crafts produced in wood. It is established from the *mark-up* fixation, although it presents itself in a rudimentary way. It was observed that this is due to the level of elementary schooling that artisans possess, distancing them from methods based on systematized knowledge. It is noted that in general they use the practical knowledge and experience gained over time dedicated to the profession.

**Key-words:** Crafts. Craftsman. Sales price formation. Costs.

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

FIGURA 1	Peças expostas à venda na Associação dos Artesãos de Juazeiro do Norte.....	24
FIGURA 2	Reforma no espaço da Associação dos Artesãos de Juazeiro do Norte.....	25
FIGURA 3	Público-alvo dos entrevistados.....	54
GRÁFICO 1	Distribuição de frequência do grau de escolaridade por faixa etária.....	41
GRÁFICO 2	Distribuição de frequência do tempo de profissão por faixa etária.....	42
QUADRO 1	Classificação dos custos de produção artesanal em madeira.....	46

## LISTA DE TABELAS

TABELA 1	Identificação dos artesãos entrevistados.....	40
TABELA 2	Caracterização quanto ao tempo de profissão.....	42
TABELA 3	Tempo de dedicação à atividade de artesanato.....	43
TABELA 4	Escala de frequência quanto ao processo de produção artesanal.....	47
TABELA 5	Escala de frequência para critério de custo.....	52
TABELA 6	Escala de frequência quanto à forma de comercialização.....	55
TABELA 7	Escala de frequência para critérios de demanda e concorrência..	57
TABELA 8	Principais fatores para a formação dos preços de venda dos entrevistados.....	60

## SUMÁRIO

<b>1</b>	<b>INTRODUÇÃO.....</b>	<b>12</b>
<b>2</b>	<b>O ARTESANATO.....</b>	<b>15</b>
2.1	O ARTESANATO EM JUAZEIRO DO NORTE.....	17
2.2	A ASSOCIAÇÃO DOS ARTESÃOS DE JUAZEIRO DO NORTE E O ARTESANATO EM MADEIRA.....	21
<b>3</b>	<b>FORMAÇÃO DO PREÇO DE VENDA.....</b>	<b>27</b>
3.1	FORMAÇÃO DO PREÇO DE VENDA BASEADO NOS CUSTOS.....	28
3.1.1	Classificação dos Custos e Métodos de Custeio.....	29
3.1.2	<i>Mark-up</i> .....	32
3.2	FORMAÇÃO DO PREÇO DE VENDA BASEADO NO MERCADO.....	32
3.2.1	Preços e Demanda.....	33
3.2.2	Preços e Concorrência.....	34
3.3	ESTRATÉGIAS MISTAS.....	34
<b>4</b>	<b>MÉTODO.....</b>	<b>36</b>
4.1	INSTRUMENTO.....	36
4.2	PARTICIPANTES.....	37
4.3	PROCEDIMENTOS DE COLETA E ANÁLISE DE DADOS.....	38
<b>5</b>	<b>RESULTADOS E DISCUSSÕES.....</b>	<b>39</b>
<b>6</b>	<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>62</b>
	<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>66</b>
	<b>APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO.....</b>	<b>69</b>
	<b>APÊNDICE B – TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E INFORMADO.....</b>	<b>72</b>
	<b>APÊNDICE C – FOTOGRAFIAS DAS PEÇAS DE ARTESANATO EM MADEIRA.....</b>	<b>73</b>

## 1 INTRODUÇÃO

O preço é uma importante unidade de valor, visto que está relacionado a diversos fatores, possuindo ligação direta nas relações de consumo, determinação da participação de mercado e lucratividade dos negócios (CREPALDI, 2010). Nesse sentido, o processo de formação de preços é um assunto que interessa a diversos atores por estar presente em todas as transações comerciais, sobretudo, em determinados mercados que ainda apresentam poucos estudos sobre o tema, como é o caso do artesanato no Brasil.

O artesanato é uma atividade intimamente relacionada ao processo humano de apropriação do trabalho, em que se percebeu a necessidade de criar e desenvolver artefatos para garantir sobrevivência, produzindo-os com as próprias mãos. Portanto, consiste em uma atividade predominantemente manual, caracterizada pela “possibilidade de replicação e reprodução de objetos, monumentos, marcos e resquícios da história em pequena escala” (VERGARA; SILVA, 2007, p. 34-35).

O trabalho do artesão compõe características que agregam importante valor ao seu produto, em especial a conexão com as particularidades do território ao qual pertence e a história dele. Entretanto, como afirmam Vergara e Silva (2007), apesar do artesão dominar habilidades e técnicas falta-lhe, na maioria das vezes, preocupação com conhecimento sistêmico, que fragiliza sua capacidade empresarial.

As discussões em torno de tal atividade são complexas. Apesar de ter sobrevivido ao processo de industrialização e apresentar valores que apontam sucesso e popularidade do produto artesanal, são perceptíveis as disparidades encontradas neste mercado. Também são diversas as dificuldades enfrentadas, que refletem inclusive ganhos insignificantes para muitos artesãos (KELLER, 2014).

Nesse sentido, é possível perceber que são vários os desafios encontrados nesse segmento de mercado que afetam diretamente a decisão que o artesão

precisa tomar para precificar seus produtos. Conforme observa Martins (2003), para administrar preços de venda é primordial se conhecer os custos do produto e, além disso, é necessário saber também o grau de elasticidade da demanda, preços de produtos dos concorrentes, preços de produtos substitutos, estratégias de marketing, enfim, tudo que envolve o tipo de mercado atuante.

No Brasil, o artesanato está espalhado em várias cidades e é um dos ramos que mais contribui com o desenvolvimento local (OLIVEIRA, 2009). O Sebrae (2010) em seu Termo de Referência para atuação no artesanato aponta que 64,3% dos municípios brasileiros possuem algum tipo de produção artesanal. Na região do Cariri cearense, várias cidades abrigam uma diversidade de tipologias do artesanato, dentre as quais se destaca Juazeiro do Norte, que reúne grande número de artesãos, muitos deles trabalhando em associações (OLIVEIRA, 2009).

Muitas dificuldades e ameaças que afetam o sistema de produção artesanal, entretanto, estão relacionadas a vários problemas ligados ao escasso conhecimento gerencial dos artesãos, dentre eles, é possível mencionar a dificuldade na formação de preços, cuja precariedade de conhecimentos influencia na ineficácia dos preços de seus produtos (VERGARA; SILVA, 2007).

Diante do exposto, determina-se o seguinte problema de pesquisa: qual a metodologia utilizada para a formação dos preços de venda dos artesanatos produzidos em madeira pelos artesãos cadastrados na Associação dos Artesãos de Juazeiro do Norte?

Tendo em vista o problema apontado, o presente trabalho tem como objetivo principal analisar a metodologia de precificação adotada pelos artesãos da Associação dos Artesãos de Juazeiro do Norte sobre o artesanato produzido em madeira. E os objetivos específicos pretendidos são: identificar dados sócio-ocupacionais dos artesãos pesquisados; investigar os custos de produção do artesanato em madeira pelos artesãos em estudo; classificar os custos de produção artesanal em madeira; identificar os critérios utilizados na determinação dos preços de venda sobre o artesanato produzido em madeira pelos artesãos associados.

Justifica-se o exame do processo de fixação de preço no setor artesanal como objeto deste estudo a partir de fatores como a sua importância econômica local e territorial, visto a diversidade de artesanato presente em todas as partes do território nacional, variando de acordo com a cultura de cada região. Soma-se a isso a carência de pesquisas científicas sobre artesanato na área de Estudos

Organizacionais (FARIA; SILVA, 2017). Tendência também observada em estudos voltados para a precificação de produtos oriundos do artesanato brasileiro.

Assim, a partir do presente trabalho lacunas encontradas em pesquisas sobre o artesanato na região poderão ser preenchidas, além disso, os artesãos poderão receber contribuições futuras para aprimorar a metodologia adotada e avaliar o atual processo de formação dos preços de venda de suas peças, pois como afirmam Vergara e Silva (2007, p. 35) ao tratar da atividade artesanal “é preciso investir na sua melhoria e conectar o artesão com as informações econômicas e de mercado que modelam o seu universo produtivo”.

Conforme observa Keller (2014, p. 326) “há uma relativa carência de informações sobre a atividade artesanal no Brasil e sobre seu real impacto cultural e econômico”, muito embora o trabalho artesanal tenha bastante relevância devido a sua capacidade em promover inclusão social através de geração de renda e ocupação, além de resgatar valores culturais e regionais.

Em qualquer que seja a atividade econômica, independente do porte, é desejável e necessário se ter clareza sobre a própria política de preços, isso ajudará a conhecer os próprios limites financeiros. Vale destacar que, a mais adequada definição de preço certamente contribuirá para o alcance dos resultados esperados, atendimento das exigências de mercado e, assim, por meio dos resultados obtidos será possível assegurar a continuidade das atividades desenvolvidas no longo prazo (MACHADO; MACHADO; HOLANDA, 2006).

Diante do exposto, para cumprir os objetivos delineados, este trabalho encontra-se dividido em cinco partes, além desta introdução. Nos capítulos 2 e 3 será apresentado o referencial teórico adotado, a fim de esclarecer aspectos relevantes da presente pesquisa. O capítulo 2 aborda o artesanato a partir do seu processo histórico, além de características da atividade artesanal pesquisada. E no capítulo 3, aspectos quanto à formação do preço de venda serão apresentados segundo sua orientação com base nos custos e no mercado, que implicam na escolha dos principais critérios utilizados na precificação.

O capítulo 4 compreende o método de pesquisa, cuja natureza é quantitativa e qualitativa, do tipo descritivo-exploratório com uso de dados primários, coletados por meio de pesquisa de campo. No capítulo 5 serão apresentados e discutidos os resultados obtidos por meio da coleta de dados com os artesãos entrevistados e, por último, no capítulo 6 serão tecidas as considerações finais.

## 2 O ARTESANATO

O artesanato compreende uma atividade de trabalho que atravessou séculos e está intimamente ligada ao processo evolutivo da humanidade, sobretudo, por uma de suas características principais, que independem do tempo e território: a produção manual. Conforme Chiti (2003), o trabalho de produção manual, foi concebido a partir da percepção do ser humano sobre sua necessidade em criar e desenvolver artefatos que garantissem sua sobrevivência e bem-estar individual e coletivo.

Com passar do tempo, o artesanato compreendeu tanto períodos de ascensão como de declínio. Apesar de ser um objeto de estudo pouco explorado em determinadas áreas do conhecimento científico (VERGARA; SILVA, 2007), o artesanato consiste num “fenômeno heterogêneo, complexo e diversificado” (KELLER, 2014, p. 324). Seu processo histórico, explanado a seguir, é de fundamental importância para que sejam identificados elementos que o influenciaram e definiram algumas de suas dificuldades atuais.

Segundo Martins (1973) a atividade de fabricação manual cresceu na Europa durante os séculos X, XI e XII, quando os mestres-artesãos trocavam seus produtos por produtos agrícolas e graças à importância comercial, econômica, política e social que tinha, o sistema familiar de produção manual se desenvolveu e antigas corporações ressurgiram.

Posteriormente, entre os séculos XII e XV a instituição do artesanato regulamentada pelas corporações de ofício aparece, quando os artesãos da Idade Média se organizaram a fim de suprirem as demandas da burguesia por artigos de luxo que não eram adequadamente provisionadas por feudos e mosteiros (PEREIRA, 1979).

Embora bastante antigo, a utilização da palavra artesanato teve origem bem posterior a sua realização. Originado no século XV pelos italianos a partir da palavra *artigiano* que significa artesão, o termo desdobrou-se para *artigianato* indicando o regime de trabalho do artesão somente no século XIX e no Brasil, ainda mais tarde,



a palavra artesanato começou a aparecer apenas em meados do século XX (RUGIU, 1998).

É importante destacar que embora se diferencie de arte, “desde a Idade Média, a palavra arte, em língua vulgar, referia-se às atividades de produção manual” (GRANGEIRO; SILVA JÚNIOR, 2013, p. 21).

Nesse período, as artes que eram realizadas com as mãos, incluindo as belas-artes, eram classificadas como mecânicas ou servis, distinguindo-se das artes liberais que eram de exclusividade dos doutos e por isso conquistaram uma posição superior. Manifestações pela ruptura entre as belas artes e as artes mecânicas vieram em seguida, por artistas com a justificativa de que seus trabalhos eram provenientes de operações mentais. Com isso, é possível perceber que o trabalho artesanal começou a sofrer desde classificações discriminatórias, baseado na divisão de classes, que dissocia a atividade manual da atividade intelectual, colocando seus produtores num patamar inferior de valorização profissional (PORTO ALEGRE, 1994).

Com o surgimento das indústrias, o trabalho artesanal volta a sofrer um declínio, visto que a produção em larga escala era mais vantajosa para o sistema econômico predominante. De acordo com Marx (1975 apud Keller, 2014), o avanço no modo de produção industrial capitalista potencializou o processo de desintegração das operações do artesão que dissocia o trabalho intelectual do manual. Conforme observa Keller (2014, p. 325),

[...] com o predomínio da produção em larga escala de produtos padronizados, que supre o mercado com produtos mais baratos, que vai ocorrer o declínio das oficinas artesanais. Assim, na sociedade contemporânea, a produção artesanal adquire uma natureza precária.

Nesse sentido, fica claro perceber que o artesanato abriga distinções das formas de organização tradicional, mas consiste em uma importante atividade econômica, social e cultural, que sofre ameaças e preconceitos em seus processos, padrões, controles e até no modo de comercialização.

Diante da diversidade do artesanato e das distinções nas formas de organização tradicional, o Sebrae (2004) em seu Termo de Referência estabeleceu um conjunto de classificações a fim de nivelar conceitos e nortear suas ações

estratégicas para cada categoria de artesanato, a partir de definições aceitas pela maioria das pessoas envolvidas com esta atividade.

Nessa perspectiva, os produtos artesanais são categorizados de acordo com sua origem, uso e destino, sendo a dimensão cultural do artesanato a principal característica que distingue os resultados da atividade, divididos em: Artesanato tradicional, quando se trata de artefatos mais expressivos da cultura de um determinado grupo, em geral de origem familiar ou pequenos grupos vizinhos, que representam suas tradições e estão incorporados à vida cotidiana, possuindo grande valor cultural devido ao passado transmitido de geração em geração, considerado parte integrante do uso e costumes de um grupo; Artesanato indígena, cujos objetos são produzidos em uma comunidade indígena, em geral, coletivamente e incorporado ao cotidiano da tribo; Artesanato conceitual, quando se trata de objetos produzidos por pessoas com alguma formação artística, em que a inovação é o principal elemento, distinguindo-o das demais categorias; E artesanato de referência cultural, cujos produtos resultam de uma intervenção planejada entre artistas, designers e artesãos, objetivando diversificar os produtos, sem retirar os traços culturais mais significativos (SEBRAE, 2004).

Ainda de acordo com o Termo de Referência do Sebrae (2004) o artesanato também compreende a classificação de tipologias em função da matéria-prima utilizada, de maneira que para este estudo, a madeira será a principal matéria-prima considerada para fins de delimitação sobre o tema pesquisado.

## 2.1 O ARTESANATO EM JUAZEIRO DO NORTE

A atividade artesanal no Brasil, está presente sob forma de diferentes tipos de produção em 64,3% dos seus municípios, de acordo com pesquisa realizada pelo IBGE em parceria com o Ministério da Cultura, apontada pelo Sebrae (2010) em seu Termo de Referência para atuação no artesanato. O mesmo documento compreende que tal atividade tem significativa representatividade na geração de ocupação e renda no país, cujos agentes são responsáveis por importante movimentação financeira no setor, além de promover o resgate cultural e fortalecimento da sua identidade regional.

Considerada uma das mais diversificadas do país, a produção artesanal espalhada em todo o Estado cearense é tida em algumas pequenas cidades como

principal meio de subsistência (OLIVEIRA, 2009). No Ceará, a Região Metropolitana do Cariri, – como foi instituída a partir da Lei Complementar Estadual nº 78, em 29 de junho de 2009, – distingue-se por reunir artesãos de diversas tipologias, bem como pela forte tradição que possui a atividade artesanal em seu território (GRANGEIRO, 2015).

O Cariri, que recebeu esse nome devido à tribo de índios que habitaram o local, localiza-se ao sul do Estado do Ceará, e compreende uma vantajosa área natural, graças à Chapada do Araripe. Em virtude das encostas da Chapada, a região possui características ambientais favoráveis ao clima, apesar de estar inclusa no sertão semiárido. Além disso, o Cariri também detém características especiais em função da “diversidade de manifestações culturais que preserva, sendo considerado um reduto da cultura popular nordestina” (ARAÚJO, 2006, p. 75).

É importante ressaltar, que a história do artesanato na região do Cariri não é muito conhecida, de modo geral, de maneira que as referências para embasar estudos nessa linha são comumente direcionadas a aspectos sociais históricos e religiosos da cidade. Entretanto, existem autores que são referência básica àqueles que se dedicam a esta análise, além disso, o número de estudos científicos nessa área tem crescido nos últimos anos, apesar de ainda existirem muitas lacunas a ser preenchidas (GRANGEIRO; BASTOS, 2016).

Segundo Rabello (1967), o artesanato no Cariri, originalmente, tem suas raízes nas atividades dos índios Kariris. Conforme aponta Della Cava (2014) existem indicativos de que os mesmos produziam artesanalmente os objetos para suas atividades cotidianas como cabaças, cuias e coités para armazenar alimentos, além de pratos e panelas de cerâmica, e utensílios domésticos, como o pilão. No entanto, ainda segundo Della Cava (2014), a difusão e expansão do artesanato ocorrem com o crescimento econômico da região a partir de 1890, devido à devoção ao Padre Cícero Romão Batista.

A este respeito é interessante atentar ao que Araújo (2006, p. 78) diz sobre o artesanato no Cariri:

A região é considerada um importante núcleo de produção artesanal, especialmente a cidade de Juazeiro do Norte, estando esta vocação ligada à história da cidade e à atuação do Padre Cícero, figura representativa, não só de Juazeiro do Norte, como também de todo o Nordeste brasileiro.

Dentre os nove municípios da Região Metropolitana do Cariri, a saber: Juazeiro do Norte, Crato, Barbalha, Cariri, Farias Brito, Jardim, Missão Velha, Nova Olinda e Santana do Cariri, merece destaque o município de Juazeiro do Norte, devido seu processo histórico, sua importância para a atividade do artesanato, bem como devido sua influência político-econômica exercida não apenas sobre esses municípios cearenses, como também sobre outros municípios do semiárido pernambucano, paraibano e piauiense (GRANGEIRO; SILVA JÚNIOR, 2013).

Juazeiro do Norte faz divisa com os seguintes municípios: ao Sul, Crato, Barbalha e Missão Velha; ao Leste, Missão Velha e Cariri; ao Norte, Cariri; e a Oeste, Crato. E juntamente com os municípios vizinhos Crato e Barbalha formam o chamado Triângulo CRA-JU-BAR, “um dos pólos de desenvolvimento do Estado do Ceará – considerado um centro de referência, no qual se verificam a maior concentração populacional e o principal eixo econômico da região sul do Estado” (ARAÚJO, 2006, p. 76).

Dados mais recentes, ainda apontam Juazeiro do Norte como um dos maiores contingentes populacional do Estado do Ceará, e segundo IPECE (2010) o município está entre os cinco com maiores taxas de urbanização. Atualmente, Juazeiro do Norte compreende uma população estimada em 270.383 pessoas (IBGE, 2017) e também está entre os cinco municípios que obtiveram os maiores PIB, segundo dados do IPECE (2015).

Nesse momento, vale ressaltar que, apesar da dificuldade em narrar a história do município de Juazeiro do Norte, devido sua origem não estar inteiramente definida na literatura (GRANGEIRO; SILVA JÚNIOR, 2013), é de fundamental importância atentar aos principais elementos do seu processo de formação histórica, uma vez que estes fatores repercutem diretamente sobre os valores e comportamentos de seu povo, logo, sobre sua identidade e cultura, cujas expressões materiais e imateriais podem ser visualizadas nas relações produtivas e sociais, como, por exemplo, através do trabalho dos artesãos.

Conforme observa Novaes (2011, p. 66),

[...] é de total importância debruçar-se sobre o processo de formação histórica de um determinado grupo para que se compreendam as razões mais íntimas em algumas atitudes, seus valores e sua forma de lidar com determinadas coisas da atualidade.

É comum aos pesquisadores esbarrarem sobre a dificuldade em narrar a história de Juazeiro do Norte, pois como também afirma Novaes (2011) existem várias maneiras de contá-la, sendo que duas delas são as mais utilizadas: a primeira é a forma rigorosamente relacionada à presença e atitudes do Padre Cícero, e a segunda através da história da família Bezerra e a colonização do território cearense. O que não significa dizer que uma exclua a outra.

De modo geral, independente da maneira que a história é contada, alguns fatos estão presentes na maioria delas, como é o caso da importante contribuição dada pelo Padre Cícero para o desenvolvimento da atividade artesanal em Juazeiro do Norte e região.

A fazenda Tabuleiro Grande, como era conhecida, pertencia à Leandro Bezerra Monteiro e deu origem ao sítio Juazeiro (NOBRE, 2010). Recebeu esse nome em função dos pés de juá ali encontrados, mas tal propriedade foi dada ao padre Pedro Ribeiro de Carvalho, parente próximo do Brigadeiro Leandro Bezerra Monteiro, após ter voltado do seminário de Olinda e ter passado como substituto por igrejas pertencentes à paróquia do Crato (NOVAES, 2011). Depois de ter se estabelecido no sítio, Padre Pedro Ribeiro de Carvalho foi responsável pela construção da Igreja de Nossa Senhora das Dores, em 1827, no povoado (NOBRE, 2010).

Diante disso, alguns autores divergem entre si, sobre quem de fato foi o fundador de Juazeiro do Norte. A este respeito, Walker (2010, p. 32) afirma que

Quando se diz que Padre Cícero é o fundador de Juazeiro devemos entender que ele foi o fundador, na realidade, do município e posteriormente da cidade de Juazeiro do Norte. A povoação chamada de Juazeiro (ou sítio Juazeiro) já existia quando ele chegou aqui. Há divergências entre os autores sobre quem realmente foi o fundador da povoação de Juazeiro: para uns, foi o brigadeiro Leandro Bezerra Monteiro; para outros, o padre Pedro Ribeiro de Carvalho, o primeiro capelão do povoado.

Padre Cícero Romão Batista fixou residência em Juazeiro em 1872, e no mesmo ano foi nomeado capelão da Capela de Nossa Senhora das Dores, iniciando um dedicado trabalho de catequização e orientação para o trabalho (GRANGEIRO; SILVA JÚNIOR, 2013).

Segundo Rabello (1967), os moradores do povoado eram aconselhados pelo padre a fazerem de suas casas um altar e uma oficina. Eram incentivados a não

depender unicamente do trabalho rural e a procurar outras atividades econômicas de sustento. Tais ações, pautadas no trabalho e fé foram determinantes para o desenvolvimento de diversos aspectos, religiosos, políticos, econômicos e sociais, de Juazeiro e da região. A partir daí, o trabalho artesanal começou a ser estabelecido como atividade econômica de subsistência na região.

Em 1º de maio de 1889, um fato marcou profundamente a história de Juazeiro do Norte, quando a hóstia recebida pela devota Maria de Araújo se transformou em sangue publicamente, durante a missa celebrada pelo Padre Cícero, dando origem ao conhecido “milagre de Juazeiro”. Tal acontecimento começou a atrair diversos migrantes e muitos fiéis, constituindo um crescimento populacional e as primeiras romarias (ARAÚJO, 2006).

Tudo isso impulsionou as atividades artesanais, dando início à produção de objetos de culto religioso, além dos produtos que já estavam sendo desenvolvidos (RABELLO, 1967).

Dessa maneira, o trabalho artesanal outrora dedicado apenas para produção de objetos necessários ao uso cotidiano, passava para um novo contexto e o trabalho artesanal voltava-se para a produção de artigos a serem comercializados, ganhando valor econômico e compreendendo geração de renda (DELLA CAVA, 2014).

## 2.2 A ASSOCIAÇÃO DOS ARTESÃOS DE JUAZEIRO DO NORTE E O ARTESANATO EM MADEIRA

A atividade artesanal vivenciou um forte período de ascensão em Juazeiro do Norte e região graças aos incentivos do Padre Cícero. A propagação da produção artística cruzou fronteiras e diversos produtos artesanais conquistaram espaço no mercado (OLIVEIRA, 2009).

Segundo Oliveira (2009, p. 47)

Dentre os setores que receberam incentivos do Padre Cícero, destaca-se o setor de artesanato em madeira com a produção de bens simbólicos. Foi esculpindo na madeira que Mestre Noza se transformou no mais importante mestre do artesanato do interior do Ceará. Dentre as esculturas esculpidas por ele, destaca-se como mais importante a imagem do Padre Cícero.

Nascido em 1897, Inocêncio da Costa Nick, conhecido como Mestre Noza, é natural de Pernambuco, mas em 1912, instalou-se em Juazeiro do Norte e, anos depois, tornou-se conhecido como artista popular, escultor e xilogravurista (OLIVEIRA, 2009). Convém destacar, um importante fato que marcou sua trajetória e o levou ao mercado internacional, foi quando Mestre Noza gravou a “Via Sacra” e sua produção de xilogravura foi editada em Paris, expandindo sua carreira de maneira mais ampla (PORTO ALEGRE, 1994).

Dada tamanha relevância do talentoso mestre popular, o nome do artista como era conhecido intitulou o Centro de Cultura Popular Mestre Noza, localizado no município de Juazeiro do Norte, onde também se localiza a Associação dos Artesãos de Juazeiro do Norte, e a madeira está entre as tipologias de artesanato, mais utilizada pelos artesãos de lá (NOVAES, 2011).

Os artefatos produzidos utilizando a madeira como matéria-prima por tais artesãos são diversos, pois produzem peças que remetem ao território que pertencem, seus costumes e singularidades, consistindo na produção de santos e do Padre Cícero, personalidades do Nordeste, artigos religiosos e de recordação, animais de diferentes tipos e formas, esculturas, instrumentos musicais, brinquedos populares, entre outros (OLIVEIRA, 2009). Além disso, de acordo com Novaes (2011, p. 100), “sua grande maioria, não chegou a trabalhar muito com outra madeira que não fosse a umburana”, isso porque, segundo o mesmo autor,

A umburana é uma madeira mole de talhar, mais resistente a adversidades climáticas. Leve de manusear, mas não tanto, esbranquiçada em sua grande maioria, aceita cores, se pintada. E há ainda o fator primordial: a umburana é permitida por lei, enquanto outras madeiras, consideradas nobres, como o cedro, são fiscalizadas com rigidez pela Secretaria do Meio Ambiente (SEMAM) do Estado do Ceará. Embora haja fiscalização, não impede que vez por outra seja trabalhada alguma peça em cedro ou outro tipo de madeira mais nobre. Segundo os artistas, o caso não é a lei é o preço destas madeiras (NOVAES, 2011, p. 100).

A este respeito, convém destacar alguns desafios que, artesãos que produzem artesanato em madeira estão sujeitos a enfrentar em relação ao acesso à matéria-prima e, conseqüentemente, à continuidade de sua atividade produtiva, como a extinção da madeira utilizada, inacessibilidade no ambiente onde vivem e até mesmo a inacessibilidade de aquisição, seja por eventual determinação por lei, decisão por parte de fornecedor, ou por incapacidade de compra (GRANGEIRO, 2015).

Estes são alguns dos desafios que os artesãos estão sujeitos a enfrentar. Na realidade, o setor de produção artesanal em Juazeiro do Norte, em termos gerais, não tem vivido um tempo próspero nos últimos anos. Tal setor vem perdendo sua centralidade econômica no município, até tornar-se, nos anos 2000, uma atividade marginal que não aparece no cálculo do PIB Municipal devido baixa participação no mesmo (GRANGEIRO; SILVA JÚNIOR, 2013). Dentre os principais fatores que contribuem com essa situação, Novaes (2011) atribui isso à substituição dos produtos artesanais por produtos industrializados. Cabe expor também que, o interesse pelo artesanato produzido em Juazeiro do Norte tem sido maior pelos turistas que visitam a cidade, do que pelos seus próprios habitantes (VITORIANO, 2004).

Nesse sentido, as associações em geral apresentam-se como importante alternativa para superar obstáculos como os que foram citados. O associativismo compreende a formação de pequenos grupos, a fim de constituir força como alternativa econômica, que permite discussões coletivas, visto que seu papel consiste em romper paradigmas de individualismo e competitividade (BRAMBATTI; NITSCHKE, 2018).

Conforme observa Oliveira (2009), esse tipo de arranjo produtivo local tende a desenvolver ambientes de interação, cooperação e processos de aprendizagem e inovação, além das ações públicas e privadas que podem ser desenvolvidas a fim de minimizar dificuldades e ultrapassar barreiras no setor.

Em resultado de ações desenvolvidas pela FUNARTE<sup>1</sup> foi criada em 1985, a Associação dos Artesãos de Juazeiro do Norte, estabelecida como entidade de apoio ao artesão tradicional para tratar da questão de aquisição e distribuição da matéria-prima e gerenciar as vendas diretas da produção, favorecendo o escoamento das produções além de viabilizar aumento na renda (FUNARTE, 1985/1986).

A Associação dos Artesãos de Juazeiro do Norte está situada no tradicional centro comercial da cidade e desde sua inauguração ocupa um prédio considerado herança arquitetônica, que durante anos funcionou a cadeia pública municipal e

---

<sup>1</sup> A Fundação Nacional de Arte – FUNARTE foi criada em 1976, objetivando firmar programas de ação sob a perspectiva das manifestações artísticas culturais, a fim de preservar e ampliar espaços conquistados. Atualmente é o órgão Governo Federal vinculada ao Ministério da Cultura, responsável pelo desenvolvimento de políticas públicas de fomento às artes visuais, à música, ao teatro, à dança e ao circo. Tem sede no Rio de Janeiro, mas atua em todo território nacional.



quartel da Polícia Militar do Estado do Ceará, cedida atualmente como local para produção de artesãos associados e para comercialização de seus produtos; local onde também está presente o Centro de Cultura Popular Mestre Noza (NOVAES, 2011). Estas instalações podem ser visualizadas na Figura 1.

**Figura 1** – Peças expostas à venda na Associação dos Artesãos de Juazeiro do Norte



Fonte: Arquivo pessoal (2018).

Segundo Oliveira (2009) a compra semanal de produtos dos artesãos pela associação para revenda aos lojistas e consumidores finais representa uma vantagem aos associados, além de garantir dessa forma que o lucro obtido com a venda das peças seja reinvestido na produção, como a aquisição de matéria-prima, cada vez mais rara e atualmente trazida do Estado do Pernambuco. No entanto, o escoamento da produção não tem sido o esperado, dificultando o processo devido impedimentos financeiros (OLIVEIRA, 2009).

Outra fragilidade enfrentada pelos artesãos associados, importante a ser mencionada, ocasionada pela falta de escoamento da produção aliada à outras questões, como por exemplo, o próprio espaço físico para exposição, é o acúmulo

de peças que acabam ficando expostas ao sol, chuva, poeira, entre outros fatores, como até mesmo o manuseio descuidado, implicando em má conservação de muitas peças (NOVAES, 2011).

Diante disso, desde Fevereiro de 2017 estava sendo discutido pelos secretários de cultura de Juazeiro do Norte e do Estado do Ceará, um projeto<sup>2</sup> junto ao Governo Federal, para a reforma do prédio do Centro de Cultura Popular Mestre Noza e da Associação dos Artesãos de Juazeiro do Norte. Tal reforma foi iniciada, conforme pode ser verificado na Figura 2.

**Figura 2** – Reforma no espaço da Associação dos Artesãos de Juazeiro do Norte



Fonte: Arquivo pessoal (2018).

A reestruturação do ambiente da associação é uma melhoria necessária para preservação do acervo cultural existente no local, bem como soluções para contribuir com a conservação da matéria-prima, exposição e comercialização das

---

<sup>2</sup> Prefeitura Municipal de Juazeiro do Norte. Disponível em <<http://www.juazeiro.ce.gov.br/Imprensa/Noticias/2017-02-13-Reforma-do-Centro-de-Cultura-Mestre-Noza-e-debatida-por-secretarios-e-artesaos-2476/>>. Acesso em: 29 Mar. 2018

obras. Recentemente o projeto foi aprovado<sup>3</sup> e as peças serão transportadas para outro espaço temporariamente por seis meses, como está prevista a duração da reforma. Assim, com o local reformado, espera-se o alcance de mais benefícios para os artesãos associados e suas produções.

Tendo apresentado os elementos fundamentais quanto ao artesanato para esta pesquisa, no capítulo subsequente será exposto o embasamento teórico referente ao processo de formação de preço e seus aspectos, como classificação de custos, métodos de custeio, e principais critérios que norteiam a fixação do preço de venda.

---

<sup>3</sup> Diário Oficial do Município. Disponível em <<https://www.juazeiro.ce.gov.br/Imprensa/Diario-Oficial/Num4682-14022018/>>. Acesso em: 29 Mar. 2018

### **3 FORMAÇÃO DO PREÇO DE VENDA**

A definição de preços é um assunto complexo, abordado em diversas áreas, entre elas, Administração Financeira, Contabilidade, Marketing e Microeconomia, pois envolve diferentes perspectivas e aplicações (MACHADO; MACHADO; HOLANDA, 2006).

Segundo Crepaldi (2010) o preço é um dos mais importantes indicadores de valor daquilo que é entregue ao cliente, cuja expressão dos benefícios é traduzida em valor monetário, como em qualquer relação econômica. O preço está ainda entre os principais componentes do composto mercadológico, e caso não seja devidamente ajustado, coloca em risco todos os demais componentes da estratégia de marketing (CREPALDI, 2010).

Segundo Machado, Machado e Holanda (2006), a determinação do preço de venda de um produto e/ou serviço envolve um conjunto de informações e esforços, visto que o preço recebe influências do mercado, da capacidade dos consumidores o adquirirem, bem como de exigências na oferta, entre outros. Além disso, é necessário que os preços de venda sejam capazes de cobrir todos os custos e despesas, e ainda gerar receita acima dos custos para atividades com fins lucrativos.

Dessa maneira, é possível perceber que o processo de formação de preço não é tarefa tão simples e depende da atividade e mercado que está inserido.

Para Santos e Martins (2012), o preço de venda deve ser fixado entre um valor mínimo e um valor máximo, semelhante aos preços concorrentes, cujo preço mínimo deve ser capaz de cobrir os custos totais e ainda oferecer uma margem de lucro que proporcione remuneração do capital investido, e o preço máximo não deve ultrapassar o teto do valor percebido pelo consumidor, do contrário não haverá disposição aquisitiva.

O objetivo principal da decisão de preços, portanto, é a criação de valor àquele que faz o investimento e espera determinado retorno, sem descartar a

possibilidade de outros objetivos estarem relacionados, como a expansão de vendas, crescimento de mercado, desvio da concorrência, garantia de sobrevivência, entre outros (PADOVEZE, 2006).

Dessa forma, é de fundamental importância o desenvolvimento de ferramentas gerenciais que permitam agilidade e aperfeiçoamento quanto ao processo decisório de definição dos preços de venda, pois como afirmam Santos e Martins (2012), quando se possui um sistema de informações bem definido, fortalece-se o negócio e suas expectativas de vida aumentam. E ainda quanto mais estruturadas as informações estiverem, melhores serão as condições para a tomada de decisão, sendo esta em relação ao preço do produto, ou em qualquer situação que demande base de dados.

Nesse sentido, de acordo com Martins (2003), para calcular preços o ponto inicial está no custo do bem ou serviço apurado, segundo o método de custeio adotado. Para o autor, o sistema de custos deve produzir informações necessárias e consistentes segundo a política da empresa, podendo os preços ser fixados com base nos custos, no mercado ou numa combinação de ambos.

A este respeito Crepaldi (2010, p.360) afirma que, “os métodos de fixação de preços são geralmente classificados com base em três critérios: custo; demanda; concorrência”. Dessa maneira, tais critérios deverão nortear o presente estudo, cuja explanação se dará nas subseções a seguir.

### 3.1 FORMAÇÃO DO PREÇO DE VENDA BASEADO NOS CUSTOS

A formação de preços de venda baseada nos custos compreende um método em que os custos são utilizados como base para a precificação. Conforme afirma Padoveze (2006), essa abordagem parte do princípio de que o mercado está disposto a admitir os preços de venda estabelecidos pela empresa. No entanto, “este método ignora fatores do mercado, como a sensibilidade dos consumidores ao preço e os preços da concorrência e de produtos substitutos” (CREPALDI, 2010, p. 360), restringindo sua viabilidade, uma vez que o ambiente empresarial atual é cada vez mais competitivo. Ainda, o preço pode estar mais relacionado com fatores externos do que propriamente com seus custos (OLIVEIRA; PEREZ JR., 2009). Contudo, a sistematização e o conhecimento sobre os custos são imprescindíveis,

visto que através deles é possível obter parâmetros ou mesmo um padrão de referência para realizar análises comparativas (PADOVEZE, 2006).

Antes da revolução industrial, praticamente só existiam empresas comerciais que vendiam os produtos prontos adquiridos de artesãos, por isso, era utilizada apenas a contabilidade financeira, basicamente para avaliação do patrimônio e apuração do resultado do período. Com o desenvolvimento das empresas industriais, surgiu a contabilidade de custos integrando importante papel no sistema de informações gerenciais (BORNIA, 2002).

A Contabilidade de Custos, portanto, faz parte da Contabilidade Gerencial, que apesar de inicialmente ter se preocupado apenas com a resolução de problemas de mensuração monetária dos estoques e do resultado, tornou-se um instrumento gerencial (CREPALDI, 2010).

Dada a evolução do modelo industrial, o uso da contabilidade de custos ganhou importância no auxílio gerencial e não mais apenas para determinação contábil do resultado do período. Os sistemas de custos passaram a ajudar a gerência da empresa no auxílio de controles, indicando a ocorrência de problemas ou situações não previstas através de comparações, padrões e orçamentos, e nas tomadas de decisões, com fornecimento de subsídios aos diversos processos decisórios importantes à administração das empresas (BORNIA, 2002).

A mensuração de custos dos produtos e serviços é, portanto, fundamental para a gestão financeira empresarial, visto a necessidade em saber quais os gastos que devem fazer parte da apuração do custo unitário dos produtos e serviços finais (PADOVEZE, 2006).

### 3.1.1 Classificação dos Custos e Métodos de Custeio

Segundo Padoveze (2006), os gastos não podem ser tratados de uma única forma, mas também não devem ser considerados de maneira individualizada, por isso o processo de classificação dos custos tem o objetivo de agrupá-los em determinadas classes, a fim de facilitar na administração, apuração, análise e tomadas de decisão, cabendo ao administrador escolher o modelo mais adequado conforme suas exigências e limitações.

Os custos e despesas classificam-se de duas maneiras, a saber, “quanto ao objeto a ser custeado: custos diretos e indiretos; e quanto ao volume de produção ou venda: custos fixos e variáveis” (PADOVEZE, 2006, p. 40).

Na contabilidade, os gastos com o processo de fabricação são tidos como custos e os gastos com a área administrativa e comercial representam as despesas, de forma que poderão incorrer tanto custos e despesas fixas, como custos e despesas variáveis (MARTINS, 2003).

Os custos são variáveis quando sofrem variação conforme o volume de produção, enquanto os fixos não variam com alteração do volume. Os custos diretos são aqueles que podem ser medidos, identificados no produto de forma clara ou visualizados na relação com os insumos. Já os custos indiretos são todos os gastos que não podem ser alocados diretamente aos produtos, precisando de critérios de distribuição, mais conhecido como rateio. A partir dessa classificação dos custos e da definição dos gastos, é que se pode definir o método de custeio, determinando todos os demais fundamentos e processos decisórios da empresa (PADOVEZE, 2006).

Vale destacar que o tratamento dado aos custos fixos é determinado de acordo com o método de custeio utilizado (BORNIA, 2002). O método de custeio ou custeamento, por sua vez, define a forma de apropriação dos custos, em outras palavras, define a maneira pela qual deve proceder a acumulação e apuração dos custos, podendo ser classificado em duas opções gerais: método de custeio por absorção; ou método de custeio variável ou direto (CREPALDI, 2010).

No método de custeio por absorção todos os custos de produção, fixos, variáveis, diretos ou indiretos, devem ser incluídos no custo do produto. Já no método de custeio variável os custos fixos tem o mesmo tratamento que as despesas, uma vez que não sofrem variações proporcionais ao volume de produção e por isso são separados e considerados como despesas do período, deduzidos diretamente no resultado (MARTINS, 2003).

Dessa maneira, o custeio por absorção nem sempre é um método muito utilizado para tomada de decisão, devido principalmente ao fato de que os custos fixos irão existir independentemente da produção ou não, bem como do aumento ou da redução em certa quantidade fabricada, de determinado produto. Além disso, os custos fixos também podem ser analisados como encargos necessários para poder produzir e serem distribuídos por meio de critérios de rateio, envolvendo assim

arbitrariedade de alguma forma. E ainda, o valor do custo fixo por unidade sempre irá variar conforme o volume de produção, ou até variar em função da quantidade produzida de outro produto (CREPALDI, 2010).

Apesar disso, a definição de preços a partir do custeio por absorção toma como base os custos totais de produção, despesas administrativas, comerciais e financeiras e a margem almejada (PADOVEZE, 2006) Por isso, segundo Lazier (2011, p. 79), “pode-se dizer que esta técnica assegura a recuperação total dos custos, bem como a obtenção da margem desejada”, e ainda está em conformidade com os princípios contábeis e com a demonstração de resultados tradicional.

Já na definição de preços com base no custeio variável o valor básico de referência segundo Padoveze (2006, p. 312), “são os custos diretos ou variáveis, mais as despesas variáveis do produto que possam ser identificadas”. Depois disso, é que deve ser aplicada uma margem, capaz de cobrir a rentabilidade desejada, bem como os custos e despesas fixas. Dessa forma, para Lazier (2011, p. 80) “a empresa tem mais liberdade em descobrir como maximizar os lucros por meio da análise custo/volume/lucro”.

Por essas razões, o custeio variável é geralmente mais utilizado para efeitos internos da organização, uma vez que apesar de não ser aceito pelas autoridades fiscais, oferece mais vantagens para momentos de tomada de decisão, como é o caso da formação de preço de venda (CREPALDI, 2010).

Convém destacar ainda que, segundo Padoveze (2006), eventualmente, os esforços produtivos podem possuir maior representatividade na fabricação de determinados produtos, assim a definição dos preços de venda nesses casos pode levar em consideração apenas os valores gastos no custo de transformação do produto, ou seja, a mão de obra direta e os custos indiretos de fabricação, excetuando-se a matéria-prima e os materiais diretos.

Em suma, a definição dos preços de venda orientada pelos custos pode ser realizada a partir de qualquer um dos métodos de custeio. Conforme Lazier (2011), nesse tipo de sistema existem estratégias de precificação que acrescentam uma margem aos custos identificados, sendo comum a utilização do *mark-up*, que será melhor explorada na subseção seguinte.



### 3.1.2 *Mark-up*

Para Lazier (2011, p. 81) “qualquer que seja o método escolhido, todos devem considerar no cálculo do preço de venda uma margem conhecida como *mark-up*”. O *mark-up* está entre os elementos mais utilizados nas estratégias baseadas em custos e consiste no valor que é acrescentado ao custo do produto para definir o preço de venda final (CREPALPI, 2010).

De acordo com Padoveze (2006), o *mark-up* é utilizado como um fator de multiplicação aplicado sobre o custo dos produtos, para indicar qual deve ser o preço de venda de forma rápida, e deve ser estimada a fim de cobrir despesas, margem de lucro e impostos. Dessa forma, o *mark-up* irá variar conforme a base de custo escolhida a partir do método de custeio.

## 3.2 FORMAÇÃO DO PREÇO DE VENDA BASEADO NO MERCADO

A formação do preço de venda baseada no mercado compreende dois critérios fundamentais: demanda e concorrência. Segundo Martins (2003), embora as informações de custo sejam necessárias, não são suficientes para administrar preços de venda, visto que outros elementos como elasticidade da demanda, preços de produtos concorrentes e substitutos, estratégias de marketing também exercem influência sobre o preço, conforme o tipo de mercado onde estiver atuando.

De acordo com Padoveze (2006) as influências do mercado podem ser dadas por meio da oferta e da procura, segundo a teoria econômica. Nestes casos, seria praticamente desnecessário o cálculo dos custos para a formação do preço de venda, visto que o preço de mercado já indicaria o valor máximo disposto a ser pago por um produto.

A este respeito, Crepaldi (2010, p. 362) observa que “cobrar aquilo que o mercado pode pagar é um sistema de preços baseado estritamente na demanda”. Portanto, para o método baseado nas características do mercado, é necessário profundo conhecimento do mesmo, visto que o preço poderá ser estabelecido tendo como base o valor percebido do produto pelo mercado consumidor. Tal método permite ainda que seja decidido “se o produto será vendido a um preço mais alto, atraindo as classes economicamente mais elevadas, ou a um preço popular,

atendendo as camadas mais pobres” (MACHADO; MACHADO; HOLANDA, 2006, p. 5).

A presença ou ausência de concorrentes também poderá influenciar as decisões do preço de venda. Segundo Crepaldi (2010, p. 363) “as decisões baseadas nesse critério geralmente estão condicionadas aos movimentos que a concorrência poderá fazer, caso se sinta ameaçada”.

Nesse sentido, convém destacar que em ambos os critérios, demanda e concorrência, as decisões de preço ignoram o custo no processo, porém o tipo de produto apresenta decisiva relevância, visto que através dele haverá esforços para implantar na mente dos clientes, os benefícios e a diferenciação de tal objeto a ser comercializado (KOTLER, 1999).

A abordagem sobre formação do preço de venda baseada nos critérios da demanda e concorrência será mais detalhada nas subseções seguintes.

### 3.2.1 Preços e Demanda

Preços baseados na demanda ocorrem quando os produtos são bastante procurados, devido o valor que possuem aos olhos dos consumidores. Nesse sentido, Crepaldi (2010) apresenta três diferentes estratégias que podem ser utilizadas de acordo com os objetivos de uma empresa ao fixar os preços de venda de seus produtos baseados neste critério: Preço de penetração ou preço baixo; Preço de paridade; e *Skimming* ou *premium*.

O preço de penetração geralmente é utilizado quando o objetivo é lançar um produto novo, enquanto o preço baixo trata-se de um produto já existente, mas com o mesmo objetivo, oferecer um benefício imediato ao comprador a partir do preço abaixo do mercado (CREPALDI, 2010).

De acordo com Crepaldi (2010) preços de paridade são aqueles equivalentes ao preço médio cobrado no mercado, cujo produto compreende um diferencial, motivando sua aquisição ao ser oferecido por um preço equivalente ao preço médio.

Finalmente a estratégia denominada *skimming*, para o caso de um novo produto, ou *premium*, para produtos já existentes, compreende a fixação do preço de venda no valor mais alto do mercado, diante de um fator percebido pelo cliente, que o leve a pagar mais por isso (CREPALDI, 2010).

Nessa perspectiva, conforme aponta Lazier (2011), o valor percebido pelo cliente é um método orientado pela demanda bastante difundido por outros autores, cujo valor é transformado em expressão numérica, levando a fixação do preço de venda ser estabelecida no valor máximo que o cliente esteja disposto a pagar.

### 3.2.2 Preços e Concorrência

A fixação do preço de venda orientada pela concorrência reflete a ação e reação entre concorrentes de acordo com o segmento de mercado. Segundo Lazier (2011) em um mercado de concorrência perfeita todos os concorrentes praticam o mesmo preço devido características do ramo ou mesmo devido a costumes por um preço tradicional, em que os compradores não percebem diferenças entre os diferentes produtos vendidos. Neste caso a marca, por exemplo, não exerce influência na decisão de compra.

Entretanto, em situações em que há um líder de preços no segmento de mercado, este normalmente fixa o preço em seus produtos e seus concorrentes acompanham, restando competir baseado em estratégias de produto, promoção e distribuição (CREPALDI, 2010).

### 3.3 ESTRATÉGIAS MISTAS

Uma adequada fixação do preço de venda é tarefa que requer o conhecimento de diversos elementos, tanto sobre custos como sobre o mercado atuante. Nesse sentido, estabelecer o critério a ser seguido é fundamental para a decisão sobre o método a ser adotado. Entretanto, a utilização de um dos critérios não exclui a utilização dos demais (CREPALDI, 2010).

Conforme observa Martins (2003) os preços podem não apenas ser fixados com base no custo ou apenas com base no mercado, mas também numa combinação de ambos. Machado, Machado e Holanda (2006) também apontam que o método misto consiste numa combinação dos critérios.

Convém destacar que o preço de venda de um produto nem sempre é formado para o consumidor final, de maneira que o produto poderá ainda ter mais acréscimo de margem de lucro, tornando o preço mais alto. Nesse sentido, para Crepaldi (2010) as estratégias geralmente são baseadas inicialmente nos custos, a

fim de que sejam estabelecidos valores de retorno e sejam conhecidos os valores mínimos para fixar os preços, em seguida as estratégias baseadas na demanda e na concorrência darão o balizamento final para a conclusão da formação do preço de venda.

Na seção a seguir, serão apresentados os procedimentos metodológicos adotados para o alcance dos objetivos da presente pesquisa.

## 4 MÉTODO

Com a finalidade de alcançar os objetivos apresentados, o presente estudo se caracteriza como uma pesquisa de natureza quantitativa e qualitativa, com uso de dados primários coletados por meio de pesquisa de campo, e uso de fontes bibliográficas, levantados durante embasamento teórico.

De acordo com Appolinário (2009) a natureza da pesquisa está baseada conforme suas características, sendo qualitativa quando esta pressupõe a coleta dos dados partindo de interações sociais do pesquisador com o fenômeno pesquisado e sua análise é feita a partir da capacidade do próprio pesquisador interpretar os fatos e lhe dar sentido. Na pesquisa quantitativa não há preocupação com exceções, mas com a generalização, uma vez que pressupõe a mensuração de variáveis predeterminadas, tendo em vista sua influência sobre outras variáveis.

A pesquisa é do tipo descritivo-exploratório, uma vez que envolve levantamento ordenado de informações variadas, visando o aprimoramento de ideias e o relato de características e comportamentos, além disso, por meio dela busca-se descrever uma realidade, mas sem nela interferir (APPOLINÁRIO, 2009).

### 4.1 INSTRUMENTO

Para realizar o levantamento dos dados, optou-se pela aplicação de questionário com intuito de levantar informações que garantam o alcance dos objetivos propostos neste estudo, além de promover integração com o referencial teórico desenvolvido. Dessa maneira, o questionário foi elaborado com perguntas de múltipla escolha e dissertativas, a fim de identificar os critérios que orientam na metodologia utilizada pelos artesãos para formação dos preços de venda de seus produtos.

Este questionário foi organizado em quatro etapas, na primeira buscaram-se informações de identificação do artesão (sexo, idade, escolaridade, tempo de

trabalho com artesanato); a segunda compreende o levantamento de informações relativas à organização do trabalho e da capacidade produtiva e gerencial dos artesãos (tempo dedicado ao trabalho, matéria-prima utilizada, quantidade de peças produzidas e vendidas); a terceira etapa compreende questões dissertativas, tendo em vista deixar os artesãos livres para indicar outras possíveis estratégias na formulação do preço; na quarta etapa foi proposta uma escala tipo Likert, contendo afirmativas que pudessem indicar os diferentes critérios de formação de preço, além de indicar aspectos relativos ao processo de produção e venda que influenciam nas escolhas de precificação do produto final.

Uma vez que este estudo sobre formação de preço de objetos artesanais é inovador, optou-se pela utilização de questões dissertativas por acreditar que elas dariam margem para respostas inesperadas e que fogem do padrão de formação de preços de produtos e serviços já consolidados na literatura científica.

## 4.2 PARTICIPANTES

Os sujeitos da presente pesquisa consistem em artesãos que estão associados na Associação dos Artesãos de Juazeiro do Norte, e utilizam a madeira como matéria-prima na confecção de suas peças.

De acordo com o atual presidente da Associação dos Artesãos de Juazeiro do Norte, no momento estão associados 114 artesãos de diferentes tipologias, sendo 48 da tipologia madeira, que residem em Juazeiro do Norte e municípios vizinhos.

Grande parte dos artesãos associados não utiliza o espaço da Associação para realizar suas atividades produtivas, como foi possível perceber durante a coleta de dados na pesquisa de campo, sendo necessário até mesmo realizar visitas nas residências de alguns dos artesãos, para ampliar a amostra de sujeitos para coleta de dados. Assim, em virtude da desatualização cadastral dos artesãos na Associação, além de dificuldades relacionadas à identificação e localização destes, não foi possível entrevistar toda a população. Ao todo, foram entrevistados 43 artesãos associados que produzem artesanato em madeira. Assim, pode-se considerar que a amostra é estatisticamente significativa para as análises quantitativas e qualitativas desta pesquisa.

É importante destacar que, dos 43 entrevistados dois casais de artesãos produzem sempre suas peças em conjunto em todas as etapas do trabalho, de

maneira pré-estabelecida, chegando a possuir uma única assinatura para as peças com as iniciais dos seus nomes. Logo seus preços também são formados em conjunto, diferindo dos demais artesãos, inclusive de outros casais, cujas peças são produzidas e assinadas individualmente.

#### 4.3 PROCEDIMENTOS DE COLETA E ANÁLISE DE DADOS

Os dados foram levantados por meio de coleta de dados primários, através de questionário desenvolvido e aplicado em formato de entrevista semiestruturada, em razão do nível elementar de escolarização formal dos sujeitos da pesquisa. Os dados foram coletados entre os meses de fevereiro e abril de 2018. Vale ressaltar que o instrumento de pesquisa passou por pré-teste, em que foram coletados dados junto a três artesãos.

Antes da realização das entrevistas, o objetivo da pesquisa foi explicado, bem como foi garantido sigilo e anonimato das informações prestadas, sendo solicitado aos entrevistados que assinassem o Termo de Consentimento Livre e Informado. Este documento comprova a livre participação dos artesãos na presente pesquisa e garante o cumprimento dos critérios éticos de pesquisas em Ciências Sociais Aplicadas.

As entrevistas também foram gravadas com a autorização dos artesãos, e puderam ser transcritas, a fim de auxiliar a análise de dados.

Quanto aos procedimentos de análise de dados, foi utilizada a combinação de análises quantitativas e qualitativas. As respostas das questões de múltipla escolha que compõem o questionário puderam ser analisadas estatisticamente. Especialmente a quarta etapa do questionário, composta por uma escala tipo Likert, em que foi possível aplicar análises estatísticas descritivas. Para a tabulação e análise destes dados, foram utilizados o excel e o *software* estatístico SPSS.

As transcrições das entrevistas e todos os trechos de fala dos artesãos registrados foram analisados a partir da técnica de análise de conteúdo, tendo como base o referencial teórico construído.

## 5 RESULTADOS E DISCUSSÕES

Tendo como principal objetivo analisar a metodologia de precificação adotada pelos artesãos da Associação dos Artesãos de Juazeiro do Norte sobre o artesanato produzido em madeira, no presente capítulo serão apresentados e discutidos os resultados alcançados por meio dos dados primários, obtidos mediante coleta de dados, alinhados ao embasamento teórico, acessado por meio do levantamento de fontes bibliográficas.

O artesanato é uma atividade predominantemente manual, que compreende a produção em pequena escala de objetos que agregam significativo valor cultural, devido características que remetem às particularidades históricas do território ao qual pertence (VERGARA; SILVA, 2007). Tais características estão presentes nos produtos artesanais de madeira, produzidos pelos artesãos associados na Associação dos Artesãos de Juazeiro do Norte.

A partir das respostas obtidas pelos entrevistados, é possível observar que a maior parte da amostra é composta por artesãos do sexo masculino, contando com 77% (33) dos entrevistados e apenas 23% (10) são do sexo feminino. Essa predominância masculina se repete em dados de pesquisas que envolvem os artesãos da tipologia madeira da Associação dos Artesãos de Juazeiro do Norte e do Centro de Cultura Mestre Noza realizadas por autores como Oliveira (2009) e Novais (2011). No entanto, não condiz com estudos sobre artesãos que abrangem todas as tipologias. Nestes, o percentual de artesãs supera o de artesãos (GRANGEIRO; BASTOS, 2018).

Os entrevistados que compõem a amostra residem predominantemente em Juazeiro do Norte, contando com 93% (40) de artesãos distribuídos pelos diversos bairros do município, onde também está localizada a associação. Apenas 7% (3) residem na cidade vizinha, Barbalha. Estes dados que se referem à identificação dos entrevistados estão dispostos na Tabela 1.



**Tabela 1** - Identificação dos artesãos entrevistados

<b>Gênero</b>	<b>Nº de Artesãos</b>	<b>Percentual %</b>
Feminino	10	23%
Masculino	33	77%
	43	100%
<b>Municípios onde residem</b>		
Barbalha	3	7%
Juazeiro do Norte	40	93%
	43	100%
<b>Faixa etária</b>		
Até 18	2	5%
19 a 28	9	21%
29 a 38	9	21%
39 a 48	14	33%
49 a 58	4	9%
59 ou mais	5	12%
	43	100%
<b>Escolaridade</b>		
Não Alfabetizado	2	5%
Fundamental Incompleto	19	44%
Fundamental Completo	11	26%
Médio Incompleto	8	19%
Médio Completo	2	5%
Superior Incompleto	1	2%
Superior Completo	0	0%
	43	100%

**Fonte:** Dados da pesquisa (2018).

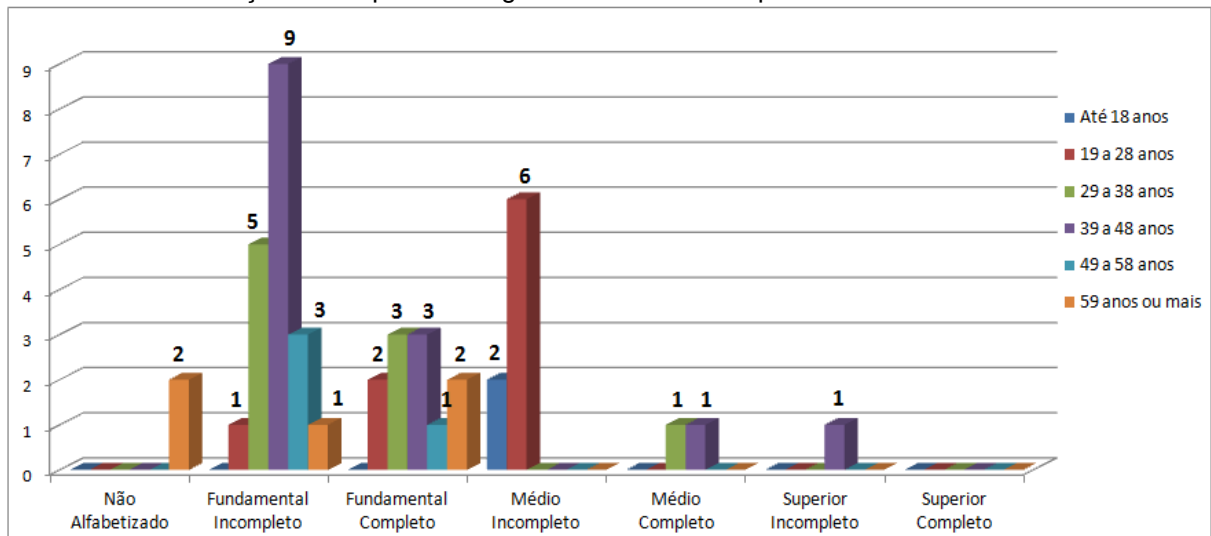
A idade dos artesãos entrevistados varia entre 16 e 73 anos e foi distribuída por faixa etária, sendo que a maior parte compreendeu entre 39 a 48 anos, com 33% (14) dos artesãos. A partir da realização de análises estatísticas descritiva, identificou-se que a idade média é de 39,65 anos, com um desvio padrão de 13,96 anos. E identificou-se que a mediana corresponde a 39 anos, isto é, essa é a idade que se encontra no centro dos dados ordenados.

Os dados da Tabela 1 também revelam aspectos sobre o grau de escolaridade. O ensino fundamental incompleto obteve o maior número de ocorrência com 44% (19), seguido do ensino fundamental completo com 26% (11). Entre os entrevistados ainda, 5% (2) declararam não ser alfabetizados, 19% (8) possuem ensino médio incompleto, 5% (2) possuem ensino médio completo, e 2%, isto é, apenas 1 artesão possui ensino superior incompleto, e não houve ocorrência de ensino superior completo. E isso não está ligado a pouca idade dos artesãos.

Conforme é possível observar no Gráfico 1, ao distribuir o grau de escolaridade por faixa etária dos artesãos, percebe-se que é elementar o grau de escolaridade da amostra, visto que o maior índice se refere aos artesãos que não concluíram o ensino fundamental e tem entre 39 a 48 anos de idade. Além disso,

67% (29) da amostra estão acima da faixa etária de 19 a 28 anos e não concluíram a educação básica.

**Gráfico 1** – Distribuição de frequência do grau de escolaridade por faixa etária



**Fonte:** Dados da pesquisa (2018).

Os dados apresentados sobre o grau de escolaridade dos artesãos são corroborados por Grangeiro e Bastos (2018) ao observarem baixos níveis de escolaridade também entre artesãos situados na região do Cariri, e ainda por Oliveira (2009) ao analisar outrora o perfil dos artesãos da tipologia madeira, membros da Associação dos Artesãos de Juazeiro do Norte.

Este elemento compreende dessa maneira, fragilidades e, até mesmo, preconceitos sobre a atividade artesanal, que sofre há muito tempo, desde a Idade Média, com preconceitos fundamentados em uma categorização da arte baseada na divisão de classes, contrapondo a arte culta da arte feita pelo povo (PORTO ALEGRE, 1994). E ainda, como afirmam Vergara e Silva (2007), apesar do artesão dominar habilidades e técnicas falta-lhes, na maioria das vezes, preocupação com conhecimento sistêmico, que fragiliza sua capacidade empresarial.

O domínio das habilidades e técnicas na produção manual pode ser associado ao tempo de profissão dos artesãos, os quais geralmente iniciam suas atividades ainda bastante jovens, bem como passam muitas vezes determinados períodos observando os chamados mestres-artesãos.

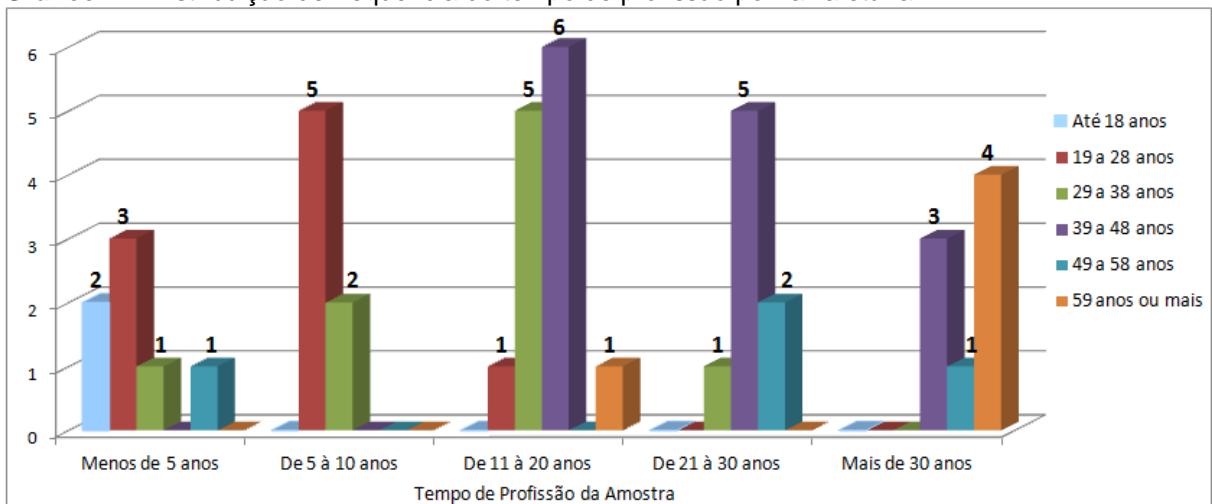
A Tabela 2 revela o tempo de profissão dos artesãos entrevistados, agrupados em cinco intervalos de tempo.

**Tabela 2** – Caracterização quanto ao tempo de profissão

Tempo (em anos)	Nº de Artesãos	Percentual %
Menos de 5 anos	7	16%
De 5 a 10 anos	7	16%
De 11 a 20 anos	13	30%
De 21 a 30 anos	8	19%
Mais de 30 anos	8	19%
Total	43	100%

**Fonte:** Dados da pesquisa (2018).

Conforme a disposição dos dados da Tabela 2, a maior parte dos artesãos possui entre 11 a 20 anos de profissão, com um percentual de 30% (13), seguida dos que possuem de 21 a 30 anos e dos artesãos com mais de 30 anos de profissão, ambas com 19% (8). Entre os 43 artesãos que compõem a amostra deste estudo, o tempo médio de profissão é de 19,05 anos, com um desvio padrão de 13,16 anos. O tempo de profissão mais frequente é de 30 anos, e ao ordenar os dados, o tempo de profissão que se encontra no centro é de 18 anos. No Gráfico 2, nota-se a relação entre os tempos de profissão com as faixas etárias da amostra.

**Gráfico 2** – Distribuição de frequência do tempo de profissão por faixa etária

**Fonte:** Dados da pesquisa (2018).

Os artesãos com menos tempo de profissão são predominantemente artesãos com menor idade, da mesma forma os artesãos com mais tempo de profissão compreendem aqueles com mais idade. Isso se confirma ao calcular a amplitude desse aspecto, em que o menor tempo de profissão identificado foi de 3 meses pelo artesão mais jovem, enquanto o maior tempo de profissão foi de 50 anos na atividade pela artesã com mais idade.

Quando questionados quanto ao tempo dedicado à atividade, muitos declararam não saber ao certo, porque isso varia bastante, sobretudo, em função do tipo de trabalho a ser executado, por exemplo, quando se trata de encomenda, como também de acordo com o tipo da peça, por ter mais ou menos detalhes. Apesar disso, foi possível levantar dados baseado na estimativa dos entrevistados, conforme apresentado na Tabela 3.

**Tabela 3** – Tempo de dedicação à atividade de artesanato

<b>Quantidade de dias na semana</b>	<b>Nº de Artesãos</b>	<b>Percentual %</b>
Entre 3 a 4 dias	9	21%
Entre 5 a 6 dias	29	67%
Todos os dias	5	12%
	43	100%
<b>Média de horas por dia</b>		
Até 4 horas	14	33%
Entre 5 a 8 horas	23	53%
Mais de 8 horas	6	14%
	43	100%

**Fonte:** Dados da pesquisa (2018).

Com 67% (29) das respostas, a maior parte da amostra destina entre 5 a 6 dias da semana à atividade artesanal. Em relação à quantidade de horas dedicadas, 53% (23) o fazem entre 5 a 8 horas por dia em média. Porém, destaca-se que, grande parte dos artesãos ressaltou que quando há encomendas, às vezes com prazos mais curtos para entrega, eles aumentam a dedicação na produção das peças, tanto em dias quanto em horas para atender a demanda, conforme expõem:

Às vezes eu trabalho de domingo a domingo pra você ter uma ideia, mas geralmente é de segunda a sábado. Mas dependendo do que eu esteja fazendo e questão de datas pra entrega eu trabalho até de domingo a domingo. (ARTESÃO 03)

Entre oito e dez horas por dia, às vezes até mais, depende da encomenda, mas no mínimo oito. (ARTESÃO 11)

Isto é uma diferença marcante entre o trabalho artesanal e o emprego formal registrado conforme leis trabalhistas. Enquanto o emprego formal não deixa margens para dúvidas sobre o horário de trabalho, pois ele é fixo e definido pelo empregador, na atividade artesanal, o tempo de trabalho e não-trabalho é definido pelo próprio artesão. Assim, a organização e planejamento do trabalho toma forma a partir das emergências e/ou oportunidades que se apresentam.

Convém destacar também, que alguns artesãos evidenciaram não se dedicar ainda mais à atividade, devido seu trabalho requerer determinado tempo para descanso, tendo em vista o desenvolvimento do processo criativo. Segundo os resultados da escala de frequência, nenhum artesão entrevistado afirmou custear assessoria em designer para desenvolver novas peças. Este tempo, portanto, deveria ser contabilizado como tempo de trabalho, mas em geral, os artesãos não o consideram como parte do processo produtivo, conforme os seguintes relatos:

[...] na segunda-feira a gente não tem muito interesse de trabalho, é hora da gente pensar. (ARTESÃO 10)

Oito horas, porque tem o cansaço, o cansaço físico e cerebral, você tem que relaxar porque trabalhar com escultura não é brincado, você pensa que é brincado, não é! É muito puxado na mente e o corpo também sofre. (ARTESÃO 02)

Ainda sobre o tempo que destinam ao artesanato, entre os entrevistados houve relatos sobre a necessidade em conciliar a atividade artesanal com as tarefas de casa, bem como relatos de problemas de saúde causar impedimentos para maior dedicação. O fato é que o tempo dedicado à atividade é considerado como um gasto, mais especificamente um custo direto se tratando da mão de obra envolvida na manufatura do artesanato, cuja mensuração é de extrema importância.

Segundo Padoveze (2006), a mensuração da mão de obra direta mais utilizada é a quantidade de tempo despendida nos processos ligados ao produto final e que contempla diferentes etapas. Desta forma, medir os esforços diretos dedicados aos processos para obtenção do produto final é de extrema importância, tendo em vista condições para avaliar sua capacidade produtiva, bem como a remuneração pelas horas trabalhadas, elementos fundamentais para as decisões de apreçamento.

Nesse sentido, foram levantados questionamentos relativos à capacidade produtiva e gerencial dos artesãos, contudo, quando questionados sobre quantas peças são produzidas por mês, tempo de produção de peças e média de vendas mensal, grande parte dos entrevistados não soube responder. Eles afirmaram em sua maioria que isso varia muito de acordo com as encomendas que recebem e dos tipos de peças que produzem.

Além do escasso conhecimento sobre as informações relativas à própria capacidade produtiva e gerencial, apenas um artesão afirmou ter o controle dos

seus custos e despesas. Quando instigado sobre qual seria a ferramenta de controle utilizada, o mesmo informou que organiza tudo em uma planilha no celular.

Vale destacar que este artesão que afirmou utilizar ferramenta de controle dos gastos está entre a menor faixa de idade, que por sua vez, já possui grau de instrução maior que a maioria dos demais artesãos, conforme exposto na identificação inicial. No entanto, o mesmo não soube informar quanto produz em média por mês, reforçando as fragilidades dos artesãos em geral com habilidades de capacidade gerencial.

Parte dos artesãos apresentou ter conhecimento para lidar com algumas incertezas do mercado artesanal. Esta competência parece advir do tempo que atuam na profissão. Contudo, tais artesãos demonstraram possuir pouco conhecimento sistematizado, tornando-se vulneráveis, por exemplo, a situações que exijam planejamento, conforme relatos.

Ultimamente, tá com mais de dois mês que eu tô fazendo só peça grande, tem essas duas grande ali, que é duas favelas. Tá com uns três mês que num vendi nenhuma peça, até agora só produzindo, aí eu terminei ela lá e tô começando essa. Enquanto não chega a feira a gente tá aqui se aparecer alguma venda, [...] enquanto não aparece outra vamos fazer o quê né, tem que esperar. (ARTESÃO 24)

Eu vendi uma peça de São Jorge por 4.500, e fiz outro e vendi por 3.000, por quê? Por necessidade, quer dizer não chegou o cliente certo e eu tava precisando, então acontece isso. Então esse é só por conta disso, e a gente que trabalha nisso tem que vender de qualquer maneira, se não vender pra suprir as necessidades da pessoa o bicho pega. (ARTESÃO 07)

A falta de planejamento expostas nos relatos revela dificuldades que os artesãos enfrentam e que repercutem na fixação dos seus preços de venda, potencializando perdas e/ou prejuízos ou mesmo minimização do lucro para os mesmos. Além disso, observou-se que a falta de uma ferramenta de controle para auxiliá-los, fragiliza o artesão quanto ao gerenciamento das informações que contribuem com os processos decisórios e fortalecimento dos seus negócios (SANTOS; MARTINS, 2012).

Observou-se que a forma mais utilizada entre os artesãos estudados para se relacionar com o mercado artesanal ocorre a partir do conhecimento empírico que eles possuem do ramo. Acredita-se que o baixo nível de escolaridade alcançado pelos artesãos, aliado ao longo tempo dedicado à profissão podem estar relacionados a esta forma de perceber o mercado em que estão inseridos. Isto pode

ser evidenciado a partir das justificativas dos artesãos para não utilizar ferramentas de controle dos custos e despesas. Eles afirmam terem tudo na mente, controlar de cabeça ou a “olho”.

Apesar disso, conforme observa Martins (2003), para calcular preços o ponto inicial está no custo do bem ou serviço apurado. Dessa maneira, o Quadro 1 apresenta os principais custos na produção do artesanato em madeira identificados nas falas dos entrevistados e facilita a análise sobre os tipos de custos incorridos até que seja constituído o produto final.

**Quadro 1** – Classificação dos custos de produção artesanal em madeira

<b>Custos de produção artesanal em madeira</b>	Custos Diretos	Material Direto	Matéria-prima	Madeira	Direto Variável	Variam diretamente em relação à quantidade e/ou tamanho da peça.	
			Material Secundário	De acordo com o tipo de peça (Aro para chaveiro, olho de vidro)			
			Embalagem	Sacola, plástico bolha, caixa e caixote			
		Mão de Obra Direta	Individual ou Coletiva				
	Custos Indiretos	Material Indireto	De acordo com o tipo de peça (Lixa, cera, verniz, prego, cola, pó de madeira, pincel, bisnaga, álcool, tinta, ouro, corda, tecido, couro)		Indireto Variável	Variam de acordo com a quantidade e/ou tamanho da peça e necessitam da utilização de critérios de rateio.	
			Energia				Indireto Variável
Depreciação de ferramentas			Indireto Fixo	Tendem a manter-se constantes nas alterações do volume de produção e não podem ser identificados diretamente, necessitando da utilização de critério de rateio.			

**Fonte:** Dados da pesquisa (2018).

A matéria-prima utilizada pelos artesãos em estudo é a madeira, e consiste em um custo direto e variável, visto que quando questionados quanto à forma com que têm acesso à matéria-prima, os entrevistados em sua maioria afirmaram comprar a madeira, e que esta varia diretamente em relação à quantidade e/ou tamanho da peça. Os artesãos quase sempre compram a matéria-prima da Associação dos Artesãos de Juazeiro do Norte, e em alguns casos afirmaram

adquirir também de serrarias, ou diretamente do fornecedor da própria Associação, quando a mesma dispõe de poucos recursos financeiros. Entre os entrevistados houve apenas um relato de que a madeira é adquirida em sítio particular, neste caso não há compra da madeira, mas conforme declarado pelo artesão há o desembolso para a extração. Esse resultado em que a compra da matéria-prima representa a principal forma de aquisição pelos artesãos, condiz com estudos que abrangem todas as tipologias (GRANGEIRO, 2015).

Convém destacar que, entre os entrevistados, houve relatos que o pagamento da madeira adquirida na Associação, algumas vezes é feito com parte das próprias peças produzidas. Isto ocorreu devido incapacidade de compra por parte de alguns artesãos, sendo esta uma prática comum pelo associativismo, que visa defender os direitos de uma classe. Além disso, o consumo de matéria-prima também foi evidenciado como um dos principais fatores que influencia a formação dos preços por parte dos artesãos entrevistados que produzem diferentes tipos de peças de artesanato.

A mão de obra dos artesãos para produzir suas peças consiste em um custo direto, dado o contato direto com o processo de fabricação do produto final, cujo tempo despendido e identificação de quem executou o trabalho é possível ser mensurado sem necessidade de critérios de rateio (CREPALDI, 2010).

Dados foram obtidos mediante aplicação da escala de frequência quanto ao processo de produção das peças, conforme apresentado na Tabela 4.

**Tabela 4** – Escala de frequência quanto ao processo de produção artesanal

	*1	*2	*3	*4	*5	Média(DP)	Mediana	Moda
“Produzo peças individualmente”	0%	0%	16%	7%	77%	4,56(0,80)	5	5
“Produzo peças coletivamente”	40%	23%	28%	5%	5%	2,07(1,14)	2	1

**Fonte:** Dados da pesquisa (2018).

\*1=Nunca; 2=Raramente; 3=Algumas vezes; 4=Muitas vezes; 5=Sempre

A partir dos resultados apresentados, nota-se que a maior parte da amostra “Sempre” produz peças individualmente, com 77% das respostas. E 40% dos artesãos afirmaram “Nunca” produzir peças coletivamente. Nota-se que a produção coletiva por parte dos artesãos é pouco frequente, mas quando isso acontece, observou-se que em geral está relacionada a questões de encomenda, em sua maioria para cumprir prazos, de forma que alguns artesãos revelaram pagar um percentual do valor da peça pelo acabamento e finalização.



Eu finalizo algumas quando dá tempo né, mas às vezes quando não dá tempo eu mando o menino lixar, aí boto em torno de 10% pro menino da peça. (ARTESÃO 05)

Vamos dizer que você pague de 8 a 10% pra pessoa que lixa né. (ARTESÃO 19)

Houve relatos de que isso ocorre ainda quando o artesão não gosta de fazer a finalização da peça, pagando pelo acabamento.

A pessoa que esculpe a peça geralmente ela não gosta de lixar e dar acabamento na peça, então a gente paga uma pessoa fora, trabalha aqui uns 20 anos com a gente né, que a gente tem confiança no trabalho dele pra dar acabamento, lixar, encerar, pintar, deixa na mão dele... Você só tem o trabalho de fazer. O acabamento se tiver um burquinho ele emassa. (ARTESÃO 20)

Pago, até porque eu nunca gostei de lixar peça não. Agora assim a parte de pintar aí nem que alguém queira pagar pra fazer, eu que tenho que pintar, mas quando é só a cera mesmo, só encerar aí né comigo não, é com um rapaz, esculpir e pintar é comigo. (ARTESÃO 24)

Entretanto, houve relatos também de que membros da família muitas vezes trabalham no acabamento das peças, ora sem cobrar nada, ora recebendo pouco por isso, no intuito maior de colaborar com a atividade, tendo em vista a fonte de renda da própria família, conforme os seguintes relatos:

Ela pinta (a esposa), às vezes as menina ajuda ela pintar. Minhas meninas que sabe, às vezes ajuda ela pintar, mas quem pinta mais é ela... Às vezes eu agrado as meninas, pego cinco real, pego dez real e nós damos a elas. (ARTESÃO 37)

Meu menino ele lixa, eu mesmo num lixo não, até porque “empaia” muito, aí quando ele tá disponível eu pago a ele, vejo quanto é que eu posso dar a ele. (ARTESÃO 30)

Convém destacar aqui que esta forma de colaboração em que membros da família muitas vezes fazem, contribui para o aprendizado dos mais novos, sendo inclusive uma das maneiras cuja atividade é repassada de geração em geração, evidenciada quando questionados sobre ter tido algum curso de capacitação profissional, e apenas 28% afirmaram já ter realizado, contra 72% que declararam nunca ter feito, conforme relato:

Meu curso que eu tive foi com meu irmão, que eu aprendi com meu irmão, ele era mais velho aprendeu com um amigo dele, esse amigo dele o nome dele é Cizin, bem conhecido ele. Meu irmão aprendeu com ele e eu aprendi com meu irmão, o curso que eu tive foi com ele, foi no início, quando eu comecei a pegar os detalhes, pronto, aí fui aperfeiçoando. (ARTESÃO 01)

Em suma, evidenciou-se que além da mão de obra direta do próprio artesão que esculpe, existe em alguns casos a mão de obra direta daqueles que se responsabilizam pelo acabamento.

Quando questionados quanto à utilização de outros materiais para produção, além da matéria-prima, todos afirmaram utilizar, sendo citado tanto materiais diretos secundários como aro para chaveiro e olho de vidro, como materiais indiretos como lixa, cera, verniz, prego, cola, pó de madeira, pincel, bisnaga, álcool, tinta, ouro, corda, tecido, couro.

Tais materiais são utilizados de acordo com o tipo de peça e variam conforme a quantidade e/ou tamanho da peça produzida, porém os materiais classificados como indiretos se dão ao fato de que, apesar de alguns serem diretamente identificados no produto, necessitam da utilização de critérios de rateio para fazer a apropriação ao produto final (MARTINS, 2003).

Além dos materiais indiretos citados pelos artesãos, outros custos indiretos foram evidenciados durante as entrevistas, como a energia elétrica consumida na produção, devido à utilização de algumas ferramentas. Entre os entrevistados, alguns mencionaram utilizar ferramentas como furadeira, lixadeira, faca, buril, formão, facão, serra e goiva, dessa forma, o desgaste de tais ferramentas também caracterizam outro custo indireto, o de depreciação. No entanto, verificou-se que os artesãos não consideram esse custo no cálculo dos seus preços de venda.

Vale destacar que, tais custos indiretos estão relacionados, sobretudo, de acordo com o local de trabalho do artesão, visto que boa parte dos associados não utiliza o espaço da Associação para realizar suas atividades produtivas, diferindo de outros que costumeiramente trabalham lá, utilizando algumas vezes das mesmas ferramentas, além de não possuírem gastos com energia elétrica como evidenciado no seguinte relato:

No caso assim, quando a gente vende uma escultura a gente deixa 10%, que é pra tipo ajuda de custo, porque a associação é uma associação sem fins lucrativos, aí nós tem que ajudar. A energia nem tanto, que a prefeitura paga, mas a água e telefone, internet nós ajuda. (ARTESÃO 03)

Observou-se, portanto, quando questionados quanto a possuir despesas comerciais e/ou administrativas na Associação, a existência de um percentual pago pelos artesãos para cobrir determinados gastos, inclusive para custear gastos com embalagem, conforme relato a seguir.

Se eu vender uma peça eu pago 10% pra associação é uma comissão, pago 10% por estar associado e tá trabalhando aqui dentro, às vezes também quando eu pego material da associação vamos supor, uma sacola, um plástico bolha, uma caixa, um papelão, uma fita pra embrulhar aquela peça aí eu dou a porcentagem. Esses materiais a associação compra pra associação, aí às vezes eu vendo uma peça aí eu vou usar aquele material da associação, aí eu uso aquele material aí vou e pago 10%. (ARTESÃO 01)

Nota-se, dessa maneira, que os artesãos em estudo possuem estruturas de custos particulares e bastante relativa quanto ao tipo de peça produzida e local de produção. Além disso, o percentual do valor da peça vendida pago para a Associação que os artesãos se referem, destina-se tanto a determinados custos, como a despesas comerciais e administrativas.

Conforme evidenciado durante as entrevistas, os artesãos revelaram que esse mesmo percentual pago para a Associação, também se refere à utilização do espaço para a exposição de suas peças, ou por deixá-las numa espécie de consignação, conforme os seguintes relatos:

Aqui a gente paga 10% do valor da peça, se ela tiver exposta aqui. Vamos supor, se a gente faz a peça e deixa ela exposta, mesmo que seja consignada, não seja vendida para a associação, a gente tem que deixar uma margem de 10% do valor da obra pra Associação, que é o que vai pagar funcionários e despesas operacionais. (ARTESÃO 04)

Mesmo eu produzindo aqui, ela sendo encomenda aí eu não preciso pagar os 10%, eu já vendo direto pro cliente. Mas ela ficando aqui, ela sendo vendida aqui, aí deixa 10%. (ARTESÃO 06)

A não ser que deixe consignado, deixar consignado aí tira os 10%, mas se você entregar na associação que eles compram, na associação mesmo não paga. (ARTESÃO 17)

Nesse sentido, acredita-se que a Associação, apesar de buscar minimizar dificuldades enfrentadas pelos artesãos, tanto em relação ao processo produtivo, quanto em relação à comercialização, observou-se que a mesma repassa aos produtores, os gastos incorridos nas vendas de seus produtos, quando esta assume uma posição de intermédio, a fim de garantir o próprio funcionamento.

Nesse sentido, evidenciou-se ainda, que a depender das formas de comercialização, o percentual total descontado do valor final da peça pode aumentar, tendo em vista, por exemplo, taxas de operadoras de cartão, quando a venda é realizada dessa maneira, conforme declara artesão:

Aqui na associação é assim, no caso se eu vender uma peça através da associação é 10% que deixa pra associação e também o desconto do cartão, se eu utilizar o cartão da associação tem desconto que é 8%. (ARTESÃO 13)

Entre os artesãos entrevistados, independentemente do local que produzem suas peças, também houve relatos de que além dos percentuais de desconto já citados, outros valores também podem ser deduzidos do valor final cobrado, conforme evidenciado a seguir:

A gente não pagamos nada à Associação, e pagamos assim, quando a gente recebe uma encomenda que eles tem que ter o gasto né de embalagem, pra transportar, tem que ser pelo correio então a gente paga o material, a nota fiscal, mas quando é pra associação mesmo nós não paga nada. (ARTESÃO 30)

Dessa maneira, evidenciou-se nessa fase da pesquisa, que muitos artesãos não fazem distinção entre custos e despesas, no entanto parte deles apresentou possuir conhecimento sobre os elementos que compõem os custos do seu produto, conforme relato:

Vamos supor, é que nem eu te falei, já tem um padrão, uma peça dessa ela custa cem reais prontinha, aí tem desconto, tem porcentagem da associação e nela já tá incluído meu trabalho pra fazer e pra lixar, se for outra pessoa que for lixar o valor já tá incluído. (ARTESÃO 11)

Assim, observou-se que os custos apresentam relevância na formação dos preços de venda dos artesãos entrevistados. Nesse sentido, dados foram obtidos a partir da aplicação de escala de frequência sobre a formação do preço baseado no critério de custo.

A partir dos resultados, nota-se que mais da metade dos artesãos entrevistados afirmaram “Sempre” formar seus preços com base nos custos, com 53% das respostas. Os demais o fazem com menor frequência e apenas 14% declararam que seus preços não são baseados nos custos. A frequência média

sobre os preços dos artesãos serem baseados nos custos é de 3,84, (com desvio padrão igual a 1,48). E a mediana e moda para essa variável foram iguais à “Sempre”, evidenciando que o critério de custos tem significativa influência sobre a formação dos preços de venda dos artesãos entrevistados, conforme exposto na Tabela 5.

**Tabela 5** – Escala de frequência para critério de custo

	*1	*2	*3	*4	*5	Média(DP)	Mediana	Moda
“Meus preços de venda são baseados nos custos”	14%	5%	16%	12%	53%	3,84(1,48)	5	5
“Adiciono ao custo de aquisição da matéria-prima uma margem para obter lucro”	40%	2%	12%	7%	40%	3,05(1,87)	3	5
“Adiciono ao custo de produção total uma margem para obter lucro”	30%	2%	19%	9%	40%	3,16(1,72)	3	5
“Adiciono aos custos do produto um determinado valor para definir o preço de venda”	33%	7%	9%	5%	47%	3,07(1,83)	4	5
“Conheço o valor mínimo que gasto para produzir uma peça”	35%	5%	12%	7%	42%	2,98(1,81)	3	5
“Sofro prejuízo no preço de venda ao estimar um tempo de produção menor que o tempo trabalhado”	33%	15%	38%	8%	8%	2,32(1,27)	3	3

**Fonte:** Dados da pesquisa (2018).

\*1=Nunca; 2=Raramente; 3=Algumas vezes; 4=Muitas vezes; 5=Sempre

De acordo com Crepaldi (2010), é comum em métodos baseados no custo que o sistema de preços utilizado funcione com o acréscimo de uma margem sobre o custo. Nesse sentido, verificou-se que apesar dos artesãos não possuírem um método fundamentado no conhecimento sistematizado, em 47% dos casos (valor mais frequente), o preço de venda é definido pelos artesãos “Sempre” adicionando um determinado valor aos custos do produto.

Dessa forma, observou-se que mesmo a partir do conhecimento empírico, para a maior parte da amostra a formação dos preços de venda dos artesãos é estabelecida a partir da fixação de *mark-up*, visto que o *mark-up* consiste no “valor acrescentado ao custo de um produto para determinar o preço de venda final” (CREPALDI, 2010, p. 360).

Quando questionados sobre a frequência com que conhecem o valor mínimo gasto para produzir uma peça, observou-se ser mais frequente (moda) entre os entrevistados “Sempre” conhecê-los, com 42% das respostas. No entanto, nota-se que o segundo valor mais frequente está no extremo oposto, em que 35% afirmaram

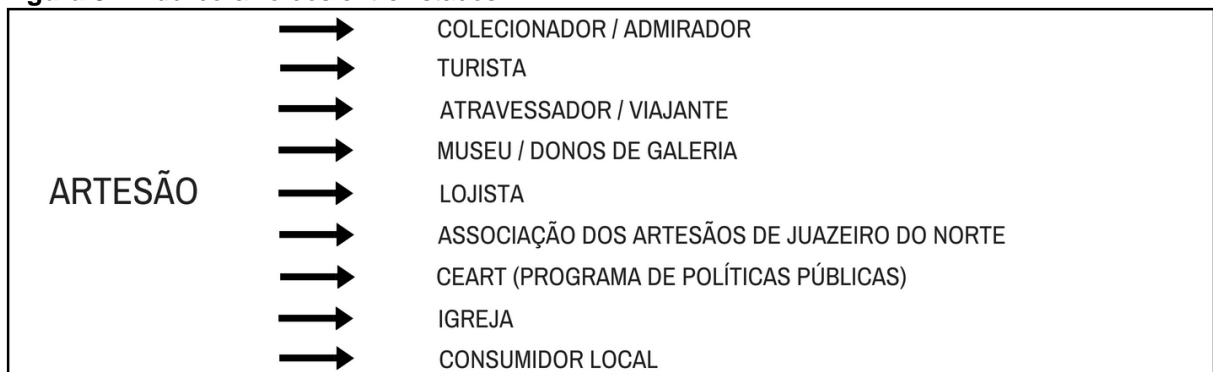
“Nunca” conhecê-lo. A mediana da amostra para essa variável ocupou a posição central em algumas vezes.

Assim, reforça-se a importância que há na apuração dos custos pelos artesãos, visto que ao basear seus preços no critério de custos, é de fundamental importância a escolha de um método de custeio adequado, que proporcione aos artesãos conhecer valores relevantes como o gasto mínimo de uma peça, que indique e garanta que seus preços estarão sendo capazes de cobrir todos os custos e despesas e ainda gerar lucro.

Quando questionados quanto a sofrer prejuízo no preço de venda ao estimar um tempo de produção menor que o tempo trabalhado, observou-se que para a maior parte da amostra isso ocorre “Algumas vezes”, com 38% das respostas. Em contrapartida, nota-se que o segundo valor mais frequente, com 33% de frequência, os artesãos afirmaram que isso “Nunca” ocorre. Dessa forma, evidenciou-se que os artesãos em geral reconhecem sofrer prejuízos relativos ao tempo de trabalho quando estimado. Porém há indícios de que boa parte não reconhece sofrer tais prejuízos devido ao mau dimensionamento do tempo de trabalho, visto que possuem uma autonomia em seus horários e não possuem controle exato de suas horas trabalhadas, conforme exposto inicialmente.

Os custos constituem critério de bastante relevância na formação do preço, no entanto, convém destacar que não é suficiente apenas conhecer os custos e despesas envolvidos na construção dos objetos artesanais. Faz-se necessário que outros critérios sejam vislumbrados para que se construam estratégias mais complexas de formação de preço (MACHADO; MACHADO; HOLANDA, 2006). Diante disto, serão apresentados dados que dizem respeito ao modo como artesãos consideram as características do mercado (demanda e concorrência) para estabelecerem seus preços.

Quando questionados se saberiam definir seu público-alvo, as respostas obtidas dos entrevistados foram bastante diversificadas. Observou-se que o público-alvo da maior parte de artesãos entrevistados é bastante abrangente e poucos possuem uma segmentação específica, visto que muitos afirmaram produzir e vender tanto para colecionador e turistas, sendo estes em geral os próprios consumidores finais, bem como para lojistas, que fazem a revenda de suas peças, conforme apresentadas na Figura 3.

**Figura 3** – Público-alvo dos entrevistados

**Fonte:** Dados da pesquisa (2018).

Acredita-se que isso ocorre devido às formas de trabalho estabelecidas pelos próprios artesãos em vender tanto sob encomenda como em pronta-entrega, ambas sempre frequentes (moda) conforme resultados da escala expostos na Tabela 6.

**Tabela 6** – Escala de frequência quanto à forma de comercialização

	*1	*2	*3	*4	*5	Média(DP)	Mediana	Moda
“Vendo sob encomenda”	7%	5%	23%	9%	56%	3,91(1,19)	5	5
“Vendo em pronta-entrega”	5%	2%	37%	5%	51%	3,93(1,35)	5	5

**Fonte:** Dados da pesquisa (2018).

\*1=Nunca; 2=Raramente; 3=Algumas vezes; 4=Muitas vezes; 5=Sempre

A partir dos resultados apresentados, nota-se uma diversificação na forma de comercialização por parte dos entrevistados. Observou-se que isto acontece devido ao alcance maior na quantidade de vendas que os artesãos acreditam ter.

Machado, Machado e Holanda (2006, p. 3) apontam que “os clientes influenciam a formação dos preços na medida que analisam o valor cobrado pelo bem ou serviço e os benefícios que poderão vir a ter se adquiri-los.” Nesse sentido, nota-se que os diferentes segmentos de clientes dos artesãos exercem influência sobre os seus preços, visto que os benefícios percebidos por um colecionador, por exemplo, não são os mesmos que os de um lojista. Dessa maneira, observou-se que os descontos pelos artesãos que afirmaram concedê-los são feitos principalmente para vendas a lojistas, compra em maior quantidade de peças e fidelização de clientes, conforme relatos:

Geralmente a gente sempre dá desconto principalmente aos lojistas, eles sempre pechincha. A gente dá mulher, porque conforme a situação você acaba vendendo, conforme também a quantidade de peças, conseguir aquele cliente, aquele cliente vai voltar vai comprar mais peças então a gente acaba dando um desconto mesmo. (ARTESÃO 38)

No caso um mamulengo desse aqui, eu faço o casal 300, aí pra lojista a pessoa chega a fazer por 250, aí fica mais ou menos 10%. Até pra margem de lucro do lojista aumentar pra eles e ficar mais fácil da pessoa também vender né. (ARTESÃO 19)

Nota-se, ainda, que alguns artesãos possuem dois preços diferentes, de acordo com a segmentação de cliente. Entretanto, houve relatos de artesãos que revelaram não possuir preços diferenciados, nem ter um valor fixo para descontos, bem como artesãos que declararam não conceder descontos por afirmar já vender a um preço baixo.

Contudo, foi evidenciado tanto por parte de artesãos que produzem tipos diferentes de peças, com formas de comercialização variadas e para diferentes segmentos de clientes, que atualmente há uma significativa desvalorização de seus trabalhos, manifestada de diferentes formas, conforme expõem:

Onde eu queria que a gente fosse mais representado era aqui, aqui ninguém dá valor [...] Eu vendi peça em Recife e a mulher me deu endereço pra eu mandar a peça pra casa dela, e eu vim, quando cheguei, peguei minha moto e fui deixar aqui na Rua Santa Luzia, quando cheguei lá a mulher ficou pasmada comigo, “você veio de Recife trazer a peça aqui de moto”? Eu disse “não senhora, nós é daqui da Rua São Luís”. Ela disse “tô passada de vergonha que eu não sabia não”. (ARTESÃO 10)

Hoje em dia ninguém valoriza mais o trabalho, então eu não vou pela valorização porque se fosse pela valorização nós iríamos colocar um preço que a gente acha que é justo, pelo corte, por todo aquele trabalho que tem. (ARTESÃO 40)

Tem uns também que tira brincadeira muito feia né, quer que a pessoa dê de graça e num quer olhar o lado do trabalho da pessoa e a pessoa fica meio desanimado. Muitas vezes as pessoas acha que um trabalho seu é como se fosse um trabalho que repetidamente uma máquina faz, três horas faz milhares, aí você olha assim, “cara aqui eu num sei se você gostou do meu trabalho ou se você quer quantidade, num tô entendendo, aqui é um trabalho exclusivo só vai ter esse e pronto”. (ARTESÃO 29)

A pouca valorização pela própria população local e a desvalorização do trabalho artesanal evidenciadas revelam dificuldades na comercialização enfrentada no mercado pelos entrevistados. Apesar de ter sobrevivido ao processo de industrialização, acredita-se que o artesanato concorre em alguns casos com produtos substitutos, de maneira que se faz relevante criar estratégias para fixar nos clientes a necessidade pelo produto artesanal.

Diante de tais fatores, observou-se que alguns dos entrevistados têm buscado maximizar suas vendas expandindo seus canais de distribuição, e além das



exposições em feiras e eventos, determinados artesãos têm utilizado também as redes sociais para estabelecer a negociação de suas peças.

Nesse sentido, observou-se também que alguns deles têm procurado investir na promoção da própria imagem e na divulgação através das redes sociais, além de parcerias entre os pares, a fim de obter maior valorização em seus trabalhos. Entre estes, nota-se a existência de um posicionamento de mercado, cujo esforço consiste em evidenciar o valor do seu produto, conforme relato.

Eu costumo dizer que a gente não cobra a madeira, a gente cobra o trabalho, certo que vem todo esse gasto em cima, mas eu não cobro um pedaço de madeira, eu cobro a transformação, entendeu? Você pega um pedaço de madeira assim, ó isso aqui num vale nada, depois que eu finalizar você num tem coragem de jogar fora... Então eu num tô vendendo um pedaço de madeira, tô vendendo a transformação. (ARTESÃO 11)

Dessa maneira, observou-se que o valor cobrado pelos artesãos também envolve estratégias para implantar na mente dos seus clientes valores como a diferenciação de suas peças, exatamente por serem produtos artesanais, resultado de quem domina um ofício.

Quando questionados sobre a autoria pela produção da peça exercer influencia no preço de venda, 81% dos artesãos entrevistados afirmaram influenciar enquanto 19% consideraram que não influencia. Entre os artesãos que afirmaram acreditar que o nome do autor da peça exerce influência no preço de venda, observou-se que atribuem a isso fatores como: o alcance de suas peças em locais renomados na sociedade e pessoas envolvidas, trajetória do artesão, tempo de profissão e antepassados da família, como exposto no seguinte relato.

Minhas peças tem um valor a de meu esposo tem outra, pode ser do mesmo tamanho. Porque ele tem mais tempo, ele é um artesão mais velho, nós já aprendemos com ele, aí por isso que o valor é diferente, já minha menina o dela é mais baixo que o meu, que ela é mais nova. (ARTESÃO 30)

Diante do exposto, é possível perceber que no artesanato a autoria pela produção da peça revela-se um elemento de mercado que exerce influência nos preços de venda, e ainda que, tal influência está relacionada muitas vezes a uma hierarquia reconhecida entre eles. Assim, ainda que não estejam totalmente conscientes quanto a isto, os artesãos precisam escolher estratégias para precificar e concorrer, a fim de gerar receitas e maximizar de seus lucros.

Na sequência, a Tabela 7 revela dados obtidos a partir da aplicação de escala de frequência sobre a formação de preço baseado nos critérios de demanda e concorrência.

**Tabela 7** – Escala de frequência para critérios de demanda e concorrência

	*1	*2	*3	*4	*5	Média(DP)	Mediana	Moda
“Meus preços de venda são baseados no mercado ou demanda”	51%	5%	16%	7%	21%	2,60(1,71)	1	1
“Meu preço pode ser elevado de acordo com o valor percebido pelo cliente”	44%	14%	19%	2%	21%	2,33(1,60)	2	1
“Vendo a preços abaixo de mercado para me tornar conhecido”	77%	2%	12%	7%	2%	1,56(1,10)	1	1
“Meus preços de venda são baseados na concorrência”	74%	5%	5%	5%	12%	1,74(1,42)	1	1
“Acompanho os preços dos concorrentes”	84%	5%	2%	7%	2%	1,40(1,00)	1	1
“Os preços cobrados são equivalentes aos preços de mercado”	51%	5%	5%	12%	27%	2,59(1,79)	1	1

**Fonte:** Dados da pesquisa (2018).

\*1=Nunca; 2=Raramente; 3=Algumas vezes; 4=Muitas vezes; 5=Sempre

A partir dos resultados apresentados, nota-se que a influência estritamente do mercado e demanda sobre a formação dos preços de venda dos artesãos pesquisados se mostrou pouco frequente, visto que mais da metade dos artesãos entrevistados afirmaram “Nunca” formar seus preços baseados no mercado ou demanda, com 51% das respostas. A frequência média sobre os preços dos artesãos serem baseados no mercado ou demanda é de 2,60, com desvio padrão igual a 1,71, evidenciando que critérios baseados na demanda não influenciam tanto quanto os critérios de custo influenciam os preços da maior parte da amostra.

Quando questionados sobre a frequência com que o preço pode ser elevado de acordo com o valor percebido pelo cliente observou-se que o valor mais frequente entre os entrevistados é de que isso “Nunca” ocorre, com 44% das respostas. A mediana da amostra neste item ocupou posição central em “Raramente”. A partir das respostas dos artesãos, acredita-se que o preço de venda da maior parte da amostra já é estabelecido levando em consideração o valor que suas peças possuem, avaliado pelo próprio artesão em relação ao seu trabalho e com menor frequência sofre influência de clientes, sobretudo, devido boa parte dos

artesãos terem afirmado vender a lojistas, que por sua vez, percebem o valor diferentemente do consumidor final.

Quando questionados sobre a frequência em vender a preços abaixo de mercado para se tornarem conhecidos observou-se que não faz parte das estratégias da maior parte dos artesãos entrevistados, adotar preços baixos de penetração de mercado. Isso foi evidenciado através dos resultados da escala de frequência, cuja mediana e moda dessa variável foram iguais à “Nunca”.

A partir dos resultados apresentados com a escala, nota-se que entre os entrevistados 74% dos artesãos afirmaram “Nunca” basear seus preços na concorrência. A mediana e moda para essa variável foram iguais à “Nunca”, e a frequência média sobre os preços dos artesãos serem baseados na concorrência é de 1,74, com desvio padrão igual a 1,42.

A este respeito, convém destacar que os artesãos apresentaram uma visão bastante particular sobre concorrência. Os entrevistados, em sua maioria, declararam em diversos momentos não possuir concorrentes, sobretudo, devido à exclusividade de suas peças, e ainda afirmaram que mesmo a Associação reunindo diversos artesãos da mesma tipologia, esta compreende muito mais um espaço de cooperação entre eles, do que de competitividade, conforme relatos:

Eu não acho que tenho concorrente não, porque sei lá... na verdade o artesão que faz peça em madeira não tem concorrência não, ele faz a peça dele e o outro faz a dele e jamais vai fazer uma peça que outro menino faz. (ARTESÃO 19)

Porque a gente trabalha em comunidade, em cooperação, uma associação sem fins lucrativos. (ARTESÃO 25)

Por outro lado, apesar do discurso de cooperação entre os artesãos e de eles rejeitarem tão prontamente a ideia de haver concorrência entre os colegas de profissão, observa-se que dentro dos parâmetros da literatura científica sobre precificação, os sujeitos examinados constroem seus preços a partir dos preços de outros profissionais que trabalham no mesmo ramo. Este argumento é posto, pois foi possível observar uma espécie de ética na precificação respeitada entre os artesãos. Dentro desta lógica, construída pelo grupo e respeitada pelos novos membros, o artesão com mais tempo de profissão e mais tempo de associado é reconhecido pelos demais, até mesmo em relação ao preço de suas peças, conforme os seguintes relatos:

Cada um tem seu preço né, na verdade, o meu preço é um, aí já tem uma pessoa que é mais velha aí o preço já é mais caro, os novatos as peças é mais barata. (ARTESÃO 5)

É porque assim, meu marido pode fazer o mamulengo do mesmo tamanho do meu, mas o dele é diferente do meu. O dele já é cento e cinquenta pra associação e o meu já é cem, entendeu? É que nem eu disse a você o valor do mamulengo é dependente do tempo trabalhado na associação, dos associados. (ARTESÃO 30)

Dessa forma, a partir dos depoimentos colhidos, observou-se que há em certa medida influência de concorrentes sobre a formação dos preços de venda dos artesãos em estudo, apesar de o resultado quantitativo obtido a partir da aplicação da escala ter apontado o contrário.

Quando questionados quanto à frequência em acompanhar os preços dos concorrentes, os resultados obtidos pela escala também indicaram moda e mediana iguais à “Nunca”, evidenciando que outros artesãos não ditam preços a ser seguidos pela maioria da amostra.

Quando questionados sobre a frequência dos seus preços serem cobrados equivalentes aos preços de mercado mais da metade dos artesãos entrevistados afirmaram que isso “Nunca” ocorre, com 51% das respostas. Entretanto, a frequência média dessa variável é de 2,59 (com desvio padrão igual a 1,79), dessa forma, acredita-se que isso esteja relacionado há diferenças entre os artesãos quanto às características de suas peças e forma de produção estabelecida. Observou-se que artesãos que produzem peças menores, com menor “valor artístico”, produzem em maior escala e vendem principalmente para compradores fazer a revenda de suas peças, conforme relatos.

Ó se eles dessem valor uma pecinha dessa era pra eu vender a cinco reais eu já vendi a cinco reais só que foi “fracando, fracando” aí agora eles num querem mais do preço que eles queria, que a desculpa deles, “não num tamo vendendo não, tá fraco, a venda tá fraca, ninguém tá querendo mais” aí a gente vai se atreve a baixar o preço pra poder vender porque se num baixar num vende, era cinco reais essas pecinhas e agora eles só querem de quatro e num é nem todos tem uns que num quer. (ARTESÃO 39)

Em alguns lugares é tipo como se fosse um preço tabelado, em alguns lugares que a gente vai vender. (ARTESÃO 40)

Finalmente, quando questionados quanto aos critérios utilizados para formação dos seus preços de venda, os artesãos revelaram vários fatores que

consideram mais importantes. Dessa maneira, a próxima tabela proposta apresenta em resumo os principais fatores citados pelos artesãos, elencados de acordo com a distribuição de frequência, sendo “N” o número de vezes que estes foram mencionados nas respostas.

Os fatores foram ainda categorizados de acordo com os principais critérios utilizados para formação dos preços de venda, segundo os autores que fundamentaram esse estudo. Conforme afirma Crepaldi (2010), as estratégias baseadas em custos visam olhar para dentro da empresa, já as estratégias baseadas na demanda e concorrência visam olhar primeiramente para fora da empresa, nessa perspectiva foi possível listar os principais fatores citados pelos artesãos na Tabela 8.

**Tabela 8** – Principais fatores para a formação dos preços de venda dos entrevistados

<b>Critérios para Formação dos Preços de Venda</b>	<b>Fatores que os artesãos consideram mais importantes</b>	<b>N</b> (frequência nas respostas)
Custo	Tempo de produção da peça;	15
	Produção dos detalhes, qualidade, beleza, referências e desenho da peça;	14
	Gasto de matéria-prima e outros materiais;	13
	Grau de dificuldade da produção, tamanho e/ou peso da peça;	10
	Custos do trabalho com a peça;	7
Demanda	Valor percebido, atribuído pela autoria da peça;	2
	Preço médio cobrado no mercado;	2
Concorrência	Preço de outros artesãos;	2

**Fonte:** Dados da pesquisa (2018).

Observou-se que o tempo gasto na produção das peças é um dos fatores considerado mais importante pelos entrevistados, sendo este o mais mencionado. Entretanto, muitos artesãos afirmaram nem sempre ser possível levar em consideração todo o tempo dedicado, visto que dessa maneira as peças iriam ter um preço mais elevado, dificultando a obtenção de suas vendas, conforme expõe artesã quando questionada sobre os critérios que utiliza para formar seus preços de venda.

O tempo de produção, o trabalho. Não é nem a matéria-prima, é o trabalho e o tempo que você leva e, às vezes, nem sempre você consegue... (pausa) Se você realmente fosse cobrar seu tempo ia ser mais difícil vender. Então assim, eu penso no tempo, mas você acaba vendendo assim, diminuindo o custo. (ARTESÃ 38)

Acredita-se que isso ocorre em casos que o artesão tem baixa expectativa de demanda e considera não obter o lucro desejado sobre o valor do custo de trabalho da sua mão de obra.

Entre os fatores considerados mais importantes, os artesãos também revelaram julgar decisivo na formação de seus preços de venda aspectos bem específicos da atividade artesanal e em alguns casos dotado em certa medida de subjetividade, como é o caso da beleza da peça. Contudo, a partir das respostas dos entrevistados, evidenciou-se que tais fatores estão relacionados ao seu processo produtivo.

Dessa maneira, nota-se que a produção dos detalhes, qualidade, beleza, referências e desenho da peça estão entre os fatores mais frequentes, e assim como o grau de dificuldade na produção, tamanho e/ou peso da peça, são levados em consideração no momento da precificação, tendo em vista o valor da mão de obra direta dos artesãos.

Alguns artesãos também ressaltaram considerar em seus preços os gastos com a matéria-prima e com outros materiais, e ainda o custo do trabalho em geral para produzir.

Convém destacar que, entre os entrevistados, foram mencionados duas vezes os gastos para comercializar, no entanto não foi listado na tabela, visto que não compreende efetivamente um custo, uma vez que ocorre depois da peça estar pronta para ser vendida. Apesar disso, verificou-se que as despesas com vendas são levadas em consideração nos preços nos casos em que viajam para feiras, por exemplo, a fim de não diminuírem seus lucros.

Fatores relacionados estritamente aos critérios de demanda e concorrência ocorreram em proporções bem menores comparados ao critério de custo, conforme também foi evidenciado nos resultados da escala de frequência. Além disso, verificou-se que em geral os artesãos o fazem combinando-os.

Em suma, observou-se que entre os fatores citados pelos artesãos como mais importantes na formação de seus preços, o critério de custo é novamente apontado como critério que exerce maior influência na formação dos preços de venda pelos artesãos da tipologia madeira associados na Associação dos Artesãos de Juazeiro do Norte.

## 6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Através da presente pesquisa, exploratória e descritiva, foi possível analisar quantitativa e qualitativamente o processo de formação dos preços de venda pelos artesãos da Associação dos Artesãos de Juazeiro do Norte sobre o artesanato produzido em madeira.

Nesse sentido, evidenciou-se que para a maioria dos artesãos pesquisados os custos são bastante importante. A utilização das informações de custos pelos artesãos indicou exercer maior influência no processo de formação dos seus preços.

Entretanto, observou-se que muitos não praticam separação entre custos e despesas, bem como não utilizam um método de custeio que sirva de base para realizar apurações, e lhes dar segurança na determinação de uma margem, que seja capaz de proporcionar lucro depois de cobrir todos seus gastos.

Contudo, observou-se também que alguns artesãos apresentaram possuir conhecimento sobre os elementos que compõem os custos do seu produto, além disso, a partir da análise de dados obtidos com a aplicação de escala de frequência, verificou-se que mesmo através do conhecimento empírico dos artesãos e apesar de apresentar-se de maneira rudimentar, para a maior parte da amostra a formação dos preços de venda é estabelecida a partir da fixação de *mark-up*.

Nota-se que a fixação do *mark-up* utilizada pelos artesãos não ocorre de maneira esclarecida, visto que os mesmos não possuem estudo sobre isso, de forma que a margem de lucro desejada é aplicada sobre a base dos custos considerada pelos artesãos.

Como afirmam Vergara e Silva (2007), apesar do artesão dominar habilidades e técnicas, falta-lhes, na maioria das vezes, preocupação com conhecimento sistêmico, que fragiliza sua capacidade empresarial. De fato, observou-se que os artesãos pesquisados possuem um nível de escolaridade elementar, que os distancia dos métodos fundamentados no conhecimento sistematizado. Dessa

maneira, nota-se que os mesmos utilizam os conhecimentos em geral obtidos ao longo do tempo dedicado à profissão.

A este respeito, vale destacar que a experiência e a prática adquiridas ao longo da dedicação à atividade profissional, agregam determinados conhecimentos aos artesãos para lidar com situações do mercado que estão inseridos.

Conforme aponta Keller (2014, p. 324) o artesanato consiste num “fenômeno heterogêneo, complexo e diversificado”. Nesse sentido, verificou-se que a atividade artesanal compreende características bastante particulares, sobretudo, relacionadas aos tipos de peças que são produzidas, quanto às formas de produção adotadas pelo artesão, diversidade de clientes atendidos, que por sua vez refletem nos valores que são estabelecidos em seus produtos.

Nessa perspectiva, cabe aqui uma importante reflexão para o fato de que, assim como as organizações que adotam políticas de preços baseadas nos critérios e ambiente no qual estão inseridas, mas particulares entre si, cada artesão também possui peculiaridades e autonomia que o permite tomar decisões e adotar práticas bastante particulares. Apesar de características entre os artesãos que os assemelham, como a tipologia em madeira e o predomínio da produção de esculturas, o artesanato é de fato um fenômeno complexo, heterogêneo e diversificado, em que o artesão é livre para produzir e vender peças de cunho artístico, por exemplo, diferentemente de outro artesão que poderá produzir objetos em série para ser posteriormente revendido, demandando um processo de precificação totalmente distinto.

Além disso, observou-se que o uso de ferramentas de controle e históricos do volume de produção e vendas que poderiam auxiliar os artesãos para lidar com alguns tipos de desafios e tomar decisões, verificou-se que os mesmos não possuem e não o fazem, dificultando a realização de planejamentos futuros.

Assim, observou-se que o critério de custos tem significativa influência sobre a formação dos preços de venda dos artesãos associados, porém conforme afirma Crepaldi (2010) nenhum dos critérios exclui a utilização de outro. Nesse sentido, foi possível observar que apesar dos critérios de demanda e concorrência influenciarem em menores proporções, os artesãos o fazem combinando com critério de custos.

Fatores como o valor percebido atribuído pela autoria da peça, por exemplo, evidenciou-se como um elemento das estratégias de mercado, que dão balizamento final sobre os preços de venda de boa parte dos artesãos.



Por último, observou-se que entre os fatores considerados mais importantes para determinação dos preços de venda, o tempo de produção da peça foi o mais citado pelos artesãos. Porém, outros fatores como a produção dos detalhes, qualidade, beleza, referências e desenho da peça, bem como o grau de dificuldade na produção, tamanho e/ou peso da peça merecem destaque, visto que são elementos muito específicos do trabalho artesanal, além de estarem todos muito relacionados ao principal elemento da atividade, que é mão de obra direta dos artesãos.

Considera-se que a maior dificuldade enfrentada pelos artesãos pesquisados está em não reconhecer todos seus custos, visto que entre eles, há alguns que apenas consideram para formação de seus preços, os valores gastos com a matéria-prima, por exemplo. Em outros casos, o problema maior é o fato de não obter o lucro desejado sobre o valor do custo de trabalho da sua mão de obra.

Assim, vale destacar que a atividade artesanal é dotada de um sistema de produção diferenciado de uma indústria, desafiando a competição dos produtos artesanais com produtos substitutos. Porém, é evidente que o artesanato tem significativa importância na promoção cultural e territorial, de modo que é basilar o fomento de políticas públicas neste setor. Destaca-se a realização de capacitação gerencial aos artesãos.

Outrossim, é importante destacar as limitações e dificuldades enfrentadas para a realização deste trabalho. A primeira se deu ao fato de que o estudo sobre formação de preço de objetos artesanais é inovador, o que garante relevância a presente pesquisa científica, no entanto constituiu em um trabalho desafiador. Não foram encontrados estudos teóricos científicos específicos sobre esta temática que pudessem nortear o estudo, remetendo à consulta de produções científicas em outros segmentos, que de alguma forma se assemelhasse no que se refere ao processo de formação de preço.

Além disso, o nível de escolaridade elementar dos sujeitos da pesquisa refletiu em dificuldades na compreensão de alguns termos durante a coleta de dados primários. Destaca-se o momento em que os artesãos deveriam responder a escala de frequência de forma objetiva, indicando o grau de frequência para cada variável, e os mesmos inicialmente o faziam com respostas positivas ou negativas, sendo necessário maior esforço para instigá-los a responder coerentemente.

Contudo, foi possível ultrapassar tais obstáculos, e evidenciou-se que estas limitações e dificuldades não foram capazes de impedir o alcance dos objetivos desta pesquisa. Ao contrário, estimulam novas reflexões e aprendizados, além de gerar novos questionamentos que podem vir a se constituir em pesquisas futuras, como: propor método específico para a formação dos preços de venda do artesanato em madeira, tendo em vista ampliar discussões nesse sentido, sobretudo, aproximá-los do conhecimento sistematizado, proporcionando-lhes aprendizados e instrumentalização que minimize suas fragilidades.

Entre outras pesquisas futuras é considerável analisar o mercado consumidor de artesanato, a fim de identificar o que leva consumidores desejar e comprar um objeto artesanal, bem como analisar o ciclo de vida do produto artesanal em madeira, suas características e diferenciação de demais produtos. Tais elementos estão intimamente relacionados com o próprio processo de formação de preço em artesanato, corroborando o argumento amplamente veiculado na literatura sobre o tema que aponta o artesanato como assunto complexo e que envolve diferentes áreas de conhecimento.

Diante do exposto no que diz respeito ao alto grau de inovatividade da pesquisa proposta, acredita-se que este estudo seja uma contribuição importante para a construção de conhecimento científico sobre o artesanato e espera-se que ele possa contribuir para estimular novos estudos e promover avanços nas análises sobre precificação e comercialização de objetos artesanais.

## REFERÊNCIAS

APPOLINÁRIO, F. **Metodologia da Ciência**: filosofia e prática da pesquisa. São Paulo: Cengage Learning, 2009.

ARAÚJO, I. M. Os novos espaços produtivos: relações sociais e vida econômica no Cariri cearense. **Tese de Doutorado**. Programa de Pós Graduação em Ciências Sociais – Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2006.

BORNIA, A. C. **Análise gerencial de custos em empresas modernas**. Porto Alegre: Bookman, 2002.

BRAMBATTI, L. E.; NITSCHKE, L. B. Associativismo e Participação Comunitária: O Roteiro Rural Caminhos de Guajuvira, Araucária-PR, Brasil. **Revista Rosa dos Ventos Turismo e Hospitalidade**, v. 10, p. 71-84, 2018.

BRASIL. **FUNARTE – Um Percorso Cultural**. Relatório 1985/ 1986.

\_\_\_\_\_. **Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE**. 2017. Disponível em: <<https://cidades.ibge.gov.br/brasil/ce/juazeiro-do-norte/panorama>>. Acesso em: 24 Abr. 2018.

\_\_\_\_\_. Instituto de Pesquisa e Estratégia Econômica do Ceará – IPECE. **Ceará em Mapas: Distribuição da População**. 2010. Disponível em: <<http://www2.ipece.ce.gov.br/atlas/capitulo2/21.htm>>. Acesso em: 24 Abr. 2018.

\_\_\_\_\_. Instituto de Pesquisa e Estratégia Econômica do Ceará – IPECE. **Ceará em Mapas: Indicadores Econômicos**. 2015. Disponível em: <<http://www2.ipece.ce.gov.br/atlas/capitulo5/55.htm>>. Acesso em: 24 Abr. 2018.

CHITI, J. F. **Artesanía, Folklore y Arte Popular**. Ediciones Condorhuasi, Buenos Aires. 2003.

CREPALDI, S. A. **Curso básico de contabilidade de custos**. 5. ed. São Paulo, SP: Atlas, 2010.

DELLA CAVA, R. **Milagre em Joazeiro**. Tradução de Maria Yedda Linhares. 3. ed. São Paulo: Companhia das Letras, 2014.

FARIA, A. M.; SILVA, A.R.L. Artesanato nos estudos organizacionais: A literatura brasileira de 2006 a 2015. **Revista Pensamento Contemporâneo em Administração**, Rio de Janeiro, v.11, n.2, p.120-135, 2017. Disponível em: <<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=441752172007>>. Acesso em: 29 Abr. 2018.

GRANGEIRO, R. R. O trabalho do artesão do Cariri cearense: sua história, práticas e significados da atividade profissional. **Tese de Doutorado**. Programa de Pós Graduação em Psicologia – Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2015.

GRANGEIRO, R. R.; BASTOS, A. V. B. O significado do trabalho para os artesãos da região do Cariri cearense. **HOLOS**, [S.l.], v. 2, p. 190-206, jun. 2018. Disponível

em: <<http://www2.ifrn.edu.br/ojs/index.php/HOLOS/article/view/6256>>. Acesso em: 11 Mai. 2018.

GRANGEIRO, R. R.; BASTOS, A. V. B. Organização do Trabalho Artesanal: Examinando Aspectos de Inovação e Visibilidade do Artesanato no Cariri Cearense. **Revista de Psicologia**. Fortaleza, v. 7, n. 2, p.33-48, Jul./ Dez. 2016. Disponível em: <<http://www.periodicos.ufc.br/psicologiaufc/article/view/6274>>. Acesso em: 29 Mar. 2018.

GRANGEIRO, R. R.; SILVA JUNIOR, J. T. **Perfil dos artesãos do Padre Cícero no século XXI**: condições socioeconômicas, processo produtivo, aspectos ambientais e capacidade de organização dos artesãos de Juazeiro do Norte-CE. 1. ed. Juazeiro do Norte: BSG – Bureau de Serviços Gráficos, 2013.

KELLER, P. F. O Artesão e a Economia do Artesanato na Sociedade Contemporânea. **Revista de Ciências Sociais Política & Trabalho**. São Luís, n. 41, p. 323-347, Out. 2014. Disponível em: <<http://periodicos.ufpb.br/ojs/index.php/politicaetrabalho/article/view/21342/12653>>. Acesso em: 10 Set. 2016.

KOTLER, P. **Marketing para o século XXI**: como criar, conquistar e dominar mercados. São Paulo: Futura, 1999.

LAZIER, L. C. Métodos de custeio e formação de preços: um estudo de caso em uma instituição de ensino superior privada do estado de São Paulo. **Dissertação de Mestrado**. Faculdade de Gestão e Negócios – Universidade Metodista de Piracicaba, Piracicaba, 2011.

MACHADO, M. A. V.; MACHADO, M. R.; HOLANDA, F. M. de A. Análise do Processo de Formação de Preços do Setor Hoteleiro da cidade de João Pessoa/PB: Um estudo Exploratório. In: Encontro da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração. **XXX EnANPAD**. Salvador/BA: ANPAD, 2006. Disponível em: <<http://www.anpad.org.br/enanpad/2006/dwn/enanpad2006-ficb-2869.pdf>>. Acesso em: 07 Set. 2016.

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

MARTINS, S. **Arte e artesanato folclóricos**. Brasília: Funarte, 1973. (Coleção cadernos de folclore, n.10).

NOBRE, E. dos S. O teatro de Deus: a construção do espaço sagrado de Juazeiro a partir de narrativas femininas (Ceará, 1889-1898). **Dissertação de Mestrado**. Programa de Pós Graduação em História – Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, 2010.

NOVAES, A. M. C. O Processo de Artificação em Juazeiro Do Norte – Análise do Centro Cultural Mestre Noza. **Tese de Doutorado**. Programa de Pós Graduação em Sociologia – Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2011.

OLIVEIRA, L. M.; PEREZ JR., J. H. **Contabilidade de custos para não contadores**. 4 ed. São Paulo: Atlas, 2009.

OLIVEIRA, P. T. Arranjo Produtivo Local: o caso do artesanato em madeira na cidade de Juazeiro do Norte. 2009. **Monografia** (Graduação em Ciências Econômicas) – Centro de Estudos Sociais Aplicados, Universidade Regional do Cariri, Crato, 2009.

PADOVEZE, C. L. **Curso Básico Gerencial de Custos**. 2. ed. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2006.

PEREIRA, J. C. **Artesanato**: definições, evolução e ação do Ministério do Trabalho: Brasília: Ministério do Trabalho, 1979.

PORTO ALEGRE, S. **Mãos de Mestre**: itinerários de arte e tradição. São Paulo: Maltese, 1994.

RABELLO, S. **Os Artesãos do Padre Cícero**: condições sociais e econômicas do artesanato de Juazeiro do Norte. Recife: Instituto Joaquim Nabuco de Pesquisas Sociais, 1967.

SANTOS, A. C. ; MARTINS, Pablo Luiz . Formação de Preços num Pólo Artesanal de Cluster na Região das Vertentes. In: IX SEGeT Simpósio de Excelência em Gestão e Tecnologia, 2012. Resende/RJ. **Anais do IX SEGeT Simpósio de Excelência em Gestão e Tecnologia**, 2012.

SEBRAE. **Termo de Referência Programa Sebrae de Artesanato**. 2004.

SEBRAE. **Termo de Referência Atuação do Sistema Sebrae no Artesanato**.2010. Disponível em:  
<[http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS\\_CHRONUS/bds/bds.nsf/4762969DAC2E2FBC8325770E005416FC/\\$File/NT00043F22.pdf](http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/4762969DAC2E2FBC8325770E005416FC/$File/NT00043F22.pdf)>. Acesso em: 20 Set. 2016.

VERGARA, S.; SILVA, H. Organizações artesanais: um sistema esquecido na teoria das organizações. **Revista Portuguesa e Brasileira de Gestão**. Lisboa, v. 6, n. 3, p. 32-38, Jul. 2007. Disponível em:  
<[http://www.scielo.mec.pt/scielo.php?pid=S1645-44642007000300004&script=sci\\_arttext&tlng=es](http://www.scielo.mec.pt/scielo.php?pid=S1645-44642007000300004&script=sci_arttext&tlng=es)>. Acesso em: 20 Set. 2016.

VITORIANO, G. C. A invenção da arte popular em Juazeiro do Norte. **Dissertação de Mestrado**. Programa de Pós Graduação em História Social – Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2004.

WALKER, D. **História da independência de Juazeiro do Norte**. Juazeiro do Norte: HB Editora, 2010.

## APÊNDICE A

Nome do pesquisador:	Número do formulário de entrevista:	
Data da entrevista:		

Identificação do Artesão					
Nome:			Apelido:		
Bairro:			Município:		
Telefone:			E-mail:		
Idade:			Redes Sociais:		
Gênero:	1	Feminino	2	Masculino	
Escolaridade: Fundamental	1	Completo	2	Incompleto	
Médio	1	Completo	2	Incompleto	
Superior	1	Completo	2	Incompleto	Curso:
Outros:					
Há quanto tempo exerce essa atividade?					

Organização do Trabalho					
Quantos dias da semana são dedicados à atividade de artesanato?					
Quantas horas por dia você dedica a esta atividade?					
Quantas peças são produzidas por mês?					
Quanto tempo leva em média na fabricação de uma peça?	Pequena _____ Média _____ Grande _____				
Considera seu tempo de produção rápido, lento ou intermediário?	_____ _____				
Como tem acesso à matéria prima?					
Você utiliza outros materiais para produção das peças?	1	Sim	2	Não	
Quais?					
Utiliza alguma ferramenta para controle de custos e despesas?	1	Sim	2	Não	
Qual?					
Possui despesas comerciais e/ou administrativas na Associação?	1	Sim	2	Não	
Quais?					
Qual a média de vendas mensal?					

<b>Crêterios para Forma�o de Preços</b>					
Você saberia definir quem � seu público-alvo?					
A autoria pela produ�o da peça exerce alguma influência no preço de venda? Como?					
Como calcula descontos sobre o preço de venda das peças?					
O preço final cobrado pela peça inclui o trabalho de mais algum profissional além do seu? Esse custo � um valor sempre fixo ou tem cr�terios que variam o valor?					
Quais cr�terios você utiliza para formar os preços de venda?					
Já teve alguma atividade (curso) de qualifica�o profissional?		1	Sim	2	Não
Em qual (is) �rea (s) participou da capacita�o?					
	Artesanato		Gestão		
	Turismo		Associativismo/ cooperativismo		
	Vendas		Nenhuma		
	Forma�o de preços		Outras Quais?		
Qual (is) entidade (s) ministrou (ram) esta (s) capacita�o (�es)?					

Responder itens de acordo com escala de frequência onde 1=nunca; 2=raramente, 3=algumas vezes; 4=muitas vezes; 5=sempre

	1	2	3	4	5
Produzo peças individualmente					
Adiciono ao custo de aquisi�o da matéria-prima uma margem para obter lucro					
Meus preços de venda são baseados nos custos					
Meu preço pode ser elevado de acordo com o valor percebido pelo cliente					
Custeio assessoria em designer para desenvolver novas peças					
Vendo em pronta-entrega					
Meus preços de venda são baseados na concorrência					
Produzo peças coletivamente					
Adiciono ao custo de produ�o total uma margem para obter					

lucro					
Os preços cobrados são equivalentes aos preços de mercado					
Meus preços de venda são baseados no mercado ou demanda					
Vendo sob encomenda					
Vendo a preços abaixo de mercado para me tornar conhecido					
Conheço o valor mínimo que gasto para produzir uma peça					
Acompanho os preços dos concorrentes					
Adiciono aos custos do produto um determinado valor para definir o preço de venda					
Sofro prejuízo no preço de venda ao estimar um tempo de produção menor que o tempo trabalhado					



## APÊNDICE B – TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E INFORMADO



### UNIVERSIDADE FEDERAL DO CARIRI CURSO ADMINISTRAÇÃO

#### AUTORIZAÇÃO

Eu .....,  
abaixo assinado(a), autorizo Patrícia Oliveira Pinheiro, estudante do curso de Administração, da Universidade Federal do Cariri, a utilizar as informações por mim prestadas, para a elaboração de seu Trabalho de Conclusão de Curso. Solicitamos também autorização para gravar as informações prestadas. O TCC em questão se refere à formação de preço em artesanato de madeira na Associação dos Artesãos de Juazeiro do Norte – Centro de Cultura Mestre Noza e está sendo orientado pela Profa. Dra. Rebeca Grangeiro.

Juazeiro do Norte, \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de 20\_\_\_\_.

---

Assinatura do entrevistado

**APÊNDICE C – FOTOGRAFIAS DAS PEÇAS DE ARTESANATO EM MADEIRA**













