

COMO VENDER ARTESANATO

 Cursoslivres



Introdução aos Fundamentos do Artesanato como Negócio

O artesanato como produto comercial

Introdução

O artesanato é uma das formas mais antigas de produção material da humanidade. Através da habilidade manual e da criatividade, objetos com valor estético, utilitário ou simbólico são produzidos, frequentemente refletindo tradições culturais, saberes populares e identidades regionais. No contexto atual, o artesanato se consolidou não apenas como expressão artística, mas também como alternativa econômica relevante, especialmente em comunidades onde o trabalho formal é escasso.

Com a valorização de produtos sustentáveis, autênticos e personalizados, o artesanato encontrou uma demanda crescente no mercado, especialmente entre consumidores que buscam diferenciação, exclusividade e conexão cultural com os produtos adquiridos. A profissionalização dessa atividade, contudo, exige compreender suas especificidades, suas potencialidades comerciais e as tendências de consumo que envolvem o setor.

O que diferencia o artesanato de outros produtos

O principal diferencial do artesanato em relação aos produtos industrializados é o seu caráter **manual, individual e artístico**. Ao contrário de peças produzidas em larga escala por máquinas, o artesanato carrega a marca pessoal do artesão, sendo fruto de um processo que envolve técnica, criatividade e, muitas vezes, uma carga simbólica ou cultural.

Outra característica essencial é a **originalidade**. Mesmo que duas peças sejam feitas com o mesmo modelo, não serão exatamente idênticas, o que confere ao produto um aspecto único. Esse fator é muito valorizado por consumidores que buscam exclusividade e um afastamento do padrão massificado das grandes indústrias.

O artesanato também está fortemente ligado a **elementos culturais e regionais**. Ele representa modos de vida, tradições familiares ou comunitárias, e pode se constituir como uma forma de resistência cultural. Produtos artesanais de determinadas regiões carregam consigo a memória coletiva e o patrimônio cultural local, o que amplia seu valor simbólico no mercado.

Além disso, o processo artesanal costuma ser mais **sustentável**, empregando materiais naturais ou reciclados e utilizando técnicas que não demandam grandes recursos energéticos ou químicos. Isso faz com que o artesanato dialogue com tendências contemporâneas de consumo consciente e sustentável.

Por fim, o relacionamento entre produtor e consumidor no artesanato tende a ser mais **próximo e humanizado**, com possibilidade de personalizações, adaptações e construções colaborativas do produto — algo difícil de ser replicado em ambientes industriais.

Tipos de artesanato que mais vendem

O mercado do artesanato é bastante diversificado, abrangendo desde peças utilitárias até itens de decoração, acessórios de moda e brinquedos. Contudo, certos segmentos se destacam por apresentarem maior apelo comercial, facilidade de escoamento e valorização pelo público consumidor:

1. **Artesanato decorativo:** Quadros, mandalas, peças em cerâmica, mosaicos, esculturas em madeira ou metal e enfeites para casa são altamente valorizados por consumidores que buscam personalidade e autenticidade na decoração de interiores. Itens com identidade regional também são muito procurados por turistas.
2. **Moda e acessórios:** Bijuterias, bolsas, chapéus, sandálias e peças de vestuário bordadas ou tingidas artesanalmente têm alta demanda, principalmente quando dialogam com tendências de moda sustentável e consumo ético. O uso de materiais naturais, como couro, palha, sementes ou tecidos orgânicos, reforça esse apelo.
3. **Artesanato utilitário:** Itens que unem beleza e funcionalidade — como cestas, potes, colheres, jogos americanos, panos de prato e sabonetes artesanais — são muito bem aceitos. A multifuncionalidade e a estética contribuem para uma boa aceitação desses produtos.
4. **Artesanato infantil:** Brinquedos de madeira, bonecas de pano e livros sensoriais artesanais têm tido boa receptividade, especialmente entre pais que buscam alternativas mais educativas e seguras em comparação aos brinquedos industrializados.
5. **Produtos religiosos e espirituais:** Terços, imagens sacras, velas decoradas, mandalas e amuletos são frequentemente comercializados tanto por seu valor estético quanto espiritual, sendo alvo de consumidores específicos e fiéis a determinados estilos ou crenças.

6. **Produtos personalizados por encomenda:** A customização é uma grande aliada do artesão. Produtos com nome, datas, frases ou características pessoais do cliente têm maior valor percebido e possibilitam fidelização.
7. **Souvenires e lembranças:** O turismo é uma fonte significativa de consumo de artesanato. Imãs de geladeira, chaveiros, miniaturas, camisas pintadas à mão e lembranças regionais geram volume de vendas considerável em cidades turísticas.

Considerações finais

Transformar o artesanato em um produto comercial competitivo exige mais do que habilidade manual. É necessário compreender o comportamento do consumidor, adaptar-se a tendências de mercado, buscar qualidade e consistência nas peças produzidas e investir em identidade e diferenciação. O artesanato tem o poder de encantar, contar histórias e gerar conexão, o que representa uma enorme vantagem em um mercado saturado por produtos impessoais e massificados.

A profissionalização da atividade artesanal passa, portanto, por estratégias que valorizem a cultura local, a sustentabilidade, a criatividade e a inovação. Com planejamento e capacitação, o artesão pode ocupar um lugar de destaque na economia criativa e estabelecer uma relação duradoura com seu público consumidor.

Referências Bibliográficas

- ALMEIDA, R. M. de. *O que é artesanato*. São Paulo: Brasiliense, 2011.
- SEBRAE. *Caderno de Artesanato: Como vender mais*. Brasília: Sebrae Nacional, 2020.
- BRITO, A. D. et al. *Artesanato como Estratégia de Desenvolvimento Sustentável*. Revista Ciência e Sustentabilidade, v. 7, n. 2, 2019.
- ONU. *Economia Criativa: Uma opção de desenvolvimento sustentável*. Relatório da UNCTAD, 2010.
- CAVALCANTI, L. R. M. *Economia Criativa e Artesanato: desafios e oportunidades no Brasil*. Revista Estudos e Pesquisas em Psicologia, v. 12, n. 2, 2012.



TENDÊNCIAS E SAZONALIDADE DE MERCADO NO ARTESANATO

Como acompanhar o mercado e adaptar a produção artesanal à demanda do consumidor

Introdução

No contexto do empreendedorismo criativo, o artesanato vem ganhando espaço como alternativa econômica e expressão cultural. No entanto, para garantir a sustentabilidade financeira dessa atividade, é essencial que o artesão compreenda as **dinâmicas do mercado**, especialmente no que se refere às **tendências de consumo** e à **sazonalidade da demanda**. Compreender esses elementos permite uma produção mais estratégica, evita estoques parados e favorece melhores margens de lucro.

Tanto as tendências quanto a sazonalidade influenciam diretamente no comportamento de compra dos consumidores. Estar atento a essas variações não significa seguir modismos de maneira acrítica, mas sim alinhar a identidade artesanal às expectativas de públicos diversos em momentos distintos do ano.

Entendendo as tendências de mercado

Tendência de mercado pode ser definida como um padrão emergente no comportamento dos consumidores, influenciado por fatores culturais, sociais, econômicos e tecnológicos. Para o setor artesanal, algumas dessas tendências têm provocado mudanças importantes no perfil de consumo:

1. **Consumo consciente e sustentável**

Cada vez mais consumidores buscam produtos ecológicos, feitos com materiais recicláveis, biodegradáveis ou de baixo impacto ambiental. O artesanato, por sua natureza manual e uso frequente de matérias-primas naturais, se encaixa bem nesse perfil de consumo.

2. **Valorização do local e do feito à mão**

A busca por produtos com identidade cultural, regionais e que valorizem saberes tradicionais tem crescido. O movimento “compre de quem faz” e o fortalecimento de feiras e plataformas de artesãos refletem esse cenário.

3. **Personalização e exclusividade**

Produtos únicos ou personalizados (com nomes, cores, frases específicas) ganham espaço em um mercado saturado de padronização. O artesanato, por não seguir moldes industriais rígidos, é especialmente valorizado por essa característica.

4. **Digitalização e vendas online**

A presença digital é hoje uma exigência de mercado. Artesãos que usam redes sociais, marketplaces ou lojas virtuais tendem a atingir um público mais amplo e jovem. Além disso, a estética das fotos, a linguagem de divulgação e o engajamento com o público são diferenciais competitivos.

5. **Produtos multifuncionais e utilitários**

Além do valor estético, cresce o interesse por itens que tenham utilidade prática no dia a dia, como organizadores, acessórios, utensílios de cozinha, embalagens reutilizáveis, entre outros.

6. Integração com outras áreas

O artesanato tem dialogado com setores como decoração, moda e bem-estar. Peças artesanais utilizadas em ambientes de design de interiores ou como acessórios de moda sustentável ganham destaque nas vitrines físicas e digitais.

Acompanhar essas tendências exige que o artesão esteja em constante observação do mercado, visitando feiras, acompanhando perfis de referência, participando de capacitações e, sobretudo, ouvindo os próprios clientes.

A importância da sazonalidade

A **sazonalidade** se refere à variação cíclica da demanda ao longo do tempo, especialmente de acordo com o calendário civil, datas comemorativas e mudanças climáticas. Para o artesão, isso implica adaptar a produção conforme períodos específicos, de modo a aproveitar ao máximo o potencial de vendas.

Datas comemorativas

Momentos como **Natal, Dia das Mães, Dia dos Namorados, Páscoa e festas juninas** são altamente lucrativos para o comércio artesanal. Nesses períodos, o público busca presentes afetivos e personalizados, o que favorece a venda de peças artesanais. É recomendável que o artesão antecipe sua produção para essas datas, divulgando e vendendo com antecedência.

Estações do ano

A mudança das estações também influencia as vendas. No verão, por exemplo, há maior procura por roupas leves, bolsas de palha, acessórios tropicais, objetos coloridos e itens de praia.

Já no inverno, produtos como mantas, cachecóis, velas artesanais e objetos acolhedores tendem a se destacar.

Eventos locais e regionais

Feiras culturais, festas religiosas e eventos comunitários movimentam a economia local. Participar dessas ocasiões com produtos que dialoguem com o tema ou tradição pode ampliar a visibilidade e o lucro.

Ciclo escolar e corporativo

A volta às aulas é uma boa oportunidade para oferecer produtos como estojos, mochilas personalizadas ou cadernos artesanais. Já no fim de ano, empresas costumam adquirir brindes para funcionários e clientes — oportunidade para encomendas em volume.

Como se adaptar às tendências e à sazonalidade

A flexibilidade e o planejamento são aliados do artesão diante das mudanças de mercado. Algumas estratégias recomendadas incluem:

- **Planejamento de calendário anual de produção**, com foco nos meses de maior demanda;
- **Estoque mínimo rotativo**, para evitar acúmulo de peças fora de época;
- **Catálogo temático sazonal**, renovando a linha de produtos conforme o calendário;
- **Monitoramento de redes sociais e comportamento do público**, para adaptar estilos, cores e temáticas;
- **Criação de edições limitadas e produtos personalizados**, o que valoriza a exclusividade e eleva o ticket médio;

- **Participação em feiras e eventos estratégicos**, alinhando o portfólio ao público presente.

Considerações finais

Conhecer as tendências e a sazonalidade do mercado é essencial para a sustentabilidade econômica do artesanato. Mais do que seguir modas passageiras, trata-se de adaptar-se com criatividade e planejamento às demandas do consumidor contemporâneo, que valoriza autenticidade, responsabilidade social e conexão emocional com os produtos.

A profissionalização do artesão passa pela capacidade de entender o seu mercado, planejar sua produção e manter-se atualizado. Isso não significa perder a identidade artística ou cultural da obra, mas, sim, usá-la como diferencial competitivo em um mundo cada vez mais impessoal e padronizado.

Referências bibliográficas

- SEBRAE. *Artesanato e Tendências de Consumo*. Brasília: Sebrae Nacional, 2020.
- ALMEIDA, R. M. de. *O que é artesanato*. São Paulo: Brasiliense, 2011.
- ONU. *Creative Economy Report*. UNCTAD, 2013.
- ANDRADE, M. C. *Artesanato, Economia Criativa e Sustentabilidade*. Revista de Extensão da UEMG, v. 11, n. 2, 2022.
- SILVA, J. P. *Marketing para Artesãos: Como vender sua arte*. São Paulo: Editora Artesanal, 2019.

PRECIFICAÇÃO CORRETA DO SEU PRODUTO ARTESANAL

Cálculo de custo direto e indireto. Margem de lucro e preço justo. Erros comuns ao precificar artesanato.

Introdução

A precificação de produtos artesanais é um dos maiores desafios enfrentados por artesãos que desejam transformar sua arte em fonte de renda sustentável. Muitas vezes, o valor final cobrado pelo produto não considera adequadamente os custos envolvidos, o tempo de trabalho, os encargos e a margem de lucro necessária. O resultado pode ser a desvalorização do trabalho manual, a insustentabilidade financeira do negócio e a dificuldade de crescimento.

Saber precificar corretamente exige conhecimento básico de custos, planejamento e visão estratégica. Além disso, é necessário romper com a visão de que o artesanato deve ser mais barato por ser feito em casa ou com poucos recursos tecnológicos. Ao contrário, trata-se de um produto único, autoral e muitas vezes mais valioso justamente por não ser padronizado ou industrial.

Cálculo de custo direto e indireto

O primeiro passo para precificar corretamente um produto artesanal é conhecer todos os **custos envolvidos na sua produção**. Eles podem ser classificados como diretos ou indiretos.

Custo direto

São os custos diretamente aplicáveis à produção de cada peça, como:

- **Matéria-prima:** tecidos, linhas, madeira, argila, papel, tintas, etc.
- **Componentes e insumos:** botões, zíperes, colas, embalagens, etiquetas.
- **Mão de obra:** mesmo que o artesão produza sozinho, deve considerar o valor do seu tempo de trabalho. Estimar um valor por hora de produção é fundamental para calcular o custo do serviço prestado.

Custo indireto

São os custos que não estão diretamente ligados à produção de uma única peça, mas que compõem o funcionamento do negócio, tais como:

- **Energia elétrica, água, internet e telefone;**
- **Aluguel ou espaço utilizado na produção** (mesmo que seja residencial, uma parcela pode ser considerada);
- **Equipamentos e ferramentas:** máquinas de costura, alicates, fornos, impressoras, etc.
- **Deslocamento, divulgação e participação em feiras.**

Esses custos devem ser rateados entre os produtos fabricados em um determinado período para garantir que estejam embutidos no preço final.

Um modelo simples para encontrar o custo total por produto é:

Custo total = Custo direto + (Custo indireto mensal / número de peças produzidas no mês)

Margem de lucro e preço justo

Com o custo total calculado, o próximo passo é aplicar uma **margem de lucro**, que corresponde ao ganho pretendido sobre o valor investido. Essa margem varia conforme o setor, a concorrência, o valor percebido pelo cliente e o posicionamento do artesão no mercado.

Para produtos artesanais, é comum aplicar margens de **30% a 100%** sobre o custo total, especialmente se o produto for exclusivo, personalizado ou de valor artístico elevado.

A fórmula básica de precificação pode ser:

$$\text{Preço de venda} = \text{Custo total} + \text{Margem de lucro}$$

Por exemplo: se um produto teve custo total de R\$ 20 e a margem desejada é de 50%, o preço de venda será:

$$\text{R\$ 20} + (50\% \text{ de R\$ 20}) = \text{R\$ 30}$$

Esse valor pode ser ajustado conforme fatores como:

- Preço praticado por concorrentes;
- Capacidade de pagamento do público-alvo;
- Valor percebido (exclusividade, qualidade, diferencial estético);
- Canais de venda (presencial, online, por atacado).

Importante lembrar que o **preço justo** não é o mais baixo possível, mas aquele que equilibra **valor para o cliente, sustentabilidade para o artesão e coerência com o mercado**. O cliente que valoriza o artesanato não procura apenas preço, mas qualidade, originalidade e vínculo afetivo com o produto.

Erros comuns ao precificar artesanato

Evitar erros na precificação é essencial para garantir a sustentabilidade do negócio. Abaixo, os mais comuns entre artesãos:

1. Não contabilizar o tempo de trabalho

Muitos artesãos desconsideram o tempo gasto na produção, o que reduz drasticamente o valor do serviço prestado. Todo trabalho manual tem valor e deve ser remunerado.

2. Ignorar custos indiretos

É comum considerar apenas o material utilizado, mas esquecer despesas como luz, internet, transporte ou manutenção de ferramentas. Isso compromete o lucro real.

3. Copiar o preço de outros artesãos sem avaliar os próprios custos

Cada negócio tem sua realidade. Reproduzir o preço de outros pode levar à prática de valores abaixo do necessário para cobrir seus próprios gastos.

4. Subestimar o valor artístico e simbólico do artesanato

Por receio de não vender, muitos artesãos cobram valores baixos. Isso reduz a valorização do produto e deseduca o consumidor quanto ao verdadeiro custo do trabalho artesanal.

5. Desconsiderar comissões e taxas de plataformas

Em vendas online ou por marketplaces, é necessário incluir as taxas cobradas pelas plataformas (como Elo7, Shopee, Mercado Livre), além de custos de envio e embalagem.

6. Não revisar periodicamente os preços

Os preços de matéria-prima e insumos mudam com frequência. O artesão deve revisar seus cálculos periodicamente para evitar prejuízos.

7. Não diferenciar atacado e varejo

Ao vender em grandes quantidades (atacado), é comum aplicar preços com menor margem, mas isso deve estar planejado, nunca ser feito por impulso ou por pressão de compradores.

Considerações finais

A precificação correta é um dos pilares do sucesso no artesanato como negócio. Não se trata apenas de cobrir custos, mas de garantir sustentabilidade, valorização do trabalho e posicionamento justo no mercado. Com uma metodologia simples e planejamento, é possível definir preços que remunerem o artesão de forma digna e atraiam clientes comprometidos com o valor do feito à mão.

Profissionalizar a gestão financeira, mesmo em pequenos negócios criativos, é um passo fundamental para consolidar o artesanato como fonte de renda estável e respeitada.

Referências bibliográficas

- SEBRAE. *Como formar preço de venda*. Brasília: Sebrae Nacional, 2020.
- MARQUES, C. A. C. *Empreendedorismo e Gestão no Artesanato*. Rio de Janeiro: Autêntica, 2019.
- OLIVEIRA, M. S. *Precificação no Artesanato: guia para pequenos produtores*. São Paulo: Editora Economia Criativa, 2018.
- CAVALCANTI, L. R. M. *Economia Criativa e Artesanato no Brasil*. Revista Estudos e Pesquisas em Psicologia, v. 12, n. 2, 2012.
- MEDEIROS, L. *Gestão para Artesãos: da produção à comercialização*. Salvador: Projeto Empreender com Arte, 2021.



PERFIL DO COMPRADOR DE ARTESANATO

Quem compra artesanato e por quê? Comportamento de consumo emocional. Fidelização e encantamento do cliente.

Introdução

O artesanato, enquanto expressão cultural e produto de valor simbólico, ocupa uma posição diferenciada no mercado. Sua venda não se baseia apenas na utilidade do item, mas na história, na estética e na experiência que ele proporciona. Entender o **perfil do comprador de artesanato** é essencial para quem deseja comercializar seus produtos com sucesso. Essa compreensão permite ações mais assertivas de comunicação, fidelização e posicionamento de marca.

Ao contrário do que ocorre com produtos industrializados, o artesanato atende a motivações emocionais e simbólicas do consumidor, que busca conexão afetiva, exclusividade, identidade e propósito em suas compras. Neste cenário, o artesão não oferece apenas um objeto, mas um **encontro entre saberes, sentimentos e significados**.

Quem compra artesanato e por quê?

O público consumidor de artesanato é diverso, abrangendo diferentes faixas etárias, níveis de escolaridade e motivações. No entanto, existem alguns perfis predominantes que se destacam:

1. **Consumidores conscientes e sustentáveis**

Pessoas que valorizam práticas de consumo ético, produção local e materiais ecológicos tendem a preferir produtos artesanais. Essa escolha reflete um estilo de vida que busca minimizar impactos ambientais e apoiar pequenos produtores.

2. **Turistas e visitantes**

O turismo é um dos principais impulsionadores das vendas de artesanato. Turistas compram peças típicas como lembrança da experiência vivida, valorizando elementos culturais e regionais.

3. **Público que busca exclusividade**

Muitos consumidores estão cansados da padronização das grandes marcas e procuram no artesanato peças únicas ou personalizadas. Essa busca por exclusividade é forte entre consumidores de moda, decoração e presentes afetivos.

4. **Compradores por ocasião ou afeto**

Datas comemorativas, aniversários e celebrações familiares também impulsionam a compra de artesanato, especialmente pela possibilidade de personalização e pela carga emocional que os produtos carregam.

5. **Apoiadores da economia criativa**

Pessoas que conhecem e valorizam a importância do trabalho manual, da cultura local e da produção independente, e que buscam contribuir com esses movimentos através do consumo.

Além disso, pesquisas indicam que grande parte dos consumidores de artesanato são **mulheres entre 25 e 55 anos**, com escolaridade média a alta e sensibilidade estética desenvolvida, embora esse perfil varie conforme o tipo de produto, canal de venda e região do país.

Comportamento de consumo emocional

O consumo de artesanato é fortemente influenciado por fatores **emocionais, simbólicos e afetivos**. Diferentemente da compra por necessidade objetiva, como ocorre com produtos de supermercado ou itens industriais, o artesanato envolve uma **dimensão subjetiva**, que pode incluir:

- **Afeto e memória:** o consumidor associa o produto a lembranças pessoais, pessoas queridas ou experiências marcantes;
- **Identidade e pertencimento:** adquirir produtos com elementos culturais pode representar orgulho de origem, respeito por tradições ou busca por autenticidade;
- **Estética e bem-estar:** a beleza da peça artesanal, sua textura, cor e design geram prazer estético e sensação de acolhimento;
- **Valorização da história do produto:** conhecer o processo de produção, os materiais usados e o artesanato envolvido confere maior valor simbólico à compra;
- **Sentido de propósito:** comprar do pequeno produtor, da artesã local ou de comunidades tradicionais representa, para muitos, uma forma de engajamento social.

Esse tipo de consumo é marcado por **emoções positivas**, como encantamento, gratidão, empatia e admiração. Por isso, a comunicação do artesão deve destacar não apenas as características técnicas do produto, mas também a sua história, os valores envolvidos e a conexão emocional possível.

Fidelização e encantamento do cliente

Encantar e fidelizar o cliente no universo do artesanato não exige grandes investimentos em marketing, mas sim **atenção ao detalhe, empatia e autenticidade**. A fidelização ocorre quando o cliente sente que sua experiência de compra foi satisfatória, significativa e única. Algumas estratégias eficazes incluem:

1. Personalização do atendimento

Tratar o cliente pelo nome, lembrar preferências, oferecer opções sob medida e manter um contato humanizado são formas simples e eficazes de gerar vínculo.

2. Apresentação cuidadosa do produto

Embalagens criativas, cartões feitos à mão, pequenos brindes ou mensagens escritas aumentam a percepção de valor e provocam emoções positivas.

3. História da peça

Contar como o produto foi feito, qual é sua origem ou o significado de seus elementos aumenta a conexão emocional do cliente com a peça.

4. Pós-venda humanizado

Entrar em contato após a entrega, perguntar se o cliente ficou satisfeito e agradecer pela compra reforçam o relacionamento e aumentam as chances de recompra.

5. Conteúdo e inspiração nas redes sociais

Usar plataformas digitais para mostrar bastidores, processos criativos, depoimentos e ideias de uso das peças ajuda a manter o cliente engajado com a marca.

6. Programas de fidelidade afetiva

Oferecer vantagens para quem compra mais de uma vez, como brindes, descontos ou acesso antecipado a lançamentos, ajuda a construir uma base sólida de clientes recorrentes.

O encantamento no artesanato está muito mais ligado à **experiência e emoção** do que ao preço. Clientes encantados se tornam promotores espontâneos do produto, recomendando-o a amigos, divulgando nas redes sociais e retornando para novas compras.

Considerações finais

O artesanato, mais do que um produto, é um elo entre o criador e o consumidor. Compreender quem compra, por que compra e o que busca nessa compra é essencial para posicionar corretamente o trabalho artesanal no mercado. O perfil do comprador de artesanato é, em sua essência, emocional, ético e sensível. Ele valoriza histórias, autenticidade e relações humanas.

Nesse contexto, o artesão que deseja prosperar deve ir além da produção técnica e assumir uma postura estratégica de comunicação, relacionamento e encantamento. É na experiência, no cuidado e no afeto que reside o verdadeiro diferencial competitivo do artesanato.

Referências bibliográficas

- SEBRAE. *Perfil do Consumidor de Artesanato*. Brasília: Sebrae Nacional, 2019.
- KAPFERER, J. N. *As Marcas, o Luxo e a Moda*. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2017.
- SCHMIDT, A. C. *Marketing e Emoção: o impacto do afeto no consumo*. Porto Alegre: Bookman, 2020.
- MELO, M. C. O. L. *Economia Criativa e Artesanato no Brasil*. Revista Brasileira de Gestão e Desenvolvimento Regional, v. 9, n. 2, 2013.
- CAVALCANTI, L. R. M. *O Artesanato no Brasil: desafios contemporâneos*. São Paulo: SENAC, 2015.

