

A LIGHT, O GOVERNO DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO, SECRETARIA DE ESTADO DE CULTURA E ECONOMIA CRIATIVA E A LEI ESTADUAL DE INCENTIVO À CULTURA, APRESENTAM:

Apostila do Aluno

# Apostilas de Empreendedorismo

Um guia prático com conteúdos essenciais para você iniciar, estruturar e expandir seu negócio.

REALIZAÇÃO:

 **instituto  
acredita**

PATROCÍNIO:

 **Light**

Secretaria de  
Cultura e Economia  
Criativa



GOVERNO DO ESTADO  
**RIO DE JANEIRO**

# SUMÁRIO

Marketing e Mídias	3
Finanças Empresariais e Pessoais	43
Organização Pessoal & Mentalidade Empreendedora	80
Estratégia de Vendas e Comercial	103
Plano de Negócios & Empreendedorismo	135

A LIGHT, O GOVERNO DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO, SECRETARIA DE ESTADO DE CULTURA E ECONOMIA CRIATIVA E A LEI ESTADUAL DE INCENTIVO À CULTURA, APRESENTAM:

Apostila do Aluno

# Marketing e Mídias

Um guia prático com técnicas de mídia e marketing para você fortalecer sua marca e atrair resultados.

REALIZAÇÃO:

 **instituto  
acredita**

PATROCÍNIO:

 **Light**

Secretaria de  
Cultura e Economia  
Criativa



GOVERNO DO ESTADO  
**RIO DE JANEIRO**

# CARTA DE APRESENTAÇÃO

Prezados(as) empreendedores(as),

É com imensa alegria que o **Instituto Acredita**, em uma realização conjunta com a **Light** e a **Secretaria de Estado de Cultura e Economia Criativa do Rio de Janeiro**, através da Lei Estadual de Incentivo à Cultura, dá as boas-vindas a cada um de vocês à Trilha de Capacitação Empreendedora. Este é o primeiro passo de uma jornada transformadora que estamos orgulhosos de construir ao seu lado.

Acreditamos que o empreendedorismo é uma das mais potentes ferramentas de desenvolvimento social. Por isso, este programa foi criado para oferecer não apenas conhecimento, mas também apoio e novas perspectivas para fortalecer os negócios locais.

Nestas páginas e em nossos encontros, vocês terão acesso a ferramentas práticas, mentorias e uma rede de contatos valiosa. Esta iniciativa é a materialização do nosso compromisso com o seu sucesso.

Aproveitem cada momento, cada aula e cada conexão. **O futuro do seu negócio começa a ser escrito agora.** Contem conosco nesta caminhada.

Sejam muito bem-vindos!

Atenciosamente,  
**Equipe Instituto Acredita**

# FICHA EDITORIAL

Título do Material

**Apostila do Aluno**

Marketing e Mídias

Coordenação Geral e Metodologista

**Rafael Augusto Ponzi Martins Ribeiro**

Coordenação de Empreendedorismo

**Leonardo Ribeiro**

Coordenação de Conteúdo

**Rafael Augusto Ponzi Martins Ribeiro**

Revisão Pedagógica

**Paulo Magalhães**

Redação e Edição de Texto

**Ana Carolina Rubim Durão e Lucas Franco Pita**

Design Gráfico e Diagramação

**Lucas Franco Pita e Fernanda Azevedo**

Produção Executiva

**Priscila Naiff**

Ano e Local de Publicação

**Rio de Janeiro – 2025**



AULA 1:

# Conhecendo o Cliente — Criando sua Persona

## OBJETIVO:

Aprender a escrever uma frase simples que mostre o valor do seu negócio e usar essa frase na bio da rede social.

O que você terá pronto no final da aula:  
**Um Cartão de Persona preenchido.**

## CHECKLIST RÁPIDO:

- Escrevi a dor principal do meu cliente
- Escrevi o que ele mais deseja
- Pensei no que faria ele não comprar
- Marquei onde ele se comunica (WhatsApp, feira, etc.)

## NOTAS / OBSERVAÇÕES

Observações do(a) professor(a):

---

---

Notas do(a) aluno(a):

---

---

# Template: Cartão de Persona

## MEU CLIENTE IDEAL — CARTÃO DE PERSONA

- Nome (fictício): \_\_\_\_\_
- Idade aproximada: \_\_\_\_\_
- Bairro ou região: \_\_\_\_\_
- Profissão/Ocupação \_\_\_\_\_

### O que mais incomoda essa pessoa (dor):

- 1. \_\_\_\_\_
- 2. \_\_\_\_\_

### O que essa pessoa mais quer (desejo):

- 1. \_\_\_\_\_
- 2. \_\_\_\_\_

### O que faria essa pessoa não comprar (objeções):

- 1. \_\_\_\_\_
- 2. \_\_\_\_\_

### Onde posso falar com essa pessoa (canais):

Whatsapp

Instagram

Facebook

Feira/Boca a boca

Outro: \_\_\_\_\_

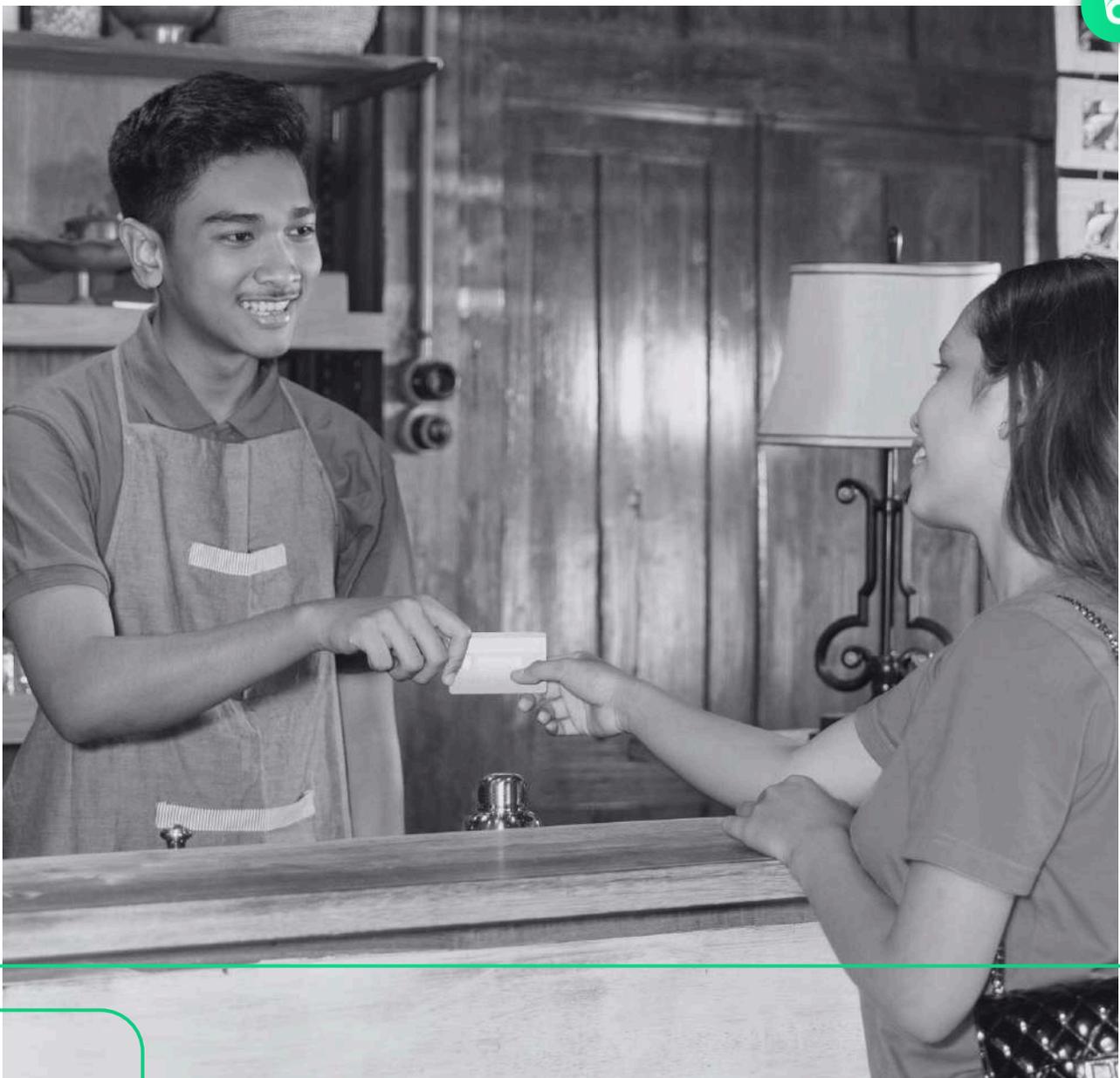


## Roteiro de Perguntas (para dupla)

Use apenas uma vez nesta aula, para conversar com um colega.

- 1. Quem é a pessoa que você imaginou?
- 2. Qual é o maior problema dela?
- 3. O que ela mais gostaria de resolver?
- 4. O que faria ela não comprar de você?
- 5. Onde você falaria com ela (ex.: WhatsApp, feira, vizinhos)?

✓ Depois da conversa, dê **1 sugestão simples** para o colega melhorar a persona.





## Exemplo: Churrasco da Dona Cida

### História resumida:

- A Dona Cida queria vender churrasco pronto na Comunidade Jardim Esperança.
- **Persona dela:** famílias que queriam comer churrasco sem precisar preparar em casa.
- **Problema (dor):** falta de tempo para cozinhar depois do trabalho.
- **Desejo:** comida rápida, saborosa e com preço justo.
- **Objecção:** algumas pessoas achavam a entrega cara.
- **Solução:** ela criou combos econômicos (família, casal, individual) e divulgou pelo WhatsApp.

✓ Resultado: aumentou os pedidos em 30% por semana.

### Pergunta para você:

O que ajudou mais a Dona Cida?

- Saber o problema do cliente
- Saber onde falar com ele



AULA 2:

# Proposta de Valor & Bio que Vende

## OBJETIVO:

Aprender a escrever uma frase simples que mostre o valor do seu negócio e usar essa frase na bio da rede social.

**O que você terá pronto no final da aula:** Uma bio pronta para o seu perfil, com chamada para ação (CTA).

## CHECKLIST RÁPIDO:

- Minha frase mostra o que eu faço
- Está clara para qualquer pessoa entender
- Inclui um convite (ex.: “Peça já pelo WhatsApp”)
- Mostra como a pessoa me encontra

## NOTAS / OBSERVAÇÕES

Observações do(a) professor(a):

---

---

Notas do(a) aluno(a):

---

---

## Modelo: Como criar minha Proposta de Valor

### Fórmula simples:

“Para [quem] que quer [o quê], eu ofereço [solução] com [diferencial].”

### Exemplo fictício:

“Para famílias da **Comunidade Vila Bela Vista** que querem pão fresco todo dia, a **Padaria Pão Quentinho** oferece fornadas de hora em hora, com entrega rápida.”



### Agora é sua vez:

Minha Proposta de Valor:

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

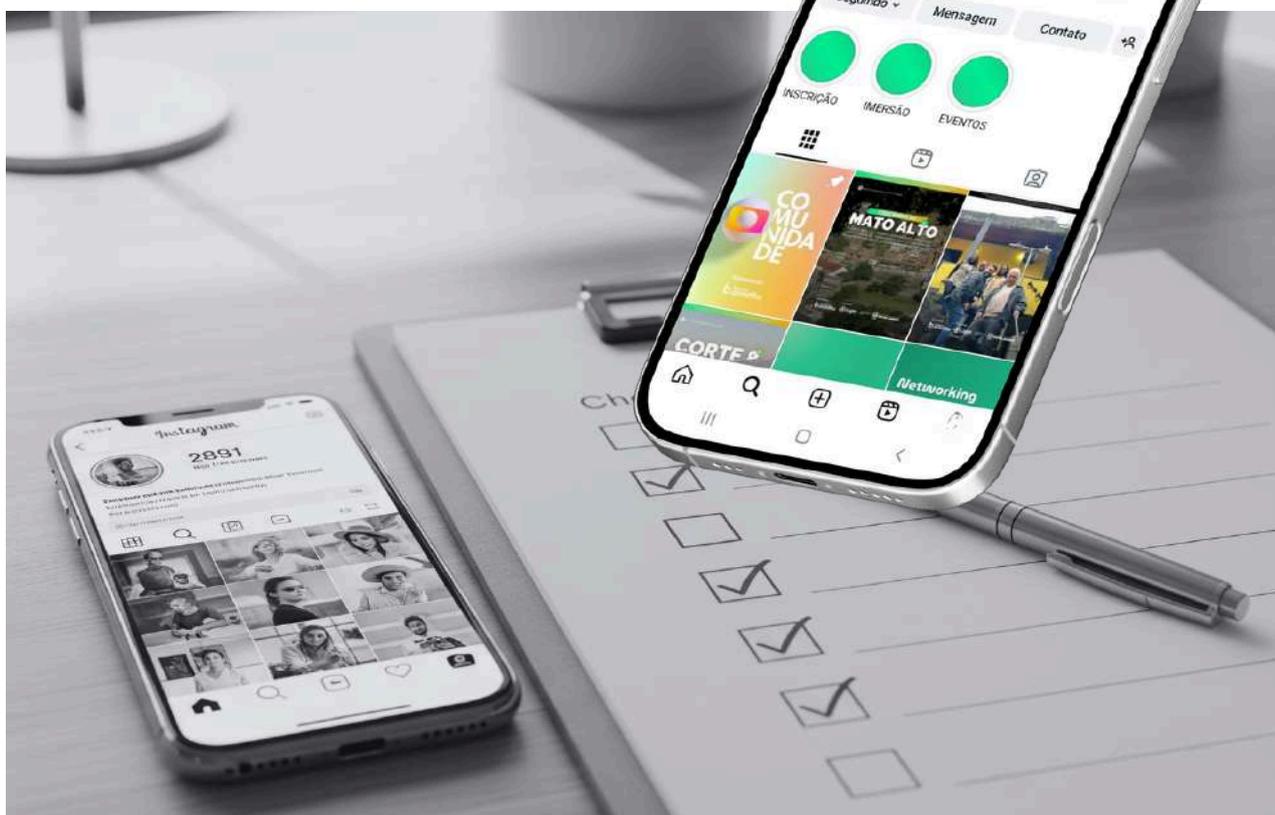
# Checklist da Bio

## Minha BIO deve ter:

- Nome ou negócio bem claro
- O que eu faço em poucas palavras
- Prova (um detalhe ou diferencial)
- Um convite (CTA) → “Peça pelo WhatsApp”, “Agende sua visita”, etc.
- Link ou contato

## Exemplo fictício de bio:

- ✨ Pão Quentinho da Vila Bela Vista
- 🍞 Pão fresco a cada hora
- 🚲👤 Entrega rápida na sua porta
- ➡️ Peça já pelo WhatsApp



## **Espaço de Notas**

Minha Bio de Negócio (rascunho):

---

---

---

---

Bio revisada (final):

---

---

---

---



AULA 3:

# Conteúdos que Convertem — Formatos & Ganchos

## OBJETIVO:

Aprender a criar frases de abertura (“ganchos”) que chamam a atenção e a usar diferentes tipos de conteúdo para atrair clientes.

**O que você terá pronto no final da aula:** Uma lista de 10 ganchos + 1 roteiro de vídeo curto.

## CHECKLIST RÁPIDO:

- Meu gancho desperta curiosidade
- Mostrei dor ou desejo do cliente
- O texto é simples e direto
- Tenho pelo menos 1 exemplo para cada tipo de conteúdo

## NOTAS / OBSERVAÇÕES

Observações do(a) professor(a):

---

---

Notas do(a) aluno(a):

---

---

## Exemplos de Tipos de Conteúdo

### 4 pilares principais:

- **Autoridade:** mostrar que você sabe do que está falando.  
Ex.: “3 dicas para conservar seu pão fresco por mais tempo.”
- **Bastidores:** mostrar como você trabalha.  
Ex.: “Olha como é o forno da Padaria Pão Quentinho da Vila Bela Vista.”
- **Prova:** mostrar resultados ou clientes satisfeitos.  
Ex.: “Veja o depoimento da Dona Maria, nossa cliente há 2 anos.”
- **Oferta leve:** apresentar o produto de forma simples.  
Ex.: “Hoje temos pão integral saindo do forno às 17h.”



## Biblioteca de Ganchos (Parte 1)

1. “3 erros que você pode estar cometendo ao \_\_\_\_\_”
2. “Como eu consegui \_\_\_\_\_ em apenas 1 semana”
3. “O segredo para \_\_\_\_\_ que ninguém te contou”
4. “Antes e depois de usar \_\_\_\_\_”
5. “Você também sente isso quando \_\_\_\_\_?”
6. “Veja como é simples fazer \_\_\_\_\_ em 3 passos”



## Biblioteca de Ganchos (Parte 2)

1. “5 dicas rápidas para melhorar seu \_\_\_\_\_ hoje”
2. “Por que a maioria das pessoas erra em \_\_\_\_\_”
3. “História real: como \_\_\_\_\_ mudou meu dia”
4. “O que eu gostaria de saber antes de começar \_\_\_\_\_”

Anote aqui os seus ganchos favoritos:

---

---

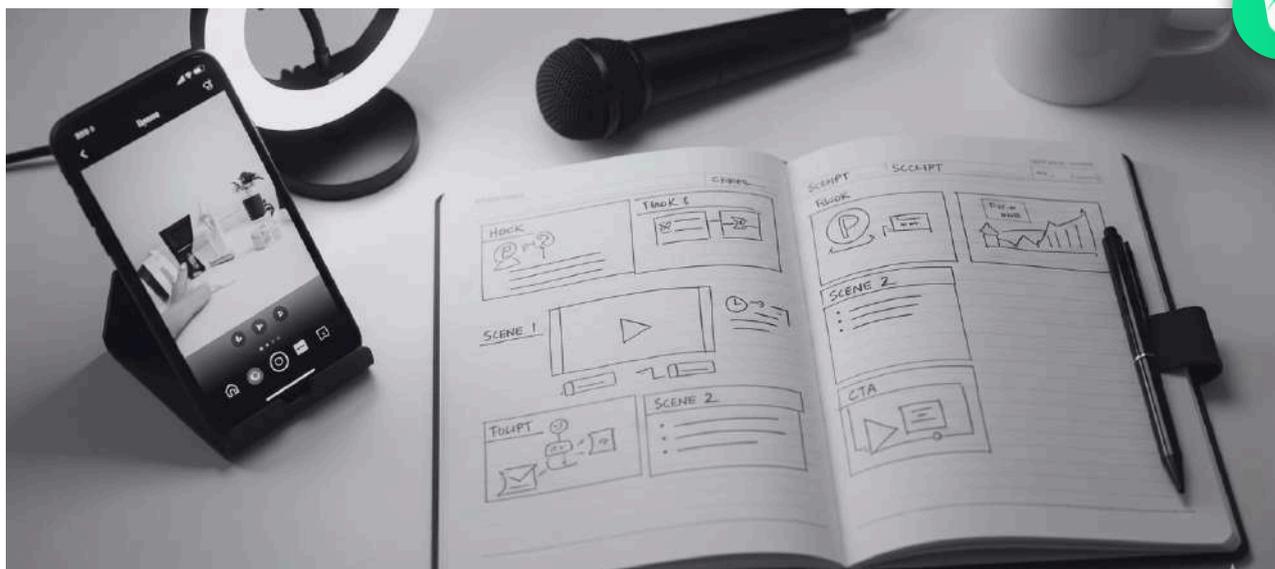
---

---

# Roteiro de Vídeo Curto

Estrutura simples (30–45 segundos):

1. **Gancho (5s):** frase de impacto → “Você sabia que...”
2. **Explicação (20s):** mostrar a dica, exemplo ou produto.
3. **Encerramento (10s):** convite → “Peça já pelo WhatsApp”



**Agora é sua vez:**

Meu roteiro:

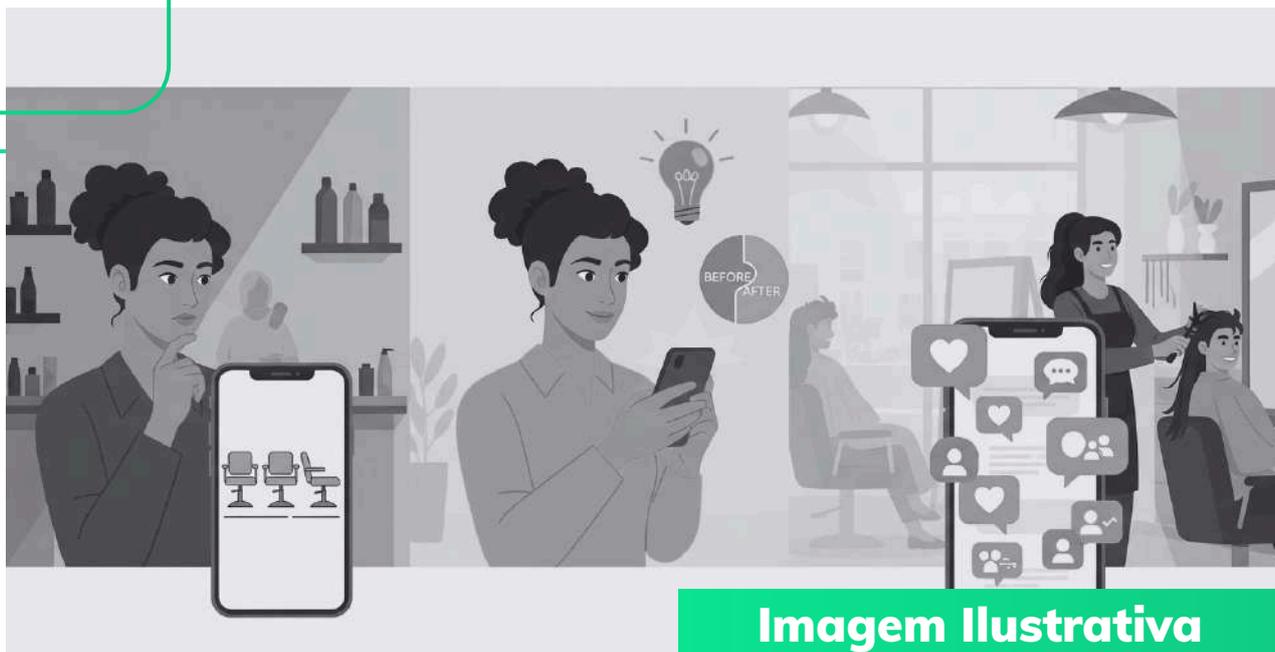
Gancho: \_\_\_\_\_

Explicação: \_\_\_\_\_

Convite: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_



## Exemplo: Salão da Dona Rosa (Comunidade Morro Bela Vista)

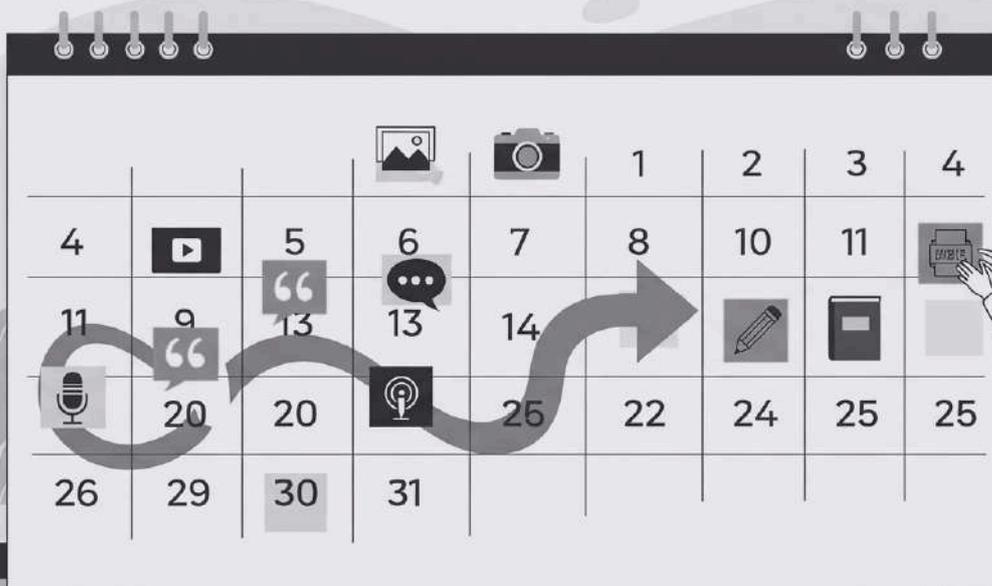
### História resumida:

- A Dona Rosa começou a postar apenas fotos do salão vazio.
- Depois da aula, ela passou a usar ganchos simples como:
  1. “3 dicas para manter seu cabelo saudável no calor.”
  2. “Veja a transformação da cliente Ana em 30 minutos.”

✓ Resultado: mais curtidas, mais mensagens no WhatsApp e aumento de clientes novos.

### Pergunta para você:

- Qual dos ganchos da Dona Rosa mais chamou sua atenção? Por quê?



AULA 4:

## Calendário Editorial de 30 Dias

### OBJETIVO:

Aprender a organizar postagens para 1 mês, mantendo frequência e variedade.

**O que você terá pronto no final da aula:** 🖱️ Um Calendário Editorial de 30 dias com posts planejados.

### CHECKLIST RÁPIDO:

- ✓ Tenho pelo menos 12 postagens anotadas
- ✓ Incluí diferentes tipos de conteúdo
- ✓ Cada semana tem um convite (CTA)
- ✓ Coloquei datas importantes (locais e sazonais)

### NOTAS / OBSERVAÇÕES

Observações do(a) professor(a):

---

---

Notas do(a) aluno(a):

---

---

---

## Explicação Simples

### 👉 Por que usar calendário?

- Evita esquecer de postar.
- Dá regularidade: seguidores lembram do seu negócio.
- Ajuda a variar os temas: não falar sempre da mesma coisa.
- Facilita quando falta tempo: já está pronto, só publicar.

**Frequência mínima sugerida:** 3 posts por semana.

**Dica:** sempre incluir **datas locais** (ex.: feira do bairro, dia das mães, futebol da comunidade).



## Matriz 5×5 (Pilares × Formatos)

4 pilares principais (da Aula 3): Autoridade, Bastidores, Prova, Oferta.

Formatos: Foto, Vídeo curto, Texto, Stories, Enquete.

	Foto	Vídeo Curto	Texto	Stories	Enquete
Autoridade					
Bastidores					
Prova					
Oferta					

🎯 Atividade: Preencha 1 ideia em cada espaço.

## Calendário de 30 Dias (Modelo)

4 pilares principais (da Aula 3): Autoridade, Bastidores, Prova, Oferta.

Formatos: Foto, Vídeo curto, Texto, Stories, Enquete.

	Seg	Ter	Qua	Qui	Sex	Sáb	Dom
1							
2							
3							
4							

🎯 Dica: coloque pelo menos 3 postagens por semana (ex.: 2 fixas + 1 variação).



Imagem Ilustrativa

## Exemplo Fictício: Lanchonete da Vila Nova Luz

### História resumida:

- Problema: esquecia de postar, só lembrava quando tinha pouco cliente.
- Solução: montou calendário simples de 3 posts por semana.
- Exemplos de posts:
  1. Bastidores: “Preparando a massa de pastel fresquinha.”
  2. Prova: “Cliente João dizendo: ‘Melhor pastel da comunidade!’”
  3. Oferta: “Promoção do combo família válido hoje.”

✓ Resultado: mais regularidade e aumento de pedidos nos dias de promoção.

### Pergunta para você:

- Se fosse o seu negócio, que 3 posts você colocaria na Semana 1?



AULA 5:

# WhatsApp Business & Catálogo de Produtos/Serviços

## OBJETIVO:

Aprender a configurar o WhatsApp Business para atender clientes de forma simples e rápida.

**O que você terá pronto no final da aula:** 🖱️ Seu catálogo com 3 produtos/serviços e mensagens automáticas configuradas.

## CHECKLIST RÁPIDO:

- Coloquei pelo menos 3 itens no catálogo
- Configurei uma mensagem de boas-vindas
- Configurei uma mensagem de ausência
- Criei respostas rápidas para perguntas comuns

## NOTAS / OBSERVAÇÕES

Observações do(a) professor(a):

---

---

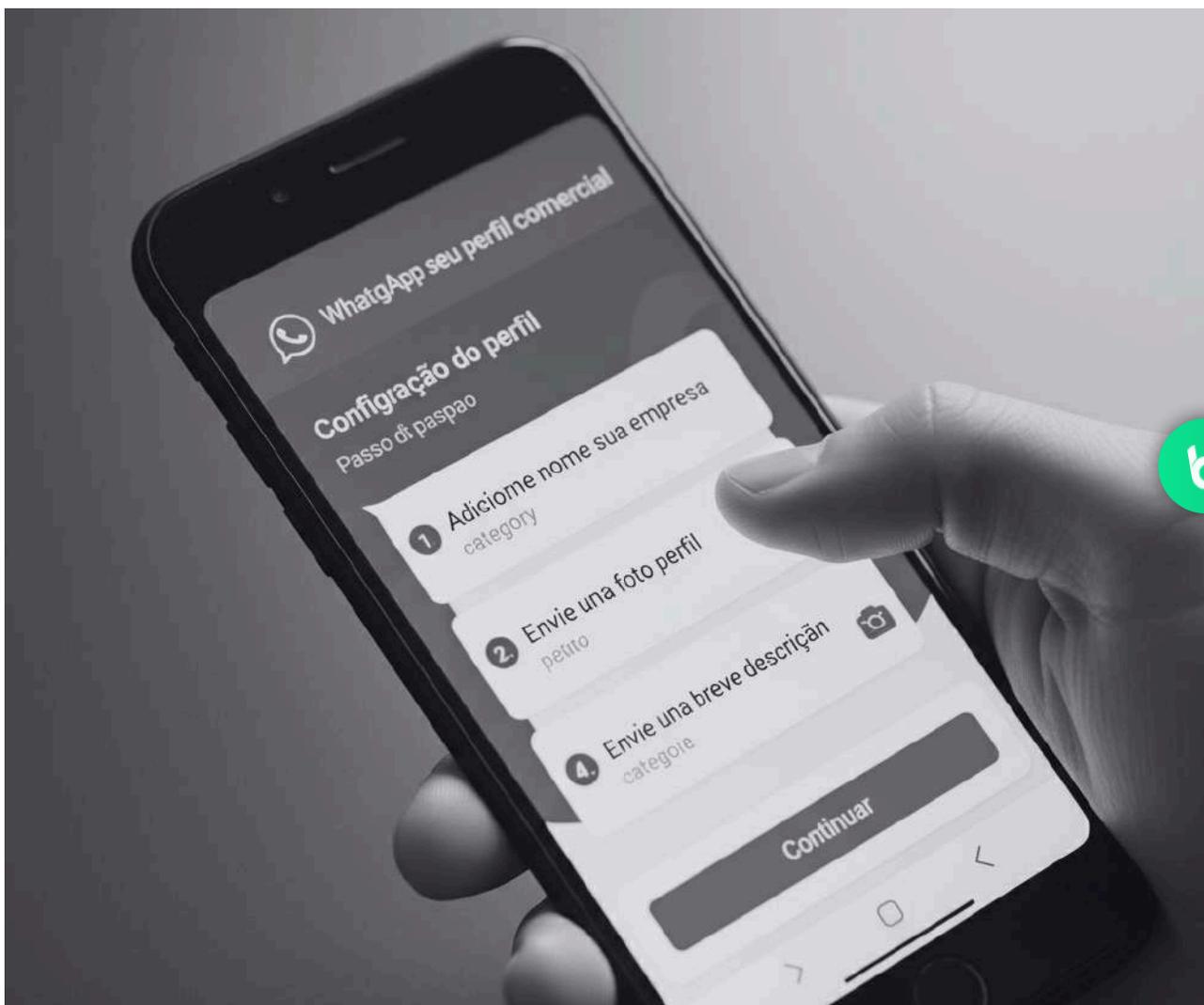
Notas do(a) aluno(a):

---

---

## Passo a Passo Simples: Configuração

1. Baixe o WhatsApp Business (é gratuito).
2. Abra o app → vá em Configurações Comerciais.
3. Preencha:
  - Nome do negócio
  - Endereço (se tiver)
  - Horário de funcionamento
  - Descrição curta (ex.: “Pães fresquinhos todo dia”)
4. Configure as mensagens automáticas:
  - Boas-vindas: aparece quando o cliente manda a 1ª mensagem.
  - Ausência: aparece fora do horário de funcionamento.
  - Respostas rápidas: atalhos para perguntas comuns.



## Modelos Prontos

### Mensagens automáticas:

- Boas-vindas: “Olá! Obrigado por falar com a [nome do negócio]. Em que posso ajudar?”
- Ausência: “No momento estamos fechados. Retornaremos amanhã a partir das 8h.”



### Respostas rápidas:

- /bairro: “Você é de qual bairro?”
- /pagamento: “Aceitamos Pix, débito ou dinheiro.”
- /entrega: “As entregas acontecem entre 18h e 22h.”

### Catálogo (exemplo fictício – Lanchonete Vila Nova Luz):

- Combo Família: 4 pastéis + 1 refri → R\$ 35
- Pastel de queijo → R\$ 7
- Pastel de carne → R\$ 8

## **Espaço de Notas**

Meus itens do Catálogo:

---

---

---

---

Minhas respostas rápidas:

---

---

---

---

Mensagem de boas-vindas:

---

---

Mensagem de ausência:

---

---



AULA 6:

# Legendas que Chamam Atenção e Fazem o Cliente Agir

## OBJETIVO:

Aprender a escrever legendas curtas e simples que chamem atenção e façam o cliente agir.

**O que você terá pronto no final da aula:** 🖱️ Uma biblioteca com 10 legendas para usar em suas postagens.

## CHECKLIST RÁPIDO:

- ☑️ Minha legenda começa chamando atenção
- ☑️ Mostrei uma prova (ex.: número, depoimento, antes e depois)
- ☑️ Terminei com um convite claro (ex.: “Peça já pelo WhatsApp”)
- ☑️ Está curta e fácil de entender

## NOTAS / OBSERVAÇÕES

Observações do(a) professor(a):

---

---

Notas do(a) aluno(a):

---

---

## Estrutura em 4 Passos (AIDA)

Existe uma sigla chamada **AIDA**, usada no marketing, mas aqui vamos ver isso de forma simples: são apenas **4 passos para escrever uma boa legenda**.

- **Atenção (A):** comece com uma frase que chame atenção.  
Exemplo: “Você já ficou sem pão fresco em casa?”
- **Interesse (I):** mostre algo que desperte curiosidade ou vontade.  
Exemplo: “Nosso pão sai do forno a cada hora.”
- **Desejo (D):** explique por que isso é bom para a pessoa.  
Exemplo: “Feito com receita caseira, crocante e fofinho.”
- **Ação (A):** termine com um convite claro para agir.  
Exemplo: “Peça já pelo WhatsApp e receba em casa.”

## Exemplos de Legendas Prontas

- “3 dicas para conservar seu pão fresco até o dia seguinte. 📌  
Salve este post!”
  - “Olha o que saiu agora do forno 🥰 Pão quentinho pronto para você!”
  - “Antes e depois: massa crua → pão dourado. Qual você prefere?”
  - “Hoje temos promoção do combo família. 📌 Peça já pelo WhatsApp!”
  - “A Dona Lúcia, cliente da Vila Bela Vista, disse: ‘Esse é o melhor pão que já comi’.”
- 📌 **Atividade:** Escreva aqui suas **10 legendas** (2 para cada tipo de conteúdo: Autoridade, Bastidores, Prova, Oferta):

- 1. \_\_\_\_\_
- 2. \_\_\_\_\_
- 3. \_\_\_\_\_
- 4. \_\_\_\_\_
- 5. \_\_\_\_\_
- 6. \_\_\_\_\_
- 7. \_\_\_\_\_
- 8. \_\_\_\_\_
- 9. \_\_\_\_\_
- 10. \_\_\_\_\_

## **Espaço de Notas**

Minhas legendas favoritas para postar primeiro:

---

---

---

---

Observações:

---

---

---

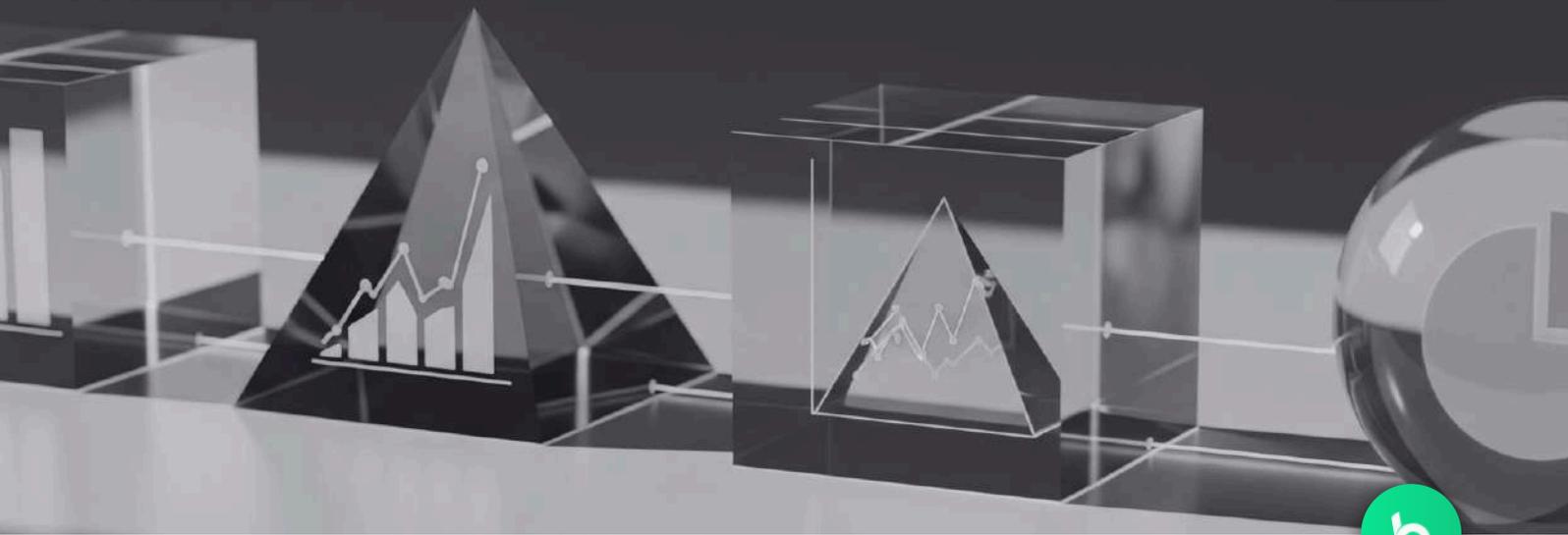
---

---

---

---

---



AULA 7:

# Métricas Essenciais — Entendendo os Números das Postagens

## OBJETIVO:

Aprender a olhar os números das postagens para descobrir o que está dando certo e o que precisa melhorar.

**O que você terá pronto no final da aula** 🖱️ Um quadro de anotações com as métricas de 7 dias.

## CHECKLIST RÁPIDO:

- ☑️ Sei onde ver os números no Instagram ou WhatsApp Business
- ☑️ Registrei os dados das minhas postagens
- ☑️ Identifiquei qual post foi melhor
- ☑️ Identifiquei qual post foi mais fraco

## NOTAS / OBSERVAÇÕES

Observações do(a) professor(a):

---

---

Notas do(a) aluno(a):

---

---

## Principais Números (em linguagem simples)

1. **Alcance:** quantas pessoas viram minha postagem.
2. **Curtidas/Comentários/Compartilhamentos:** sinais de que as pessoas gostaram.
3. **Taxa de Engajamento (ER%):** é a porcentagem de pessoas que interagiram (curtiram, comentaram, salvaram ou compartilharam) em relação a quem viu.
  - Exemplo: 100 pessoas viram, 20 interagiram → 20%.
1. **Cliques no Link / WhatsApp:** quantas pessoas clicaram para falar comigo.
2. **Taxa de Cliques (CTR):** é a porcentagem de pessoas que clicaram em relação a quem viu.
  - Exemplo: 200 viram, 10 clicaram → 5%.

### 👉 Em resumo:

- Alcance mostra quem viu.
- Engajamento (ER%) mostra quem interagiu.
- Cliques (CTR) mostram quem quis falar comigo.

## Principais Números (em linguagem simples)

	Postagem	Alcance (quem viu)	Comentários	Cliques (link/whatsa pp)	ER%	CTR	Melhor ou Pior
Autoridade							
Bastidores							
Prova							
Oferta							

### Guia Rápido para Interpretar os Números

- **Se o alcance é baixo → poucas pessoas estão vendo.**  
Solução: testar horário diferente ou usar formato diferente (vídeo/foto).
- **Se o alcance é bom mas o engajamento (ER%) é baixo → pessoas veem mas não se interessam.**  
Solução: trocar o gancho ou melhorar a legenda.
- **Se o engajamento é bom mas os cliques (CTR) são baixos → gostaram, mas não clicaram.**  
Exemplo: “Peça já pelo WhatsApp e receba em casa.”

## **Espaço de Notas**

Meu post que mais funcionou: \_\_\_\_\_

Por que funcionou? \_\_\_\_\_

Meu post que funcionou menos: \_\_\_\_\_

O que posso mudar? \_\_\_\_\_

Minha meta para a próxima semana:

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---



AULA 8:

## Melhorando os Resultados (Otimização) & Cuidados com Imagem

### OBJETIVO:

Aprender a melhorar os resultados olhando os números das postagens e entender os cuidados básicos ao usar imagens de pessoas.

**O que você terá pronto no final da aula** 🖱️ Um plano simples de melhoria para a próxima semana e um modelo de autorização de imagem.

### CHECKLIST RÁPIDO:

- Escolhi um post para melhorar
- Anotei o que vou mudar (horário, formato ou frase)
- Entendi quando preciso pedir autorização para usar foto/vídeo de alguém
- Tenho meu plano pronto para a próxima semana

### NOTAS / OBSERVAÇÕES

Observações do(a) professor(a):

---

---

Notas do(a) aluno(a):

---

---

## Como Melhorar um Post (Otimização)

- Olhe o post que foi mais fraco (poucas curtidas, poucos cliques ou comentários).
- Escolha só 1 coisa para mudar:
  - Horário de publicação
  - Tipo de conteúdo (foto → vídeo)
  - Frase de abertura (gancho)
  - Convite final (CTA)
- Repita o post com essa mudança.
- Compare: melhorou ou não?

👉 Sempre mude **uma coisa de cada vez**, assim você descobre o que realmente funciona.

## Direitos de Imagem (Explicação Simples)

- Sempre peça **autorização** para usar a imagem de alguém.
- Se for criança ou adolescente, precisa da autorização do responsável.
- Evite pegar fotos da internet sem saber se pode usar.
- Prefira fotos próprias ou de bancos gratuitos (Pixabay, Unsplash, Pexels).

**Modelo simples de autorização (preencha quando for preciso):**

Eu, \_\_\_\_\_, autorizo o uso da minha imagem em fotos ou vídeos para divulgação do negócio \_\_\_\_\_.

Assinatura: \_\_\_\_\_ Data: // \_\_\_\_\_

## Meu Plano de Melhoria (Próxima Semana)

- Post que escolhi para melhorar: \_\_\_\_\_
- O que vou mudar: \_\_\_\_\_
- Quando vou publicar novamente: \_\_\_\_\_
- Como vou medir o resultado: \_\_\_\_\_

## Como Melhorar um Post (Otimização)

- **Olhe o post que foi mais fraco** (poucas curtidas, poucos cliques ou comentários).
- **Escolha só 1 coisa para mudar:**
  - Horário de publicação
  - Tipo de conteúdo (foto → vídeo)
  - Frase de abertura (gancho)
  - Convite final (CTA)
- **Repita o post com essa mudança.**
- **Compare:** melhorou ou não?

👉 Sempre mude **uma coisa de cada vez**, assim você descobre o que realmente funciona.



AULA 9:

# Clínica Prática & Revisão Final do Kit

## OBJETIVO:

Revisar tudo o que foi aprendido no módulo de Marketing e Mídias Sociais e montar um kit final de materiais prontos para usar.

**O que você terá pronto no final da aula** 🖱️ Um kit de marketing completo, com:

- Bio pronta
- Lista de 10 ganchos
- Calendário de 30 dias
- Catálogo no WhatsApp
- 2 legendas prontas para postar
- Quadro de métricas (7 dias)
- Plano de melhoria

## NOTAS / OBSERVAÇÕES

Observações do(a) professor(a):

---

---

Notas do(a) aluno(a):

---

---

---

---



## Checklist Final do Kit

1. Bio pronta
2. 10 ganchos escritos
3. Calendário 30 dias preenchido
4. Catálogo com 3 itens no WhatsApp
5. Mensagem de boas-vindas configurada
6. 2 legendas revisadas
7. Quadro de métricas (7 dias) preenchido
8. Plano de melhoria definido

## Glossário Simples

1. **Bio:** pequena descrição do seu perfil, com frase curta e convite para ação.
2. **Gancho:** frase de abertura que chama atenção.
3. **Calendário Editorial:** tabela que organiza quando e o que você vai postar.
4. **Catálogo:** lista de produtos/serviços no WhatsApp Business.
5. **Legenda:** texto que acompanha a postagem.
6. **Métrica:** número que mostra o resultado de uma postagem.
7. **Alcance:** quantas pessoas viram.
8. **Engajamento (ER%):** porcentagem de quem interagiu (curtiu, comentou, compartilhou, salvou).
9. **Cliques (CTR):** porcentagem de quem clicou no link/WhatsApp em relação a quem viu.
10. **Otimização:** melhorar um post, mudando uma coisa de cada vez.

## **Espaço de Revisão Pessoal**

O que mais gostei de aprender:

---

---

---

---

O que ainda tenho dúvida:

---

---

---

---

Meus próximos 3 passos no marketing do meu negócio:

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---



A LIGHT, O GOVERNO DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO, SECRETARIA DE ESTADO DE CULTURA E ECONOMIA CRIATIVA E A LEI ESTADUAL DE INCENTIVO À CULTURA, APRESENTAM:

Apostila do Aluno

# Finanças Empresariais e Pessoais

Um guia prático com métodos de gestão financeira para equilibrar contas pessoais e do negócio.

REALIZAÇÃO:

 **instituto  
acredita**

PATROCÍNIO:

 **Light**

Secretaria de  
Cultura e Economia  
Criativa



GOVERNO DO ESTADO  
**RIO DE JANEIRO**

# CARTA DE APRESENTAÇÃO

Prezados(as) empreendedores(as),

É com imensa alegria que o **Instituto Acredita**, em uma realização conjunta com a **Light** e a **Secretaria de Estado de Cultura e Economia Criativa do Rio de Janeiro**, através da Lei Estadual de Incentivo à Cultura, dá as boas-vindas a cada um de vocês à Trilha de Capacitação Empreendedora. Este é o primeiro passo de uma jornada transformadora que estamos orgulhosos de construir ao seu lado.

Acreditamos que o empreendedorismo é uma das mais potentes ferramentas de desenvolvimento social. Por isso, este programa foi criado para oferecer não apenas conhecimento, mas também apoio e novas perspectivas para fortalecer os negócios locais.

Nestas páginas e em nossos encontros, vocês terão acesso a ferramentas práticas, mentorias e uma rede de contatos valiosa. Esta iniciativa é a materialização do nosso compromisso com o seu sucesso.

Aproveitem cada momento, cada aula e cada conexão. **O futuro do seu negócio começa a ser escrito agora.** Contem conosco nesta caminhada.

Sejam muito bem-vindos!

Atenciosamente,  
**Equipe Instituto Acredita**

# FICHA EDITORIAL

Título do Material

## **Apostila do Aluno**

Finanças Empresariais e Pessoais

Coordenação Geral e Metodologista

**Rafael Augusto Ponzi Martins Ribeiro**

Coordenação de Empreendedorismo

**Leonardo Ribeiro**

Coordenação de Conteúdo

**Rafael Augusto Ponzi Martins Ribeiro**

Revisão Pedagógica

**Paulo Magalhães**

Redação e Edição de Texto

**Ana Carolina Rubim Durão e Lucas Franco Pita**

Design Gráfico e Diagramação

**Lucas Franco Pita e Fernanda Azevedo**

Produção Executiva

**Priscila Naiff**

Ano e Local de Publicação

**Rio de Janeiro – 2025**



AULA 1:

## Meu Dinheiro Hoje — Diagnóstico Simples de Finanças

### OBJETIVO:

Entender para onde está indo o meu dinheiro, tanto pessoal quanto do negócio.

### O que você terá pronto no final da aula:

Uma tabela simples mostrando suas entradas (o que recebe) e saídas (o que gasta).

### CHECKLIST RÁPIDO:

- Listei todas as entradas de dinheiro.
- Listei os principais gastos pessoais.
- Listei os principais gastos do negócio.
- Consegui ver se sobra ou falta dinheiro no mês.

### NOTAS / OBSERVAÇÕES

Observações do(a) professor(a):

---

---

Notas do(a) aluno(a):

---

---

## Entradas de Dinheiro (Receitas)

Exemplos de entradas pessoais:

- Salário
- Bolsa auxílio
- Ajuda de familiar

Exemplos de entradas do negócio:

- Vendas do produto (ex.: pão, pastel, costura)
- Prestação de serviço (ex.: corte de cabelo, manicure)
- Outros recebimentos (ex.: aluguel de espaço, encomenda especial)

Minha lista de entradas:

1. \_\_\_\_\_
2. \_\_\_\_\_
3. \_\_\_\_\_

Minha lista de entradas:

Gastos pessoais:



- Aluguel / luz / água / internet
- Alimentação
- Transporte
- Compras do mês

## Minha Tabela de Diagnóstico

Preencha com valores aproximados do último mês:

CATEGORIA	VALOR (R\$)
Entradas Pessoais	
Entradas do negócio	
<b>TOTAL DE ENTRADAS</b>	
Gastos pessoais	
Gastos do negócio	
<b>TOTAL DE SAÍDAS</b>	
<b>SALDO FINAL (Entradas - Saídas)</b>	

### Exemplo: Costura da Dona Helena



- Entradas: R\$ 1.800 (consertos e ajustes de roupas) + R\$ 300 (encomenda especial) → R\$ 2.100
- Saídas pessoais: R\$ 900 (casa e alimentação)
- Saídas do negócio: R\$ 700 (tecido, linha, luz, transporte)
- Saldo final:  $2.100 - 1.600 = \text{R\$ } 500$  sobrando

👉 Quando Dona Helena fez esse diagnóstico simples, percebeu que tinha dinheiro sobrando, mas não sabia para onde ia no final do mês. A partir daí começou a anotar todos os gastos, para organizar melhor.

### Reflexão:

O que descobri hoje sobre o meu dinheiro?

---

---

---



AULA 2:

## Entendendo Gastos — Custos Fixos e Variáveis

### OBJETIVO:

Aprender a diferenciar custos fixos e custos variáveis, tanto no negócio quanto na vida pessoal.

O que você terá pronto no final da aula: 🖊️ Uma lista separando os custos fixos e variáveis do seu negócio.

### CHECKLIST RÁPIDO:

- ☑️ Sei o que é custo fixo.
- ☑️ Sei o que é custo variável.
- ☑️ Consegui separar meus gastos entre fixos e variáveis.
- ☑️ Sei quais custos pesam mais no meu negócio.

### NOTAS / OBSERVAÇÕES

Observações do(a) professor(a):

---

---

Notas do(a) aluno(a):

---

---

## Explicação Simples

- Custo fixo: é aquele que não muda muito, mesmo que você venda pouco ou muito.

Ex.: aluguel, conta de internet, luz mínima, salário de funcionário fixo.

- Custo variável: é aquele que aumenta ou diminui de acordo com as vendas.

Ex.: matéria-prima (farinha, carne, tecido), embalagem, taxa de entrega.

👉 **Resumo:** fixo = sempre tem que pagar; variável = só gasta se vender.

## Minha Lista de Custos

Meus custos fixos:

1. \_\_\_\_\_
2. \_\_\_\_\_
3. \_\_\_\_\_
4. \_\_\_\_\_
5. \_\_\_\_\_
6. \_\_\_\_\_

Meus custos variáveis:

1. \_\_\_\_\_
2. \_\_\_\_\_
3. \_\_\_\_\_
4. \_\_\_\_\_
5. \_\_\_\_\_
6. \_\_\_\_\_

## Exemplo: Salão de Beleza da Dona Marta



- Custos fixos: aluguel da sala (R\$ 800), internet (R\$ 100), ajudante (R\$ 600) → Total fixo: R\$ 1.500
- Custos variáveis: shampoo e tintura (R\$ 200 por mês), escova e creme (R\$ 150), água/luz extra (R\$ 100) → Total variável: R\$ 450

👉 Dona Marta percebeu que, mesmo se não tivesse cliente, teria que pagar R\$ 1.500 de custos fixos. Quando começou a vender mais, os custos variáveis aumentaram, mas a renda também.

## Reflexão

No meu negócio, quais custos são fixos e quais são variáveis?

---

---

---

---



AULA 3:

## Precificação Básica — Como Formar Preço de Produtos e Serviços

### OBJETIVO:

Aprender a calcular o preço de venda de um produto ou serviço de forma simples, cobrindo custos e garantindo lucro.

O que você terá pronto no final da aula: 🖊️ O cálculo do preço de um produto ou serviço do seu negócio.

### CHECKLIST RÁPIDO:

- Somei meus custos fixos e variáveis.
- Incluí o valor da minha hora de trabalho.
- Somei uma margem de lucro.
- Defini um preço final de venda.

### NOTAS / OBSERVAÇÕES

Observações do(a) professor(a):

---

---

Notas do(a) aluno(a):

---

---

## Passo a Passo Simples

1. Anote os custos do produto/serviço

**Ex.: Farinha, carne, embalagem, luz gasta.**

2. Some os custos fixos proporcionais.

**Ex.: Aluguel dividido pela quantidade produzida.**

3. Inclua o valor do seu trabalho

**Defina quanto sua hora vale (mesmo que seja simbólico).**

4. Adicione a margem de lucro

**Sugestão: pelo menos 30%.**

5. Defina o preço final

**Fórmula simples: Preço = Custos + Trabalho + Lucro**

## Exemplo: Pastel da Comunidade



- Ingredientes (massa, recheio, óleo): **R\$ 2,50**
- Embalagem: **R\$ 0,50**
- Custos fixos proporcionais: **R\$ 0,50**
- Trabalho (tempo de preparo): **R\$ 1,00**
- Subtotal: **R\$ 4,50**
- Lucro (30%): **R\$ 1,35**
- Preço final sugerido: **R\$ 6,00**

## Minha Conta de Preço

Produto/Serviço escolhido: \_\_\_\_\_

Custos variáveis: R\$ \_\_\_\_\_

Custos fixos proporcionais: R\$ \_\_\_\_\_

Valor do meu trabalho: R\$ \_\_\_\_\_

Subtotal: R\$ \_\_\_\_\_

Margem de lucro: R\$ \_\_\_\_\_

Preço final sugerido: R\$ \_\_\_\_\_

## Reflexão

👉 Muitas vezes, empreendedores copiam o preço do concorrente, mas não sabem se estão ganhando ou perdendo dinheiro.

Pergunta para você:

Se eu vender meu produto pelo preço que calculei aqui, estou cobrindo todos os meus custos e garantindo lucro?

---

---

---

---



AULA 4:

## Ponto de Equilíbrio — Quanto Preciso Vender para Empatar

### OBJETIVO:

Entender quanto preciso vender para não ter prejuízo no meu negócio.

O que você terá pronto no final da aula: 🖱️ O cálculo do ponto de equilíbrio do seu negócio.

### CHECKLIST RÁPIDO:

- Sei o valor dos meus custos fixos.
- Sei quanto ganho em cada produto/serviço.
- Calculei o ponto de equilíbrio.
- Descobri quantas vendas preciso fazer por mês para não ter prejuízo.

### NOTAS / OBSERVAÇÕES

Observações do(a) professor(a):

---

---

Notas do(a) aluno(a):

---

---

## Explicação Simples

Ponto de equilíbrio = quando as entradas (vendas) pagam todas as saídas (custos).



Para calcular:

1. Some os custos fixos do mês.
2. Descubra quanto sobra de lucro em cada produto/serviço (Preço – Custo).
3. Dívida:  $\text{Custos Fixos} \div \text{Lucro por Produto} = \text{Quantidade mínima a vender}$ .

👉 Esse número mostra quantas unidades preciso vender para empatar.

Depois disso, qualquer venda gera lucro..

## Exemplo: Lanchonete da Dona Clara



- Custos fixos do mês: R\$ 1.500 (aluguel, luz, ajudante).
- Cada pastel custa R\$ 3,00 para produzir e é vendido a R\$ 6,00.
- Lucro por pastel = R\$ 3,00.
- Cálculo:  $1.500 \div 3 = 500$  pastéis por mês.

☞ Isso significa que a Dona Clara precisa vender 500 pastéis só para empatar. Se vender R\$ 600, os R\$ 100 a mais viram lucro.

## Minha Conta de Ponto de Equilíbrio

Custos fixos mensais: R\$ \_\_\_\_\_

Preço do meu produto/serviço: R\$ \_\_\_\_\_

Custo para produzir: R\$ \_\_\_\_\_

Lucro por unidade: R\$ \_\_\_\_\_

### Cálculo:

Custos Fixos ÷ Lucro por Unidade = \_\_\_\_\_ unidades

☞ Preciso vender pelo menos \_\_\_\_\_ unidades para não ter prejuízo.

## Reflexão

- O número que encontrei é realista para meu negócio?
- Preciso vender muito mais do que consigo? Se sim, talvez eu precise rever preços ou custos.
- Se consigo vender acima do ponto de equilíbrio, quanto lucro posso ter?

### Anotações:

---

---

---

---



AULA 5:

## Precificação Avançada — Como Garantir Lucro no Preço

### OBJETIVO:

Aprender formas diferentes de calcular preço, entendendo que não basta cobrir custos: é preciso garantir lucro e pensar no valor percebido pelo cliente.

**O que você terá pronto no final da aula:** 🖱️ Um preço revisado para seu produto ou serviço, considerando custo, concorrência e valor percebido.

### CHECKLIST RÁPIDO:

- ✓ Calculei o preço pelo custo.
- ✓ Comparei com o preço da concorrência.
- ✓ Pensei no valor percebido pelo cliente.
- ✓ Defini um preço final mais estratégico.

### NOTAS / OBSERVAÇÕES

Observações do(a) professor(a):

---

---

Notas do(a) aluno(a):

---

---

## Três Formas de Calcular Preço

### 1. Pelo Custo (cálculo direto):

Custos + Trabalho + Lucro → Preço.

Exemplo: bolo custa R\$ 15 para produzir + R\$ 5 de trabalho + R\$ 10 de lucro → R\$ 30

### 2. Pela Concorrência:

Olhar quanto vizinhos ou concorrentes cobram.

Importante: **não copiar sem saber se cobre seus custos.**

### 3. Pelo Valor Percebido:

O cliente paga mais se sentir que o produto tem diferencial.

Exemplo: o mesmo bolo pode custar R\$ 30, mas se for “bolo personalizado para aniversário”, pode ser vendido a R\$ 45 ou 50.

## Exemplo: Costura da Dona Sílvia



- Ajuste de calça custa para ela: R\$ 8 (tecido, linha, tempo).
- Preço pelo custo: R\$ 15.
- Concorrência cobra em média R\$ 20.
- Valor percebido: Dona Sílvia tem reputação de trabalho rápido e caprichado → pode cobrar R\$ 25.

☞ Se vendesse a R\$ 15, teria lucro mínimo.

☞ Se cobrasse R\$ 25, teria lucro maior e clientes aceitariam por confiar na qualidade.

## Minha Conta de Preço Revisado

Produto/Serviço: \_\_\_\_\_

Pelo custo: R\$ \_\_\_\_\_

Concorrência: R\$ \_\_\_\_\_

Valor percebido: R\$ \_\_\_\_\_

Preço final escolhido: R\$ \_\_\_\_\_

## Reflexão

- Eu estou vendendo barato demais?
- Eu consigo mostrar valor para justificar um preço melhor?
- Se aumentar um pouco meu preço, ainda terei clientes?

Anotações:

---

---

---

---



AULA 6:

## Controle de Caixa — Organizando Entradas e Saídas

### OBJETIVO:

Aprender a anotar de forma simples todo o dinheiro que entra e sai do negócio para não se perder no fim do mês.

O que você terá pronto no final da aula: 🖱️ Um quadro de fluxo de caixa preenchido para organizar suas finanças.

### CHECKLIST RÁPIDO:

- ✓ Anotei todas as entradas do dia
- ✓ Anotei todas as saídas do dia.
- ✓ Somei os valores no fim do período.
- ✓ Sei quanto sobrou ou faltou.

### NOTAS / OBSERVAÇÕES

Observações do(a) professor(a):

---

---

Notas do(a) aluno(a):

---

---

## Explicação Simples

- Controle de caixa = anotar tudo que entra e tudo que sai de dinheiro.
- O ideal é anotar no mesmo dia, não confiar na memória.
- Pode ser feito em caderno, planilha ou aplicativo.
- Importante: separar caixa do negócio do dinheiro pessoal.

## Modelo de Controle Diário

DATA	DESCRIÇÃO	ENTRADA	SAÍDA	SALDO
01/06	Venda pastel	R\$30,00	-	R\$30,00
01/06	Compra de óleo	-	R\$10,00	R\$20,00
01/06	Venda pastel	R\$50,00	-	R\$70,00

Atividade: Preencha este quadro com 3 movimentações reais ou fictícias.

DATA	DESCRIÇÃO	ENTRADA	SAÍDA	SALDO

## Calendário Semanal (Resumo)

SEMANA	TOTAL ENTRADAS	TOTAL SAÍDA	SALDO

☞ Assim, no fim do mês você enxerga se está **ganhando**, **empatando** ou **perdendo**.

### Exemplo: Mercearia do Seu João

- **Entradas (junho):** R\$ 4.500 em vendas.
- **Saídas:** R\$ 3.200 (fornecedores, aluguel, luz, água).
- **Saldo:** R\$ 1.300.

Seu João descobriu que gastava muito com pequenas compras de estoque.

Ao anotar, percebeu que poderia comprar em maior quantidade e economizar.

### Reflexão

Se eu anotar todos os dias, qual gasto pequeno pode estar “sumindo” com meu lucro?

**Anotações:**

---

---

---



AULA 7:

## Crédito, Dívidas e Juros — Como Evitar Armadilhas

### OBJETIVO:

Entender como funcionam crédito, dívidas e juros, e aprender formas simples de evitar problemas com endividamento.

**O que você terá pronto no final da aula:** 🖱️ Uma tabela comparando crédito bom e crédito ruim, além de um exemplo de cálculo de juros.

### CHECKLIST RÁPIDO:

- ✓ Sei a diferença entre crédito bom e ruim
- ✓ Entendi o que são juros
- ✓ Sei como calcular um exemplo simples de juros
- ✓ Sei como evitar dívidas que atrapalham meu negócio

### NOTAS / OBSERVAÇÕES

Observações do(a) professor(a):

---

---

Notas do(a) aluno(a):

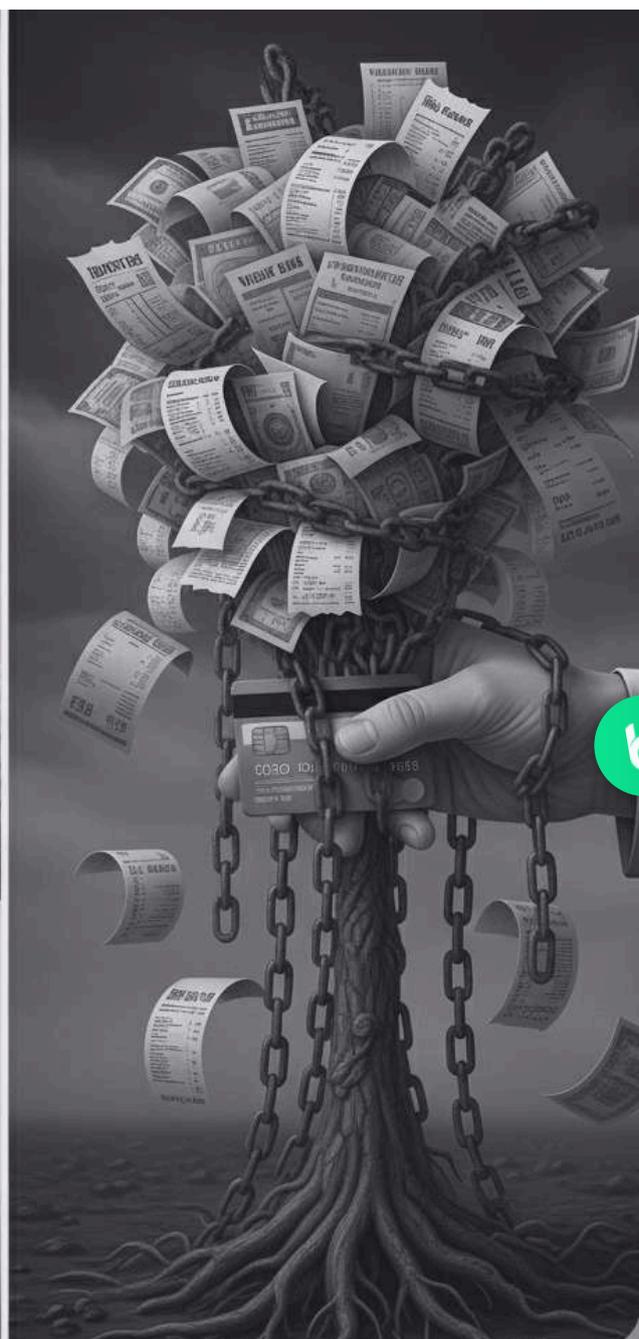
---

---

## Explicação Simples

- Crédito = dinheiro que alguém empresta para você pagar depois.
- Juros = valor a mais que você paga por usar esse dinheiro.
- Crédito bom: quando ajuda a gerar renda.
- Ex.: empréstimo para comprar um forno e vender mais pães.
- Crédito ruim: quando só gera gasto.
- Ex.: empréstimo para comprar celular novo sem necessidade.

👉 Regra simples: se o crédito gera **dinheiro de volta**, pode ser bom; se gera só dívida, é ruim.



## Comparação Crédito Bom x Ruim

SITUAÇÃO	CRÉDITO BOM OU RUIM?	POR QUÊ?
Comprar máquina para aumentar produção	Bom	Vai gerar mais vendas
Comprar TV nova para casa	Ruim	Só aumenta gasto
Reformar fachada da loja	Bom	Atrai mais clientes
Viajar parcelado sem planejamento	Ruim	Só aumenta dívida

**Atividade:** adicione mais 2 exemplos da sua realidade.



## Cálculo Simples de Juros

Exemplo: Dona Rita pegou R\$ 500 emprestados para pagar em 5 meses.

- Juros cobrados: **4% ao mês.**
- Cálculo aproximado:  $500 + (500 \times 0,04 \times 5) = 500 + 100 = \text{R\$ } 600.$

👉 Ou seja: ela pegou R\$ 500, mas devolveu R\$ 600.

### Minha simulação:

Valor emprestado: R\$ \_\_\_\_\_

Tempo: \_\_\_\_\_ meses

Taxa de juros: \_\_\_\_\_ % ao mês

Total a devolver: R\$ \_\_\_\_\_





## Exemplo: Loja da Dona Neide

### História resumida:

- Pegou crédito de R\$ 2.000 para comprar freezer.
- Parcelou em 10 vezes de R\$ 260 = total R\$ 2.600.
- Pagou R\$ 600 de juros.
- Mas o freezer ajudou a vender mais, aumentando R\$ 500 por mês nas vendas.

☑ Resultado: mesmo pagando juros, o crédito valeu a pena.

### Reflexão:

- No meu negócio, que tipo de crédito poderia ser útil?

---

---

---



AULA 8:

## Reserva de Segurança & O Valor do Dinheiro no Tempo

### OBJETIVO:

Aprender a importância de ter uma reserva de segurança e entender que o dinheiro hoje vale mais do que o mesmo valor no futuro.

**O que você terá pronto no final da aula:** 🖱 Um plano simples de reserva financeira e uma simulação de valor do dinheiro no tempo.

### CHECKLIST RÁPIDO:

- ✓ Entendi o que é reserva de segurança
- ✓ Calculei quanto posso guardar por mês
- ✓ Fiz uma simulação de quanto o dinheiro cresce com o tempo
- ✓ Sei que guardar dinheiro hoje vale mais do que deixar para depois

### NOTAS / OBSERVAÇÕES

Observações do(a) professor(a):

---

---

Notas do(a) aluno(a):

---

---

## O que é Reserva de Segurança?

1. É um dinheiro guardado para emergências.
2. Serve para **momentos inesperados** (queda nas vendas, conserto, doença).
3. O ideal é guardar aos poucos até ter pelo menos o valor de **3 meses de custos fixos**.

### Exemplo:

- Se meus custos fixos são R\$ 1.000 por mês, minha reserva ideal é R\$ 3.000.



## Meu Plano de Reserva

1. Meus custos fixos mensais: R\$ \_\_\_\_\_

2. Reserva ideal (3 meses): R\$ \_\_\_\_\_

3. Quanto posso guardar por mês: R\$ \_\_\_\_\_

👉 Em quantos meses chego na reserva? \_\_\_\_\_



## O Valor do Dinheiro no Tempo (Explicação Simples)

- R\$ 100 hoje valem mais do que R\$ 100 no futuro.
- Motivos:
  1. A inflação faz os preços subirem.
  2. Dinheiro guardado pode render juros.



### Exemplo:

1. Se eu guardar R\$ 100 hoje em uma aplicação que rende 2% ao mês, em 12 meses vira R\$ 126.
2. Ou seja, o dinheiro “cresceu” porque foi aplicado.

## Minha Simulação

1. Valor que vou guardar: R\$ \_\_\_\_\_
2. Tempo: \_\_\_\_\_ meses
3. Rendimento aproximado: \_\_\_\_\_ % ao mês
4. Quanto terei no fim: R\$ \_\_\_\_\_





**Imagem Ilustrativa**

## **Exemplo: Dona Rosa**

### **História resumida:**

- Guardava R\$ 50 por mês.
- Em 1 ano, conseguiu juntar R\$ 600.
- Se tivesse deixado esse valor parado, seria apenas R\$ 600.
- Aplicando em um fundo simples (2% ao mês), teria R\$ 674.

✓ Resultado: ela aprendeu que guardar dinheiro, mesmo pouco, faz diferença.

### **Reflexão:**

- Quanto eu consigo começar a guardar a partir de hoje?

---

---

---



## AULA 8:

### OBJETIVO:

Revisar tudo o que foi aprendido em finanças e montar um kit simples de controles para o negócio e para a vida pessoal.

### O que você terá pronto no final da aula:

👉 Seu Kit Financeiro Final, com:

- Diagnóstico de entradas e saídas
- Lista de custos fixos e variáveis
- Cálculo de precificação
- Ponto de equilíbrio
- Controle de caixa
- Análise de crédito (bom x ruim)
- Plano de reserva financeira

### NOTAS / OBSERVAÇÕES

Observações do(a) professor(a):

---

---

Notas do(a) aluno(a):

---

---

---

---

## CHECKLIST RÁPIDO:

- ✓ Completei meu diagnóstico financeiro
- ✓ Sei diferenciar custos fixos e variáveis
- ✓ Sei calcular preço justo
- ✓ Sei quanto preciso vender para empatar
- ✓ Entendi crédito bom x ruim
- ✓ Tenho um plano de reserva

## Checklist Final do Kit

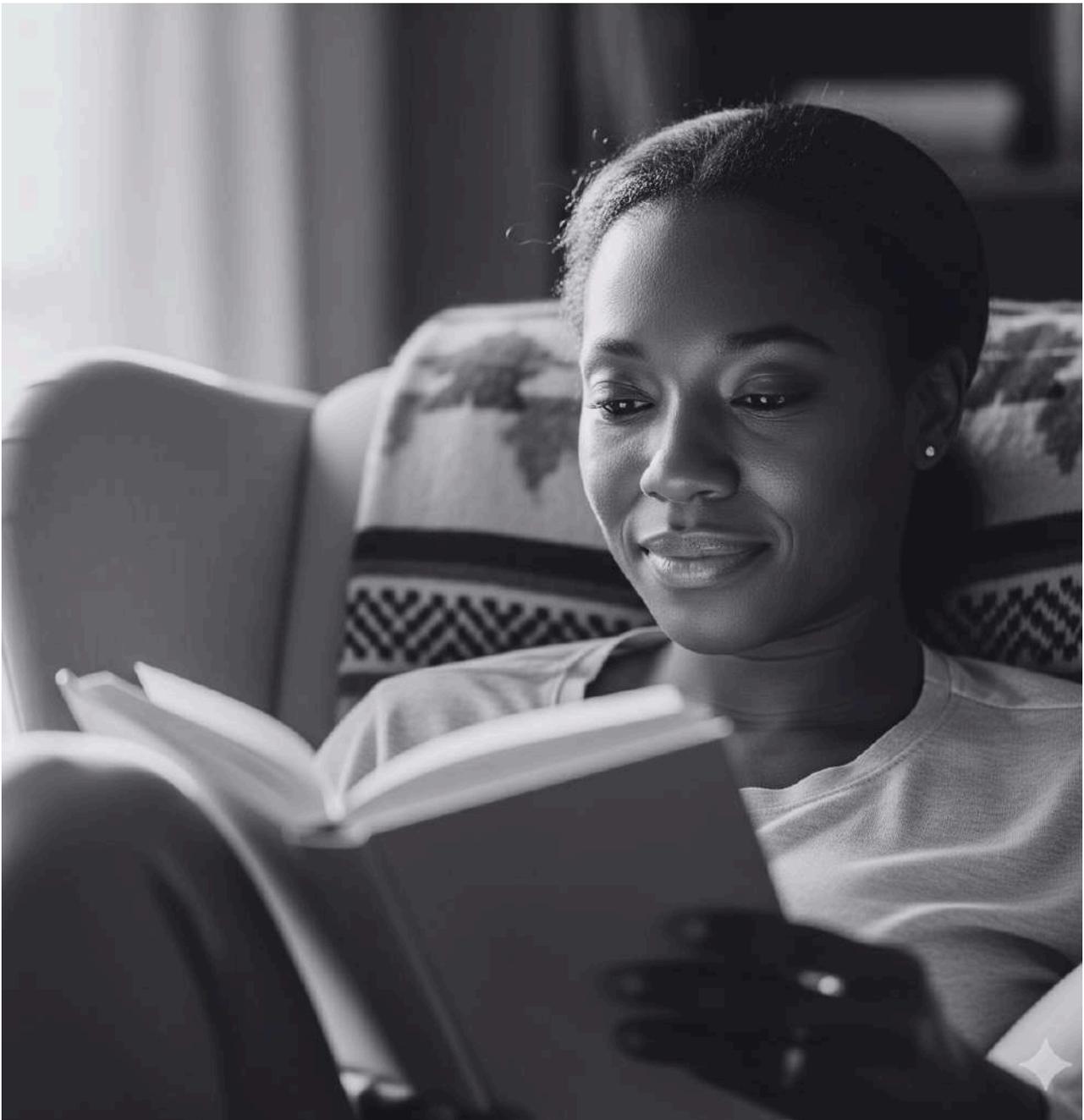
1. Página 2 — Checklist Final do Kit
2. Diagnóstico preenchido (Aula 1)
3. Custos fixos e variáveis (Aula 2)
4. Preço básico e avançado (Aulas 3 e 5)
5. Ponto de equilíbrio (Aula 4)
6. Controle de caixa (Aula 6)
7. Crédito bom x ruim (Aula 7)
8. Plano de reserva (Aula 8)

## Glossário Simples (Parte 1)

1. Entradas: dinheiro que entra (vendas, salário, ajuda).
2. Saídas: dinheiro que sai (contas, compras, fornecedores).
3. Custo fixo: gasto que não muda (aluguel, internet).
4. Custo variável: gasto que depende das vendas (ingrediente, embalagem).
5. Preço de venda: valor cobrado pelo produto/serviço.

## Glossário Simples (Parte 2)

1. Ponto de equilíbrio: quanto preciso vender para não ter prejuízo.
2. Fluxo de caixa: registro diário de entradas e saídas.
3. Crédito: dinheiro emprestado que será pago depois.
4. Juros: valor a mais pago por usar crédito.
5. Reserva de segurança: dinheiro guardado para emergências.
6. Valor do dinheiro no tempo: dinheiro guardado hoje vale mais do que o mesmo valor no futuro.



## **Espaço de Revisão Pessoal**

O que mais aprendi neste módulo:

---

---

---

---

O que ainda quero melhorar:

---

---

---

---

Meus próximos passos financeiros:

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---



A LIGHT, O GOVERNO DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO, SECRETARIA DE ESTADO DE CULTURA E ECONOMIA CRIATIVA E A LEI ESTADUAL DE INCENTIVO À CULTURA, APRESENTAM:

Apostila do Aluno

# Organização Pessoal & Mentalidade Empreendedora

Um guia prático com estratégias de organização pessoal e atitude para acelerar seus resultados.

REALIZAÇÃO:

 **instituto  
acredita**

PATROCÍNIO:

 **Light**

Secretaria de  
Cultura e Economia  
Criativa



GOVERNO DO ESTADO  
**RIO DE JANEIRO**

# CARTA DE APRESENTAÇÃO

Prezados(as) empreendedores(as),

É com imensa alegria que o **Instituto Acredita**, em uma realização conjunta com a **Light** e a **Secretaria de Estado de Cultura e Economia Criativa do Rio de Janeiro**, através da Lei Estadual de Incentivo à Cultura, dá as boas-vindas a cada um de vocês à Trilha de Capacitação Empreendedora. Este é o primeiro passo de uma jornada transformadora que estamos orgulhosos de construir ao seu lado.

Acreditamos que o empreendedorismo é uma das mais potentes ferramentas de desenvolvimento social. Por isso, este programa foi criado para oferecer não apenas conhecimento, mas também apoio e novas perspectivas para fortalecer os negócios locais.

Nestas páginas e em nossos encontros, vocês terão acesso a ferramentas práticas, mentorias e uma rede de contatos valiosa. Esta iniciativa é a materialização do nosso compromisso com o seu sucesso.

Aproveitem cada momento, cada aula e cada conexão. **O futuro do seu negócio começa a ser escrito agora.** Contem conosco nesta caminhada.

Sejam muito bem-vindos!

Atenciosamente,  
**Equipe Instituto Acredita**

# FICHA EDITORIAL

Título do Material

## **Apostila do Aluno**

Organização Pessoal & Mentalidade Empreendedora

Coordenação Geral e Metodologista

**Rafael Augusto Ponzi Martins Ribeiro**

Coordenação de Empreendedorismo

**Leonardo Ribeiro**

Coordenação de Conteúdo

**Rafael Augusto Ponzi Martins Ribeiro**

Revisão Pedagógica

**Paulo Magalhães**

Redação e Edição de Texto

**Ana Carolina Rubim Durão e Lucas Franco Pita**

Design Gráfico e Diagramação

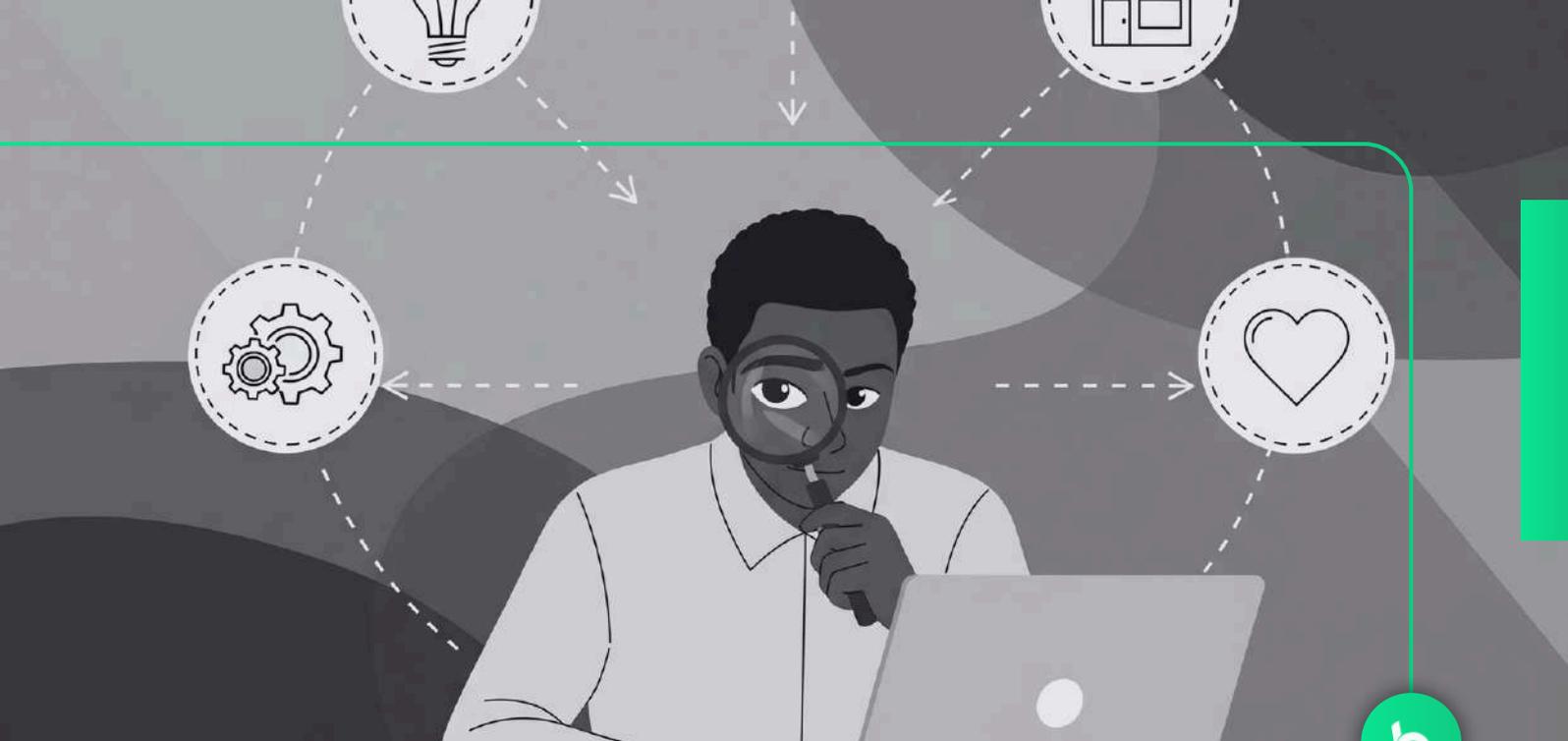
**Lucas Franco Pita e Fernanda Azevedo**

Produção Executiva

**Priscila Naiff**

Ano e Local de Publicação

**Rio de Janeiro – 2025**



AULA 1:

## Mentalidade Empreendedora — Ver a Vida com Novos Olhos

### OBJETIVO:

Entender o que é mentalidade empreendedora e como ela ajuda a enxergar oportunidades em vez de problemas.

### O que você terá pronto no final da aula:

✎ Uma reflexão pessoal escrita sobre como começar a pensar e agir como empreendedor(a).

### CHECKLIST RÁPIDO:

- Sei a diferença entre mentalidade fixa e mentalidade de crescimento
- Entendi que erros fazem parte do aprendizado
- Identifiquei exemplos de atitudes empreendedoras
- Escrevi uma reflexão sobre como quero pensar daqui para frente

### NOTAS / OBSERVAÇÕES

Observações do(a) professor(a):

---

---

Notas do(a) aluno(a):

---

---

## Explicação Simples

**Mentalidade fixa:** acredita que a pessoa “nasce pronta” e não pode mudar.

**Mentalidade de crescimento:** acredita que qualquer pessoa pode aprender, melhorar e se reinventar.

### Exemplo simples:

- Fixa: “Eu não sei vender, nunca vou saber.”
- Crescimento: “Ainda não sei vender, mas posso aprender.”

**O empreendedor sempre busca aprender e evoluir.**



# O que Move um Empreendedor

1. **Visão:** enxergar além do problema.

Ex.: ver na crise de transporte a chance de criar um serviço de mototáxi.

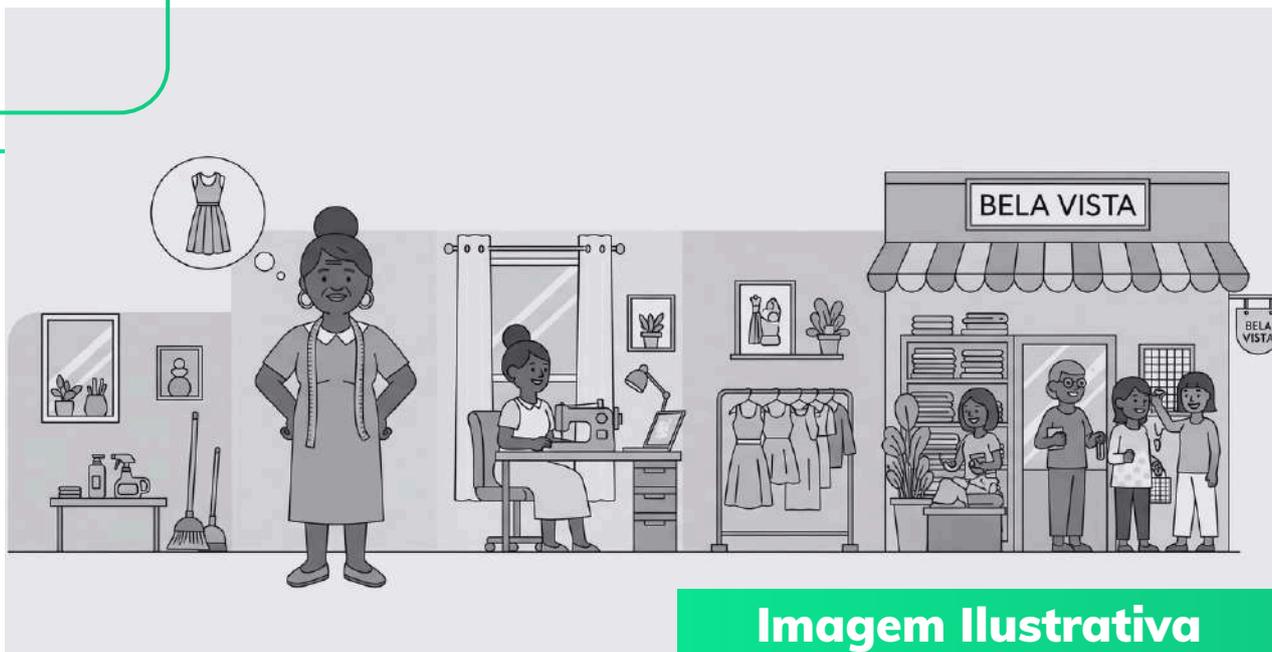
2. **Paixão:** acreditar no que faz.

Ex.: vender comida porque ama cozinhar.

3. **Atitude:** não esperar, agir.

Ex.: começar pequeno, mesmo sem tudo perfeito.





## Imagem Ilustrativa

### Exemplo: Dona Teresa (Bela Vista)

#### História resumida:

- Trabalhou anos como diarista.
- Percebeu que muitas vizinhas precisavam de ajuda com roupas para festa.
- Montou um pequeno ateliê de ajustes em casa.
- Errou no começo, mas aprendeu a costurar melhor e a organizar prazos.
- Hoje atende clientes do bairro todo.

✓ **Moral da história:** Dona Teresa não esperou “o momento perfeito”. Teve visão, paixão e atitude.

## Minha Reflexão:

Escreva com suas palavras:

1. Em que momentos da minha vida eu já agi como empreendedor(a)?

---

---

---

2. O que eu gostaria de mudar na minha forma de pensar?

---

---

---

3. Uma atitude empreendedora que posso começar ainda esta semana:

---

---

---





AULA 2:

# Organização Pessoal — Foco, Energia e Prioridades

## OBJETIVO:

Aprender a organizar o tempo e as tarefas de forma simples, cuidando da energia e colocando prioridades no que realmente importa.

## O que você terá pronto no final da aula:

👉 Um plano pessoal simples de organização semanal.

## CHECKLIST RÁPIDO:

- ☑ Entendi a importância de organizar meu tempo
- ☑ Sei diferenciar tarefas urgentes e importantes
- ☑ Montei meu quadro simples de prioridades
- ☑ Organizei minha rotina em uma tabela semanal

## NOTAS / OBSERVAÇÕES

Observações do(a) professor(a):

---

---

Notas do(a) aluno(a):

---

---

## Explicação Simples:

👉 Organização pessoal não é encher a agenda, é **saber o que vem primeiro**.

- **Urgente:** precisa ser feito agora.
  - Ex.: entregar pedido hoje.
- **Importante:** faz diferença no futuro.
  - Ex.: estudar finanças, planejar novas vendas.

👉 Se só faço o urgente, vivo apagando incêndio.

👉 Se organizo também o importante, cresço e respiro melhor.



## Minha Tabela de Prioridades (Exemplo)

TAREFA	URGENTE OU IMPORTANTE?	FAÇO QUANDO?
Entregar 10 marmitas	Urgente	Hoje
Estudar precificação	Importante	Quinta à noite
Comprar gás	Urgente	Hoje
Criar catálogo de fotos	Importante	Domingo

👉 Esse quadro ajuda a não esquecer e não se perder.



# Minha Semana Organizada

DIA	MINHAS TAREFAS PRINCIPAIS
Segunda	
Terça	
Quarta	
Quinta	
Sexta	
Sábado	
Domingo	







AULA 3:

# Resiliência e Atitude — O Segredo dos que Chegam Longe

## OBJETIVO:

Entender o que é resiliência e como a atitude positiva ajuda a superar dificuldades no caminho do empreendedorismo.

## O que você terá pronto no final da aula:

👉 Uma lista de atitudes resilientes que pode aplicar na sua vida.

## CHECKLIST RÁPIDO:

- Sei o que significa resiliência
- Identifiquei situações em que já fui resiliente
- Anotei atitudes que me ajudam a não desistir
- Entendi que errar faz parte do aprendizado

## NOTAS / OBSERVAÇÕES

Observações do(a) professor(a):

---

---

Notas do(a) aluno(a):

---

---

## Explicação Simples

☛ **Resiliência** é a capacidade de se levantar depois de uma queda.

- Não significa nunca errar.
- Significa aprender com os erros e continuar.

☛ **Atitude empreendedora** é não esperar que tudo esteja perfeito para começar.

- Muitos esperam “o momento certo”, mas nunca começam.
- O segredo é começar pequeno e ajustar no caminho.



## Mundo de Mudanças (VUCA e BANI de forma simples)

- O mundo muda rápido, às vezes de forma confusa.
- Para o empreendedor, isso significa:
  1. Adaptar-se rápido.
  2. Ser flexível.
  3. Manter a calma quando tudo parece bagunçado.

👉 Quem é resiliente não desiste na primeira dificuldade.





**Imagem Ilustrativa**

## **Exemplo: Dona Lurdes (Nova Luz)**

### **História resumida:**

- Dona Lurdes fazia bolos para festas.
- No começo, errou várias receitas e perdeu clientes.
- Em vez de desistir, pediu feedback, testou de novo e melhorou.
- Hoje, é conhecida pelo melhor bolo do bairro.

✓ **Moral da história:** Quem insiste e aprende com os erros conquista seu espaço.

# Minha Lista de Atitudes Resilientes

✎ Escreva pelo menos 3 atitudes que você pode adotar:

1. Quando algo der errado, eu vou: \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

2. Se perder um cliente, eu vou: \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

3. Quando sentir vontade de desistir, eu vou: \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

Minhas anotações: \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_





AULA 4:

# Meu Propósito Empreendedor — Quem Sou, Onde Estou e Para Onde Vou

## OBJETIVO:

Refletir sobre propósito e direção de vida, entendendo quem sou, onde estou e para onde quero ir como empreendedor(a).

## O que você terá pronto no final da aula:

👉 Um mapa pessoal de propósito escrito em frases simples.

## CHECKLIST RÁPIDO:

- Refleti sobre quem eu sou hoje
- Escrevi onde estou no meu caminho
- Tracei para onde quero ir como empreendedor(a)
- Tenho clareza sobre meu propósito inicial

## NOTAS / OBSERVAÇÕES

Observações do(a) professor(a):

---

---

Notas do(a) aluno(a):

---

---

## Explicação Simples

👉 **Propósito** é o motivo pelo qual você faz o que faz.

- Emprego: trabalho para sobreviver.
- Trabalho: esforço para produzir algo.
- Empresário: cuida de um negócio.
- Empreendedor: transforma ideias em impacto.

👉 Pergunta-chave: **Por que eu faço o que faço?**



## Círculo Dourado Simplificado (Why – How – What)

- Por quê (Why): meu propósito.
- Como (How): a forma que coloco em prática.
- O quê (What): o produto ou serviço que ofereço.

### Exemplo — Dona Rosa (Jardim Esperança):

- Por quê: acredita que comida caseira aproxima as pessoas.
- Como: preparando marmitas frescas com carinho.
- O quê: vende marmitas caseiras no bairro.



# Meu Mapa Pessoal de Propósito

Quem sou hoje: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Onde estou agora (minha realidade): \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Para onde quero ir (meu sonho/meta): \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

## Meu círculo dourado:

Por quê (propósito): \_\_\_\_\_

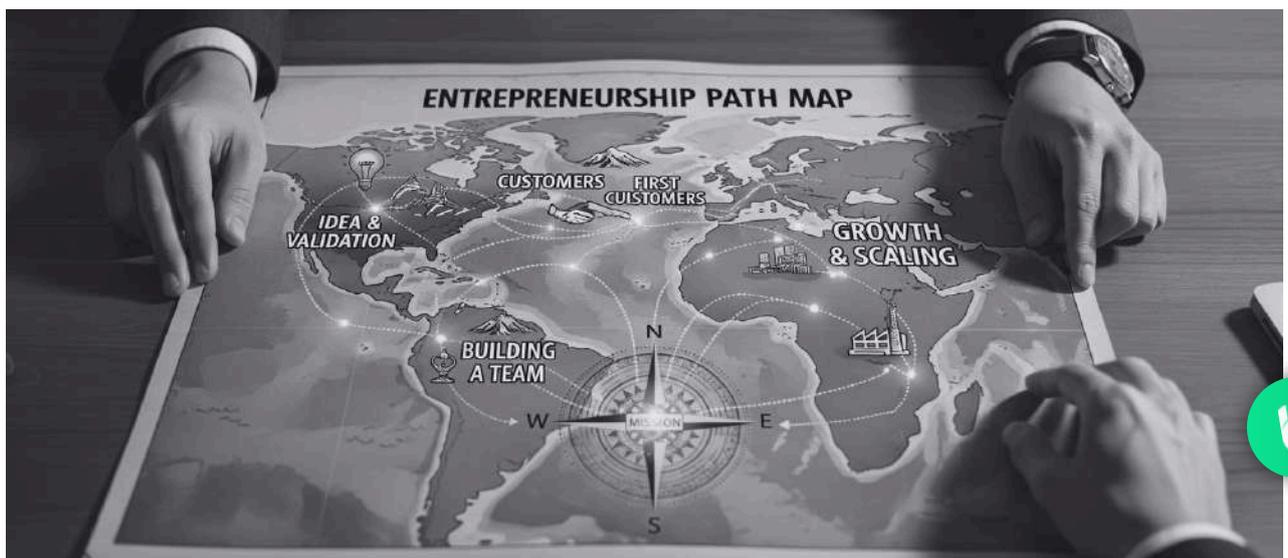
\_\_\_\_\_

Como (forma): \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

O quê (produto/serviço): \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_



## Inspiração Extra

👉 Regras de motivação para empreendedores (baseado em falas inspiradoras como Arnold Schwarzenegger):

1. Confie em si mesmo.
2. Quebre as regras que te limitam.
3. Não tenha medo de falhar.
4. Trabalhe duro.
5. Dê algo de volta (impacto na comunidade).

## Reflexão final:

- O que mais me inspira a continuar?

---

---

---

---

---

---



A LIGHT, O GOVERNO DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO, SECRETARIA DE ESTADO DE CULTURA E ECONOMIA CRIATIVA E A LEI ESTADUAL DE INCENTIVO À CULTURA, APRESENTAM:

Apostila do Aluno

# Estratégia de Vendas e Comercial

"Um guia prático com técnicas e estratégias para  
você vender mais e fechar negócios melhores.

REALIZAÇÃO:

 **instituto  
acredita**

PATROCÍNIO:

 **Light**

Secretaria de  
Cultura e Economia  
Criativa



GOVERNO DO ESTADO  
**RIO DE JANEIRO**

# CARTA DE APRESENTAÇÃO

Prezados(as) empreendedores(as),

É com imensa alegria que o **Instituto Acredita**, em uma realização conjunta com a **Light** e a **Secretaria de Estado de Cultura e Economia Criativa do Rio de Janeiro**, através da Lei Estadual de Incentivo à Cultura, dá as boas-vindas a cada um de vocês à Trilha de Capacitação Empreendedora. Este é o primeiro passo de uma jornada transformadora que estamos orgulhosos de construir ao seu lado.

Acreditamos que o empreendedorismo é uma das mais potentes ferramentas de desenvolvimento social. Por isso, este programa foi criado para oferecer não apenas conhecimento, mas também apoio e novas perspectivas para fortalecer os negócios locais.

Nestas páginas e em nossos encontros, vocês terão acesso a ferramentas práticas, mentorias e uma rede de contatos valiosa. Esta iniciativa é a materialização do nosso compromisso com o seu sucesso.

Aproveitem cada momento, cada aula e cada conexão. **O futuro do seu negócio começa a ser escrito agora.** Contem conosco nesta caminhada.

Sejam muito bem-vindos!

Atenciosamente,  
**Equipe Instituto Acredita**

# FICHA EDITORIAL

Título do Material

## **Apostila do Aluno**

Estratégia de Vendas e Comercial

Coordenação Geral e Metodologista

**Rafael Augusto Ponzi Martins Ribeiro**

Coordenação de Empreendedorismo

**Leonardo Ribeiro**

Coordenação de Conteúdo

**Rafael Augusto Ponzi Martins Ribeiro**

Revisão Pedagógica

**Paulo Magalhães**

Redação e Edição de Texto

**Ana Carolina Rubim Durão e Lucas Franco Pita**

Design Gráfico e Diagramação

**Lucas Franco Pita e Fernanda Azevedo**

Produção Executiva

**Priscila Naiff**

Ano e Local de Publicação

**Rio de Janeiro – 2025**



AULA 1:

## O que é Vender de Verdade — Desmistificando o “Empurrar Produto”

### OBJETIVO:

Entender que vender não é empurrar produto, mas sim ajudar o cliente a resolver um problema ou realizar um desejo.

O que você terá pronto no final da aula:

**Uma lista de boas práticas de vendas para aplicar no seu negócio.**

### CHECKLIST RÁPIDO:

- Sei a diferença entre vender e empurrar produto
- Anotei 3 boas práticas de vendas
- Consegui identificar como aplicar isso no meu negócio
- Tenho clareza sobre o papel do vendedor

### NOTAS / OBSERVAÇÕES

Observações do(a) professor(a):

---

---

Notas do(a) aluno(a):

---

---

## Explicação Simples

**Mito:** vender é “convencer” o cliente a comprar o que ele não quer.

**Verdade:** vender é escutar e oferecer uma solução real.

### Exemplos:

- Empurrar produto: oferecer sapato tamanho errado só para “fazer a venda”.
- Vender de verdade: entender o que o cliente precisa e indicar o produto certo.

### Regra de ouro:

- O cliente compra quando sente que você ajudou, e não enganou.

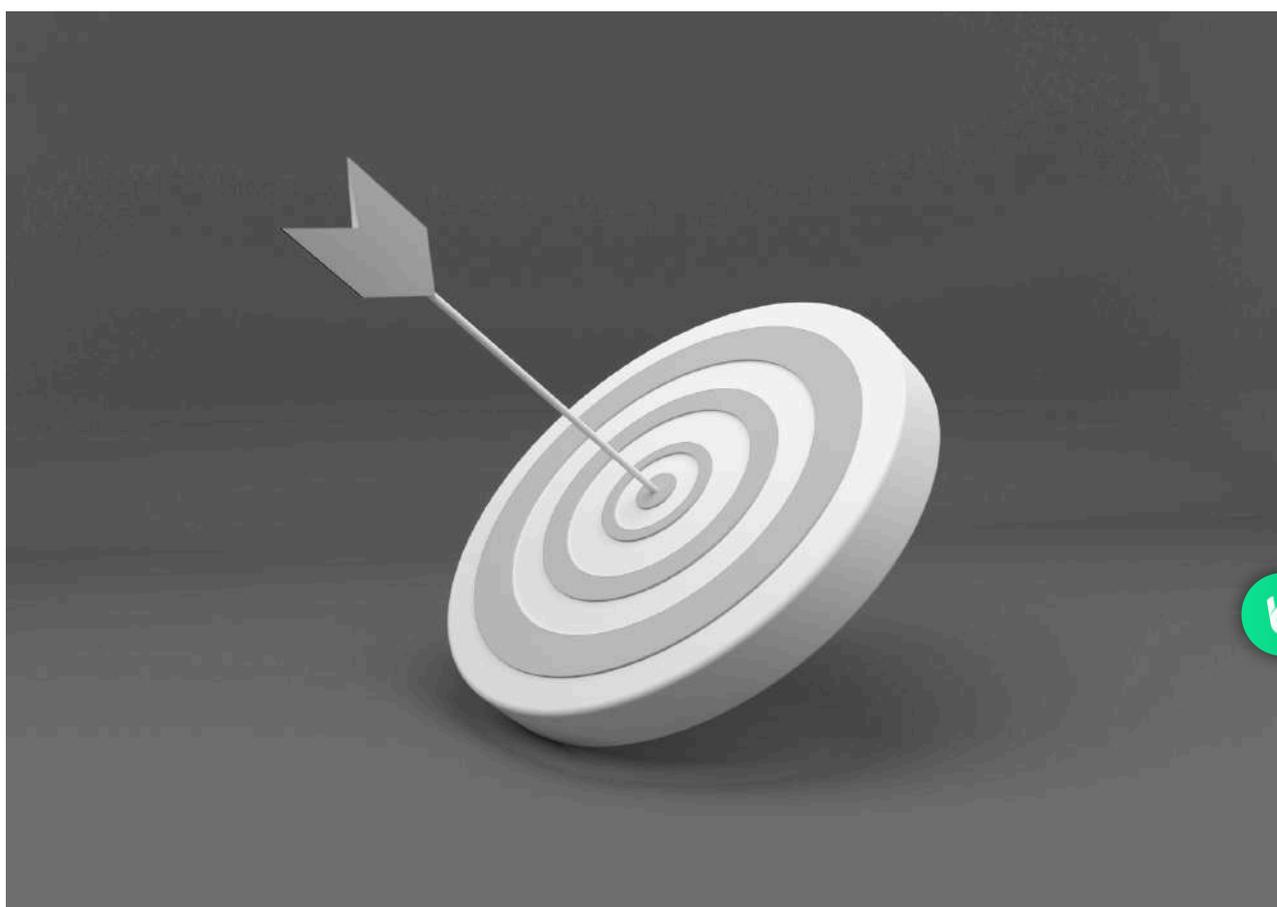


## Boas Práticas de Vendas

1. **Escutar primeiro:** entender o que o cliente quer.
2. **Oferecer solução real:** não empurrar produto desnecessário.
3. **Ser claro:** explicar preço, prazo, condições.
4. **Ser honesto:** não prometer o que não pode cumprir.
5. **Ser simpático:** bom atendimento faz o cliente voltar.

**Atividade:** Escreva 3 boas práticas que você já usa ou pretende usar:

1. \_\_\_\_\_
2. \_\_\_\_\_
3. \_\_\_\_\_





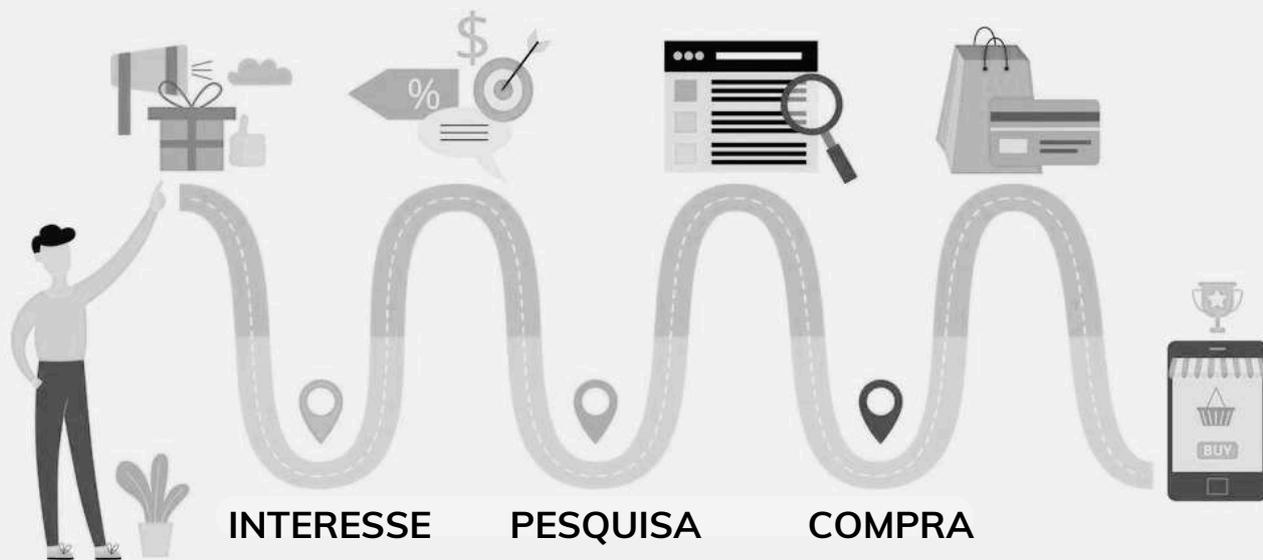
## Exemplo: Bicicletaria do Seu João

### História resumida:

- **Antes:** Seu João tentava empurrar peças caras que o cliente não precisava.
- **Resultado:** clientes reclamavam e paravam de voltar.
- **Depois:** ele começou a ouvir o cliente, indicar peças adequadas e explicar opções.
- **Resultado:** clientes passaram a confiar e recomendar sua loja.

✓ **Moral da história:** vender com ética gera clientes fiéis.





AULA 2:

# Jornada do Cliente — Como Ele Decide Comprar

## OBJETIVO:

Entender os passos que um cliente segue antes de comprar e como o vendedor pode agir em cada etapa

O que você terá pronto no final da aula: 🖐 Um mapa simples da jornada do cliente no seu negócio.

## CHECKLIST RÁPIDO:

- ☑ Sei que a compra tem etapas.
- ☑ Identifiquei como meu cliente descobre meu negócio.
- ☑ Anotei o que faço para convencer o cliente.
- ☑ Registrei minha jornada do cliente.

## NOTAS / OBSERVAÇÕES

Observações do(a) professor(a):

---

---

Notas do(a) aluno(a):

---

---

## 👉 A jornada do cliente é o caminho que ele percorre até comprar:

1. **Descoberta:** conhece seu negócio.
2. **Interesse:** começa a prestar atenção.
3. **Decisão:** compara com outras opções e decide comprar.
4. **Compra:** paga e recebe o produto ou serviço.
5. **Pós-venda:** avalia se gostou e se volta a comprar.

### Exemplo: Marmitas do Zé



1. **Descoberta:** Zé colocou cartazes no bairro e postou em grupos de WhatsApp.
2. **Interesse:** Moradores perguntaram sobre preço e cardápio.
3. **Decisão:** Alguns testaram a primeira vez.
4. **Compra:** Fizeram pedidos pelo WhatsApp.
5. **Pós-venda:** Zé mandou mensagem perguntando se gostaram e oferecendo desconto no próximo pedido.

👉 **Resultado:** os clientes voltaram porque se sentiram valorizados.

### Minha Jornada do Cliente

- Como meu cliente me descobre: \_\_\_\_\_
- O que desperta o interesse dele: \_\_\_\_\_
- O que ajuda na decisão de compra: \_\_\_\_\_
- Como acontece a compra: \_\_\_\_\_
- O que faço no pós-venda: \_\_\_\_\_

## **Reflexão:**

- Estou cuidando de todas as etapas da jornada?
- Qual etapa eu mais preciso melhorar?
- Meu cliente se sente bem atendido do início ao fim?

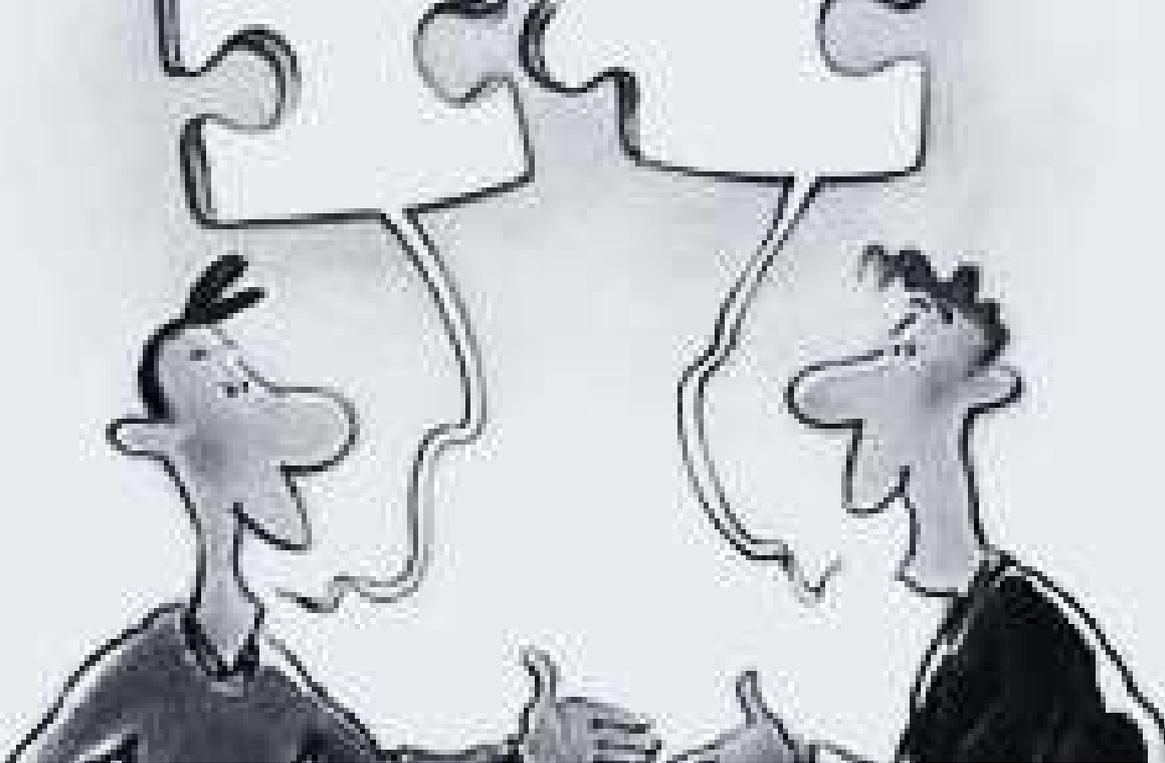
## **Minhas anotações:**

---

---

---

---



AULA 3:

# Técnicas Simples de Abordagem e Conversa de Vendas

## OBJETIVO:

Aprender formas simples de abordar clientes e conduzir uma conversa de vendas sem pressão, de maneira natural e respeitosa.

O que você terá pronto no final da aula: 🖱️ Um roteiro básico de abordagem para aplicar no seu negócio.

## CHECKLIST RÁPIDO:

- ✓ Sei a importância de escutar o cliente.
- ✓ Aprendi frases de abertura que funcionam.
- ✓ Sei como conduzir a conversa até a venda.
- ✓ Escrevi meu roteiro de abordagem.

## NOTAS / OBSERVAÇÕES

Observações do(a) professor(a):

---

---

Notas do(a) aluno(a):

---

---

## Explicação Simples

☛ **Abordagem = primeiro contato com o cliente.**

1. Deve ser natural e sem pressão.
2. O segredo é escutar mais do que falar.

**3 passos para uma boa abordagem:**

1. **Quebra-gelo:** começar com simpatia.

Ex.: “Bom dia, posso te mostrar uma novidade?”

2. **Pergunta chave:** entender a necessidade.

Ex.: “Você procura mais para o dia a dia ou para presente?”

3. **Oferta personalizada:** indicar a solução.

Ex.: “Esse aqui combina bem com o que você descreveu.”



## Exemplos de Conversas

- Errado: “Compre esse, é o melhor, você precisa agora!”
- Certo: “Esse produto pode te ajudar porque resolve exatamente [problema citado pelo cliente].”

☛ **Regra simples:** menos pressão, mais escuta.

## Meu Roteiro de Abordagem

👉 Abordagem = primeiro contato com o cliente.

1. Minha frase de abertura: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

2. Pergunta para entender a necessidade: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

3. Como vou indicar minha solução: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

### Exemplo: Loja de Cosméticos da Júlia

- Cliente entra procurando creme.
- Júlia pergunta: “É para uso diário ou para um presente especial?”
- Cliente responde: “Para presente.”
- Júlia oferece kit com embalagem bonita e preço acessível.
- Resultado: cliente compra feliz e ainda indica a loja para a amiga.



### Reflexão:

Estou mais falando ou mais escutando nas minhas conversas de venda?

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_



AULA 4:

# Apresentando Propostas e Negociando Acordos

## OBJETIVO:

Aprender a apresentar propostas de forma clara e negociar acordos justos, sem perder o cliente e sem sair no prejuízo.

Aprender a apresentar propostas de forma clara e negociar acordos justos, sem perder o cliente e sem sair no prejuízo.

## CHECKLIST RÁPIDO:

- Sei como apresentar uma proposta clara.
- Sei ouvir contra-argumentos do cliente.
- Aprendi técnicas simples de negociação.
- Registrei meu checklist de negociação.

## NOTAS / OBSERVAÇÕES

Observações do(a) professor(a):

---

---

Notas do(a) aluno(a):

---

---

## Explicação Simples

- ☛ Proposta = oferta apresentada ao cliente (produto + preço + condições).
- ☛ Negociação = conversa para chegar a um acordo bom para os dois lados.

### Dicas de proposta clara:

- Fale o preço de forma direta.
- Explique o que está incluso.
- Seja transparente sobre prazos e formas de pagamento.

### Dicas de proposta clara:

1. Fale o preço de forma direta.
2. Explique o que está incluso.
3. Seja transparente sobre prazos e formas de pagamento.

## Exemplo: Oficina de Consertos da Dona Carla

- Cliente pediu desconto em reparo de moto (R\$ 200).
- Dona Carla explicou: “Esse valor cobre peça e mão de obra. Posso parcelar em 2 vezes ou dar 5% de desconto à vista.”
- Cliente aceitou pagar à vista com desconto → todos saíram satisfeitos.

- ☛ Moral: clareza + alternativas = negociação justa.



1. Minha proposta está clara? (produto, preço, condições)  
( ) SIM ( ) NÃO

2. Minha proposta está clara? (produto, preço, condições)  
( ) SIM ( ) NÃO

3. Ofereci uma alternativa viável?  
( ) SIM ( ) NÃO

4. Negocie sem sair no prejuízo?  
( ) SIM ( ) NÃO

5. O cliente saiu satisfeito?  
( ) SIM ( ) NÃO

## Reflexão

- Tenho dificuldade em falar de preço?
- Eu costumo ceder demais e perder dinheiro?
- Posso criar alternativas criativas sem dar desconto sempre?

Minhas anotações:

---

---

---

---

---

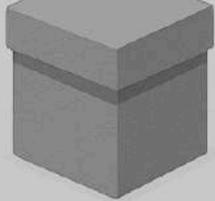
---

---

---

---

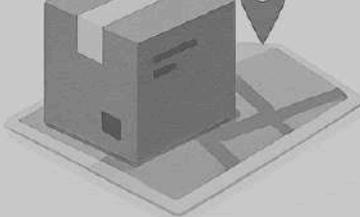
---



Produto



Preço



Praça



Promoção



Pessoas



Processos



Processos



Prova Física

AULA 5:

# Os 7 Ps de Vendas Simplificados

## OBJETIVO:

Conhecer os 7 Ps de vendas e aplicar de forma simples no seu negócio, para melhorar resultados.

O que você terá pronto no final da aula: 🖱️ Um quadro dos 7 Ps preenchido para o seu negócio.

## CHECKLIST RÁPIDO:

- ☑️ Sei o que significa cada P
- ☑️ Preenchi os 7 Ps para meu negócio
- ☑️ Identifiquei onde preciso melhorar
- ☑️ Tenho clareza sobre minha estratégia de vendas

## NOTAS / OBSERVAÇÕES

Observações do(a) professor(a):

---

---

Notas do(a) aluno(a):

---

---

## Explicação Simples

☛ Os 7 Ps são 7 pontos que todo negócio deve cuidar:

1. **Produto:** o que vendo.
2. **Preço:** quanto custa.
3. **Praça:** onde vendo.
4. **Promoção:** como divulgo.
5. **Pessoas:** quem atende o cliente.
6. **Processos:** como funciona a entrega/serviço.
7. **Prova (ou Evidência):** o que mostra qualidade (ex.: fotos, depoimentos).

## Exemplo: Salão de Beleza da Dona Clara

- **Produto:** cortes e tinturas.
- **Preço:** valores acessíveis com tabela fixa.
- **Praça:** salão no bairro + WhatsApp para agendar.
- **Promoção:** divulgações no Instagram com fotos de antes e depois.
- **Pessoas:** Dona Clara + ajudante.
- **Processos:** agendamento → atendimento → pagamento.
- **Prova:** fotos no Instagram + boca a boca das clientes.

☛ Quando organizou os 7 Ps, Dona Clara percebeu que precisava investir mais em prova (fotos de resultados).



## Meu Quadro dos 7 Ps

P	MEU NEGÓCIO
Produto	
Preço	
Praça	
Promoção	
Pessoas	
Processos	
Prova	

## Reflexão

- Qual dos 7 Ps está mais fraco no meu negócio?
- O que posso melhorar ainda este mês?
- Como posso usar esse quadro como guia para crescer?



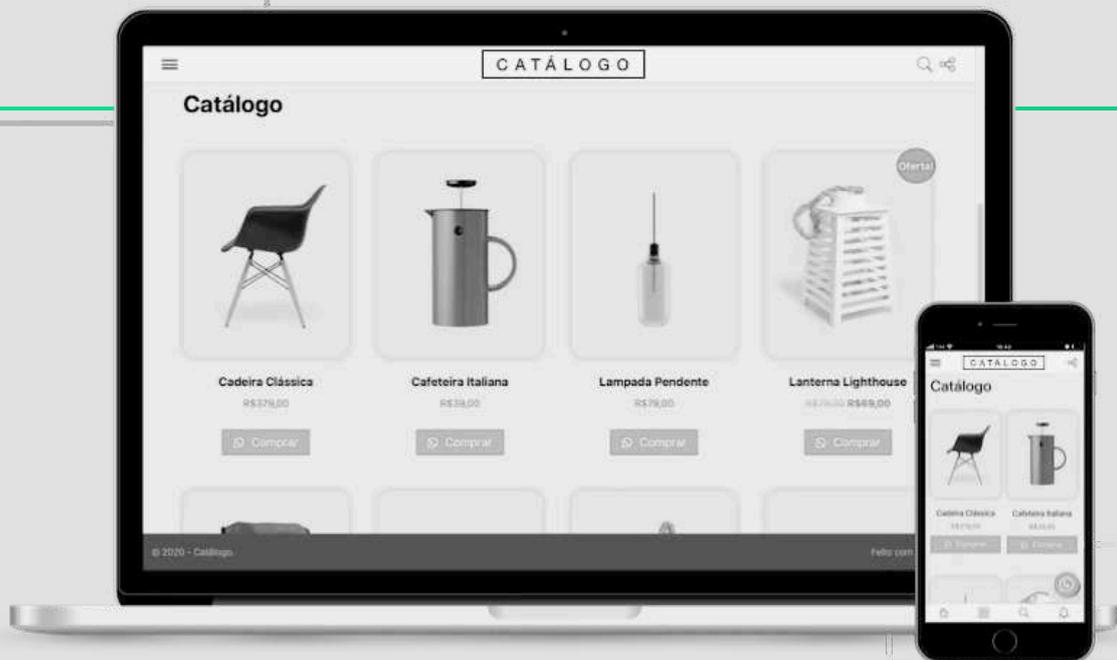
Minhas anotações:

---

---

---

---



AULA 6:

# Ferramentas Simples de Vendas (WhatsApp, Catálogo, Agenda)

## OBJETIVO:

Aprender a usar ferramentas simples e acessíveis para organizar vendas e atender melhor os clientes.

O que você terá pronto no final da aula: 🖱️ Um plano de uso de ferramentas de vendas (WhatsApp, catálogo e agenda).

## CHECKLIST RÁPIDO:

- ✓ Sei como usar o WhatsApp para vendas.
- ✓ Montei ou revisei meu catálogo de produtos.
- ✓ Organizei como marcar clientes em uma agenda simples.
- ✓ Tenho clareza sobre como essas ferramentas podem me ajudar.

## NOTAS / OBSERVAÇÕES

Observações do(a) professor(a):

---

---

Notas do(a) aluno(a):

---

---

# Explicação Simples

👉 Ferramentas que todo pequeno negócio pode usar:

## 1. WhatsApp Business:

Mensagem de boas-vindas.

Resposta rápida (ex.: preços, horário).

Resposta rápida (ex.: preços, horário).

## 2. Catálogo de Produtos:

Fotos simples e claras.

Nome e preço de cada item.

Pode ser no WhatsApp, papel ou até cartaz na porta.

## 3. Agenda de Clientes

Caderno, aplicativo ou planilha.

Anotar pedidos, horários, entregas.

Evita esquecimento e atraso.

## Exemplo: Costura da Dona Bia

- Usava só boca a boca.
- Passou a ter WhatsApp Business com catálogo de serviços (barra de calça, troca de zíper, ajustes).
- Criou lista de clientes na agenda para avisar quando pronta a roupa.
- Resultado: mais organização, clientes receberam aviso no prazo e começaram a indicar novos pedidos.



# Meu Plano de Ferramentas

WhatsApp Business (como vou usar): \_\_\_\_\_

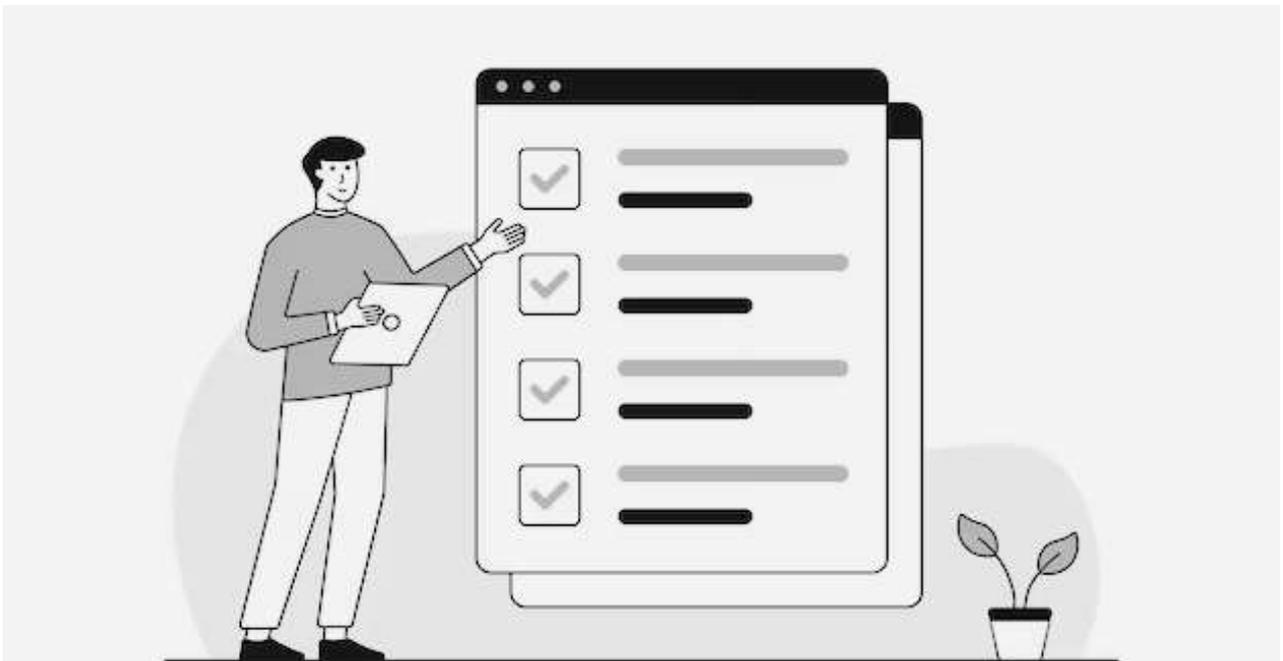
\_\_\_\_\_

Catálogo (onde vou montar): \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Agenda (como vou organizar): \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_



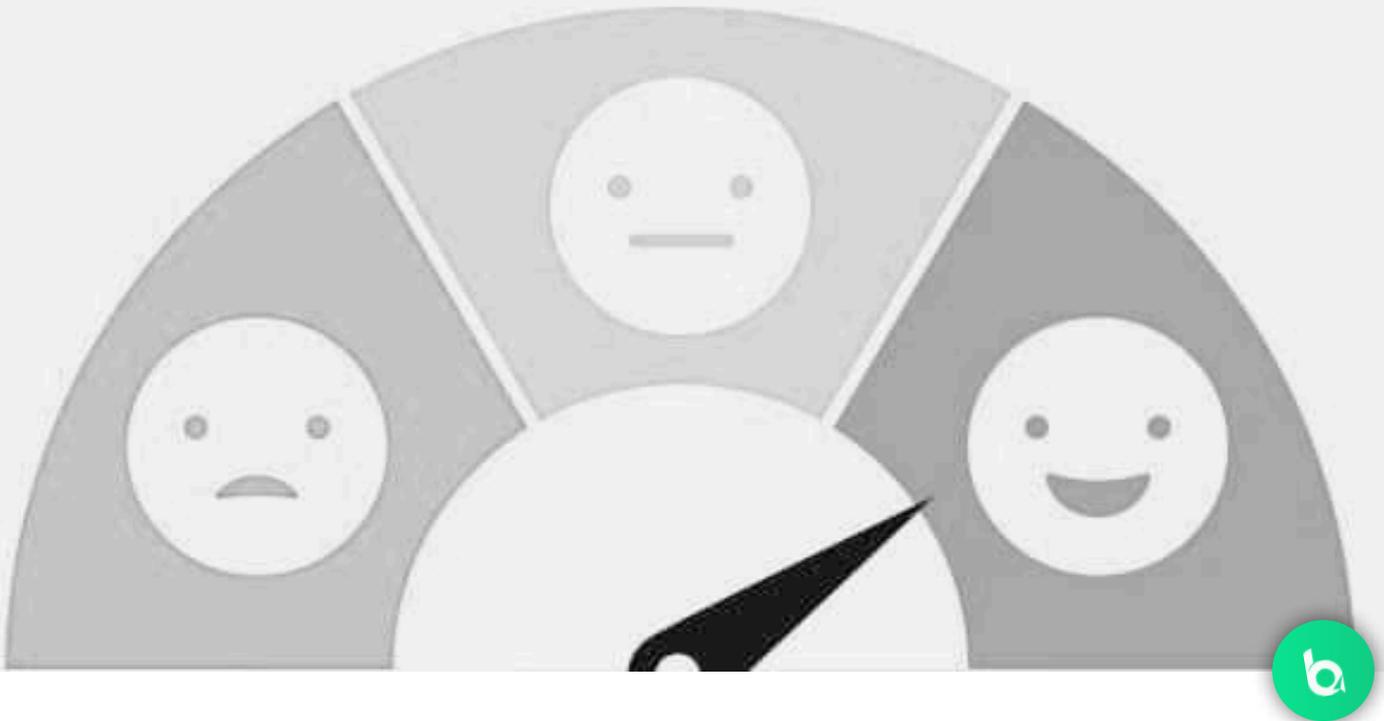
## Reflexão

- Já uso essas ferramentas?
- Qual delas pode melhorar minhas vendas mais rápido?
- Posso começar a aplicar ainda esta semana?

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_



AULA 7:

# Pós-Venda — Fidelização e Relacionamento com Clientes

## OBJETIVO:

Aprender a cuidar do cliente mesmo depois da venda, criando fidelização e aumentando as chances de novas compras.

O que você terá pronto no final da aula: 🖋️ Um roteiro simples de pós-venda para aplicar no seu negócio.

## CHECKLIST RÁPIDO:

- Sei a importância do pós-venda.
- Entendi que cliente satisfeito pode voltar e indicar.
- Anotei formas de manter contato com meus clientes.
- Montei meu roteiro de pós-venda.

## NOTAS / OBSERVAÇÕES

Observações do(a) professor(a):

---

---

Notas do(a) aluno(a):

---

---

## Explicação Simples

☞ Muitos empreendedores param no momento da venda.

☞ Mas o pós-venda é essencial:

- Faz o cliente voltar.
- Gera indicações (clientes trazem novos clientes).
- Cria confiança.

### Exemplos de pós-venda simples:

- Mandar mensagem agradecendo.
- Perguntar se o cliente ficou satisfeito.
- Oferecer desconto ou brinde na próxima compra.
- Lembrar o cliente de datas importantes (ex.: aniversário).

### Exemplo: Salão da Dona Paula

- Após cortar o cabelo da cliente, Dona Paula mandava mensagem no dia seguinte:
- ☞ “Oi, só passando para saber se você gostou do corte. Obrigada pela confiança!”
- Resultado: clientes se sentiram valorizadas e voltaram a cada 30 dias.
- Ela também criou um cartão fidelidade: a cada 5 cortes, 1 escova grátis.

☞ Simples, barato e eficaz.



## Meu Roteiro de Pós-Venda

Mensagem de agradecimento: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Como vou pedir feedback: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

O que posso oferecer para fidelizar: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Quando vou entrar em contato de novo: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_



## Reflexão

- Estou cuidando dos meus clientes depois que compram?
- Se eu fosse cliente do meu negócio, me sentiria lembrado?
- O que posso começar a fazer de imediato para fidelizar?

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_



AULA 8:

# Erros Comuns em Vendas e Como Evitá-los

## OBJETIVO:

Identificar os erros mais comuns em vendas e aprender formas simples de evitá-los, melhorando o atendimento e os resultados.

O que você terá pronto no final da aula: 📌 Um checklist pessoal de erros a evitar.

## CHECKLIST RÁPIDO:

- ✓ Reconheci erros que já cometi em vendas.
- ✓ Sei como corrigi-los.
- ✓ Montei meu checklist de atenção.
- ✓ Estou mais preparado(a) para vender melhor.

## NOTAS / OBSERVAÇÕES

Observações do(a) professor(a):

---

---

Notas do(a) aluno(a):

---

---

## Explicação Simples

### ☞ Alguns erros que atrapalham muito as vendas:

- Não ouvir o cliente → falar demais e não entender a necessidade.
- Prometer o que não pode cumprir → gera frustração.
- Não conhecer bem o produto → insegurança na hora da venda.
- Falar só de preço → cliente também quer qualidade e confiança.
- Esquecer o pós-venda → cliente não volta.

### ☞ Evitar esses erros pode ser mais importante do que aprender técnicas novas.

## Exemplo: Loja de Roupas do Pedro

- Pedro errava ao prometer entregas em 2 dias e atrasava sempre.
- Clientes ficavam irritados e pararam de comprar.
- Ele mudou: passou a prometer prazo real de 5 dias e entregar antes quando possível.
- Resultado: clientes voltaram, pois sentiram confiança.

### ☞ Prometer menos e entregar mais gera credibilidade.



## Meu Checklist de Atenção

Erros que eu já cometi:

1. \_\_\_\_\_
2. \_\_\_\_\_
3. \_\_\_\_\_

O que vou fazer para evitar:

1. \_\_\_\_\_
2. \_\_\_\_\_
3. \_\_\_\_\_



## Reflexão

- Qual erro mais atrapalha minhas vendas hoje?
- Estou realmente ouvindo meu cliente?
- O que posso mudar já na próxima venda?

---

---

---



AULA 9:

# Clínica de Vendas — Simulações e Revisão Final

## OBJETIVO:

Revisar tudo o que foi aprendido em vendas e praticar com simulações de situações reais.

O que você terá pronto no final da aula: 🏹 Um checklist final de vendedor + experiência prática de apresentação (mini simulação de venda).

## CHECKLIST RÁPIDO:

- Revisei os principais conceitos de vendas.
- Participei de simulações de atendimento.
- Montei meu checklist final de vendedor.
- Sei meus próximos passos para melhorar nas vendas.

## NOTAS / OBSERVAÇÕES

Observações do(a) professor(a):

---

---

Notas do(a) aluno(a):

---

---

## Revisão dos Conceitos

☛ O que vimos até aqui:

1. Vender é ajudar, não empurrar produto.
2. Jornada do cliente (descoberta → interesse → decisão → compra → pós-venda).
3. Técnicas de abordagem e escuta ativa.
4. Proposta clara e negociação justa.
5. Os 7 Ps de vendas.
6. Ferramentas simples (WhatsApp, catálogo, agenda).
7. Pós-venda e fidelização.
8. Erros comuns e como evitar.

## Exemplo de Simulação

- Situação: Cliente chega perguntando preço de bolo.
- Errado: “Custa R\$ 50, quer levar?”
- Certo: “Esse bolo custa R\$ 50. É para consumo agora ou para uma ocasião especial? Tenho opções diferentes para cada caso.”

☛ A diferença está em conversar e entender o cliente antes de fechar.



## Meu Checklist Final de Vendedor

1. Eu escutei primeiro o cliente?

( ) SIM ( ) NÃO

2. Fiz perguntas para entender a necessidade?

( ) SIM ( ) NÃO

3. Apresentei proposta clara e honesta?

( ) SIM ( ) NÃO

4. Ofereci alternativas sem sair no prejuízo?

( ) SIM ( ) NÃO

5. Registre o contato para pós-venda?

( ) SIM ( ) NÃO

## Espaço de Reflexão e Próximos Passos

Meus principais aprendizados:

---

---

---

---

O que ainda preciso melhorar:

---

---

---

---

Meus próximos passos em vendas:

1. \_\_\_\_\_

2. \_\_\_\_\_

3. \_\_\_\_\_

A LIGHT, O GOVERNO DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO, SECRETARIA DE ESTADO DE CULTURA E ECONOMIA CRIATIVA E A LEI ESTADUAL DE INCENTIVO À CULTURA, APRESENTAM:

Apostila do Aluno

# Plano de Negócios & Empreendedorismo

Um guia prático com as ferramentas e técnicas  
para você vender mais e melhor.

REALIZAÇÃO:

 **instituto  
acredita**

PATROCÍNIO:

 **Light**

Secretaria de  
Cultura e Economia  
Criativa



GOVERNO DO ESTADO  
**RIO DE JANEIRO**

# CARTA DE APRESENTAÇÃO

Prezados(as) empreendedores(as),

É com imensa alegria que o **Instituto Acredita**, em uma realização conjunta com a **Light** e a **Secretaria de Estado de Cultura e Economia Criativa do Rio de Janeiro**, através da Lei Estadual de Incentivo à Cultura, dá as boas-vindas a cada um de vocês à Trilha de Capacitação Empreendedora. Este é o primeiro passo de uma jornada transformadora que estamos orgulhosos de construir ao seu lado.

Acreditamos que o empreendedorismo é uma das mais potentes ferramentas de desenvolvimento social. Por isso, este programa foi criado para oferecer não apenas conhecimento, mas também apoio e novas perspectivas para fortalecer os negócios locais.

Nestas páginas e em nossos encontros, vocês terão acesso a ferramentas práticas, mentorias e uma rede de contatos valiosa. Esta iniciativa é a materialização do nosso compromisso com o seu sucesso.

Aproveitem cada momento, cada aula e cada conexão. **O futuro do seu negócio começa a ser escrito agora.** Contem conosco nesta caminhada.

Sejam muito bem-vindos!

Atenciosamente,  
**Equipe Instituto Acredita**

# FICHA EDITORIAL

Título do Material

## **Apostila do Aluno**

Plano de Negócios & Empreendedorismo

Coordenação Geral e Metodologista

**Rafael Augusto Ponzi Martins Ribeiro**

Coordenação de Empreendedorismo

**Leonardo Ribeiro**

Coordenação de Conteúdo

**Rafael Augusto Ponzi Martins Ribeiro**

Revisão Pedagógica

**Paulo Magalhães**

Redação e Edição de Texto

**Ana Carolina Rubim Durão e Lucas Franco Pita**

Design Gráfico e Diagramação

**Lucas Franco Pita e Fernanda Azevedo**

Produção Executiva

**Priscila Naiff**

Ano e Local de Publicação

**Rio de Janeiro – 2025**



AULA 1:

# O que é um Negócio? Ideias que Viram Oportunidades

## OBJETIVO:

Entender a diferença entre uma ideia e um negócio, e como transformar uma ideia em oportunidade real.

**O que você terá pronto no final da aula:** 📄 Uma tabela com a sua ideia de negócio descrita de forma simples.

## CHECKLIST RÁPIDO:

- Sei a diferença entre ideia e negócio
- Consegui escrever minha ideia em uma frase
- Identifiquei se há oportunidade real no que pensei
- Registrei minha ideia na tabela do meu negócio

## NOTAS / OBSERVAÇÕES

Observações do(a) professor(a):

---

---

Notas do(a) aluno(a):

---

---

## Explicação Simples

**Ideia** - pensamento ou vontade de fazer algo.

- Ex.: “Quero vender bolo.”

**Negócio** - ideia organizada para dar resultado.

Ex.: “Vou vender bolo caseiro, por encomenda, no bairro Vila Bela Vista, usando redes sociais para receber pedidos.”

👉 Uma ideia vira negócio quando:

1. Resolve um problema real.
2. Atende pessoas dispostas a pagar.
3. Consegue se sustentar com lucro.



## Minha Ideia em Uma Frase

Modelo simples:

☞ “Quero vender [produto/serviço] para [quem], porque [motivo do cliente].”

Exemplo fictício:

“Quero vender marmitas caseiras para trabalhadores da Vila Esperança, porque eles não têm tempo de cozinhar e precisam de comida boa e barata.”

Minha frase:

---

---

---

---

---

---

---



## Minha Tabela do Negócio

PERGUNTA	MINHA RESPOSTA
O que quero vender?	
Para quem quero vender?	
Qual problema vou resolver?	
Como vou vender? (entrega, loja, WhatsApp)	
Por que o cliente vai escolher meu negócio?	



## Exemplo: Brechó da Dona Rosa (Jardim Esperança)

### História resumida:

- **O que vender?** Roupas de segunda mão em bom estado.
- **Para quem?** Moradores que buscam economia e estilo.
- **Problema resolvido:** roupas novas são caras, muitos não conseguem comprar.
- **Como vender?** Loja pequena + divulgação em grupos de WhatsApp.
- **Por que escolher?** Preço acessível, peças selecionadas com qualidade.

☑ **Reflexão:** Minha ideia já resolve um problema real ou ainda precisa de ajustes?

---

---

---



AULA 2:

## Conhecendo o Cliente e Criando Valor

### OBJETIVO:

Aprender a conhecer melhor o cliente e entender o que é “criar valor”: entregar algo que resolva o problema dele de forma clara.

**O que você terá pronto no final da aula:** 🖱️ Uma proposta de valor simples, escrita em uma frase.

### CHECKLIST RÁPIDO:

- ☑️ Sei quem é meu cliente principal
- ☑️ Identifiquei o problema que ele enfrenta
- ☑️ Escrevi uma frase de proposta de valor
- ☑️ Consigo explicar por que o cliente vai escolher meu negócio

### NOTAS / OBSERVAÇÕES

Observações do(a) professor(a):

---

---

Notas do(a) aluno(a):

---

---

## Explicação Simples

- **Cliente** - a pessoa que compra o seu produto/serviço.
- **Criar valor** - mostrar claramente como o que você vende resolve um problema ou facilita a vida do cliente.

### 👉 Fórmula da Proposta de Valor:

“Para [quem], que precisa de [o quê], eu ofereço [solução], com [diferencial].”





Imagem Ilustrativa

## Exemplo: Marmitas da Dona Helena (Bela Vista)

### História resumida:

- **Cliente:** trabalhadores da comunidade.
- **Problema:** falta de tempo para cozinhar.
- **Solução:** marmitas prontas, feitas no dia.
- **Diferencial:** comida caseira, preço acessível e entrega rápida.

### Proposta de Valor da Dona Helena:

“Para trabalhadores da Vila Bela Vista que não têm tempo de cozinhar, eu ofereço marmitas caseiras prontas, com entrega rápida e preço justo.”

## Minha Proposta de Valor

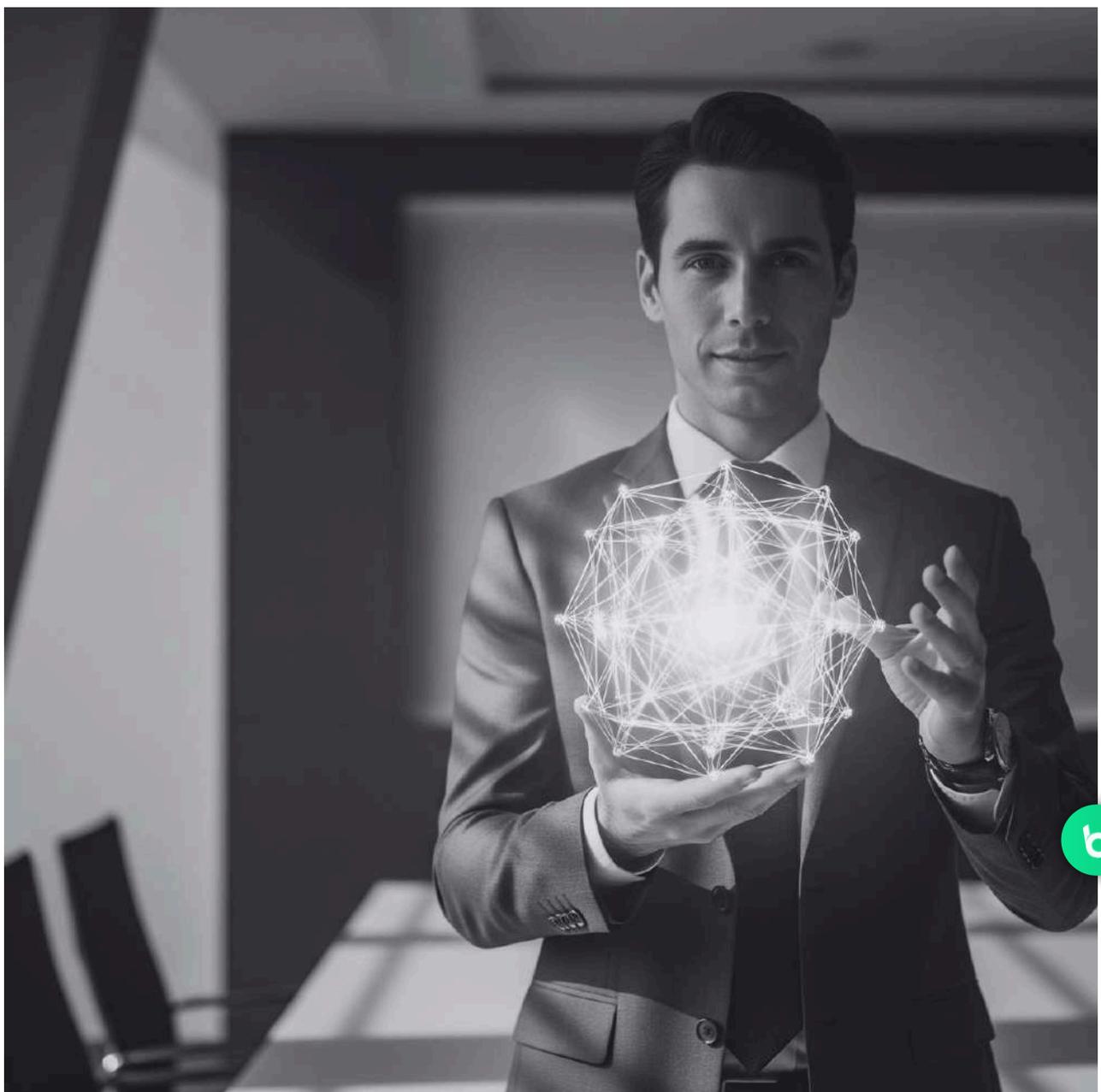
- Cliente (quem): \_\_\_\_\_
- Problema que ele tem: \_\_\_\_\_
- Solução que ofereço: \_\_\_\_\_
- Diferencial do meu negócio: \_\_\_\_\_

Minha frase final:

---

---

---



## Reflexão

- Minha proposta de valor está clara?
- Se eu contar essa frase para alguém que nunca ouviu falar do meu negócio, ela entende?
- Estou mostrando meu diferencial?

Anotações:

---

---

---

---

---





AULA 3:

## Inovação na Prática — Adaptar, Criar e Testar

### OBJETIVO:

Entender que inovar não é só criar algo novo, mas também adaptar ou melhorar algo que já existe, e testar antes de investir muito.

**O que você terá pronto no final da aula:** 🖱️ Uma ideia de inovação simples aplicada ao seu negócio.

### CHECKLIST RÁPIDO:

- ☑️ Sei o que significa inovar
- ☑️ Consegui pensar em pelo menos 1 inovação simples
- ☑️ Sei que posso testar minha ideia antes de investir muito
- ☑️ Registre a minha inovação na folha do meu negócio

### NOTAS / OBSERVAÇÕES

Observações do(a) professor(a):

---

---

Notas do(a) aluno(a):

---

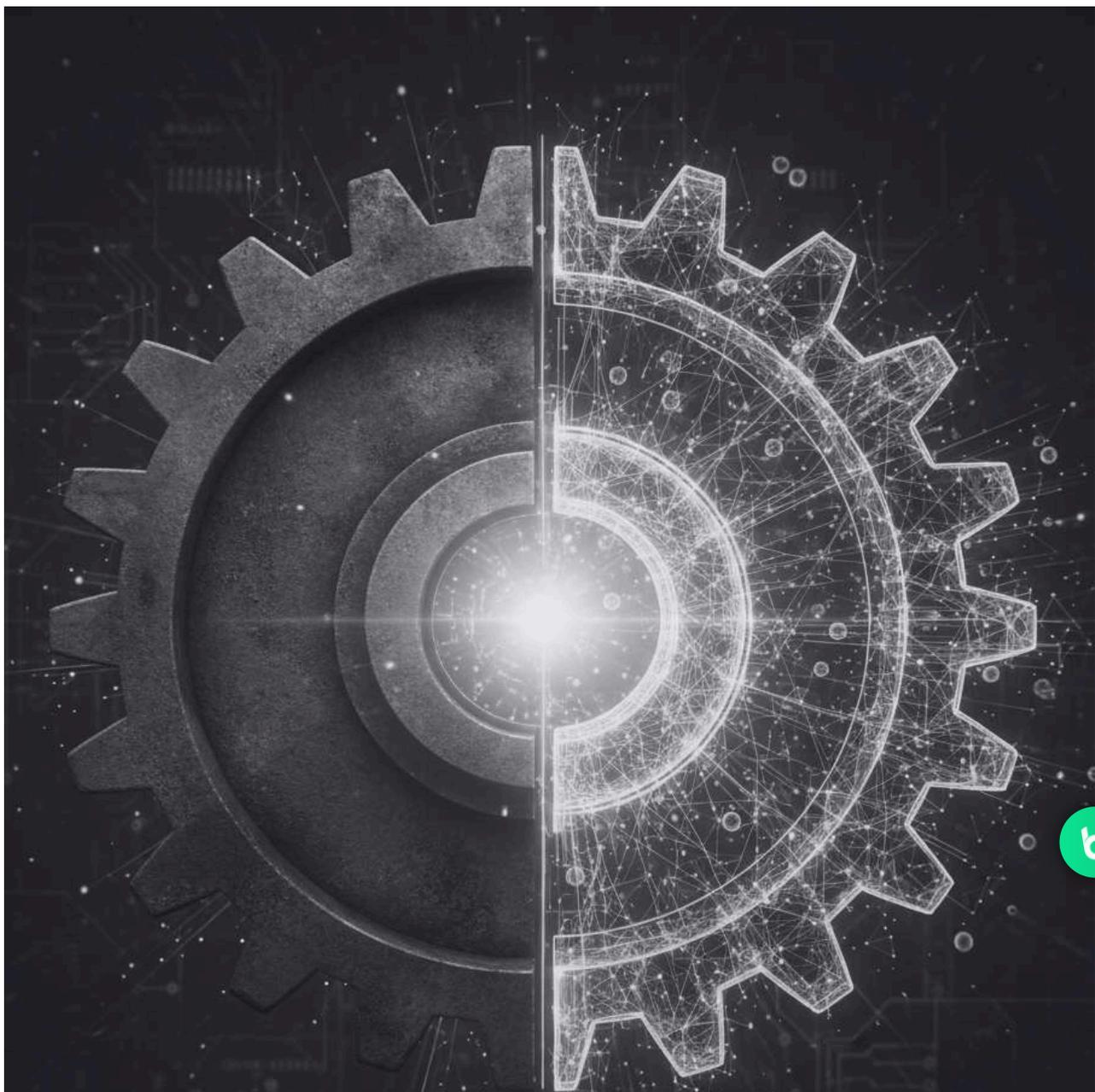
---

## Explicação Simples

👉 Inovar não é só inventar algo novo.

Existem 3 formas de inovar:

- **Adaptar:** mudar algo que já existe.  
Ex.: vender bolo em pedaços ao invés de inteiro.
- **Criar:** trazer algo totalmente novo.  
Ex.: abrir uma loja que ainda não existe na comunidade.
- **Testar:** experimentar antes de investir muito.  
Ex.: vender 10 marmitas no primeiro dia para ver se tem procura.





## Exemplo: Padaria da Dona Lúcia (Bela Vista)

### História resumida:

- Atividades-chave: assar pão, atender balcão, organizar estoque.
- Recursos: forno, balcão, farinha, ajudante.
- Processos: fazer massa → assar → colocar no balcão → vender.

👉 Quando ela organizou essas informações, percebeu que precisava melhorar o processo de estoque, que gerava desperdício.

# Minha Inovação no Negócio

O que posso adaptar no meu negócio atual:

---

---

---

O que posso criar de novo:

---

---

---

O que posso testar em pequena escala:

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

## Reflexão

- Minha inovação é simples e possível de aplicar?
- Eu consigo testar antes de gastar muito?
- Isso pode aumentar a satisfação do cliente?

Minhas anotações:

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---



AULA 4:

## Estrutura do Negócio — Atividades, Recursos e Processos

### OBJETIVO:

Aprender a organizar as principais atividades, recursos e processos do negócio para que tudo funcione bem no dia a dia.

**O que você terá pronto no final da aula:** ➡ Uma tabela com as atividades-chave, recursos e processos do seu negócio.

### CHECKLIST RÁPIDO:

- Listei as atividades principais do meu negócio
- Identifiquei os recursos que preciso para funcionar
- Anotei processos importantes que não podem falhar
- Tenho uma visão mais clara da estrutura do meu negócio

### NOTAS / OBSERVAÇÕES

Observações do(a) professor(a):

---

---

Notas do(a) aluno(a):

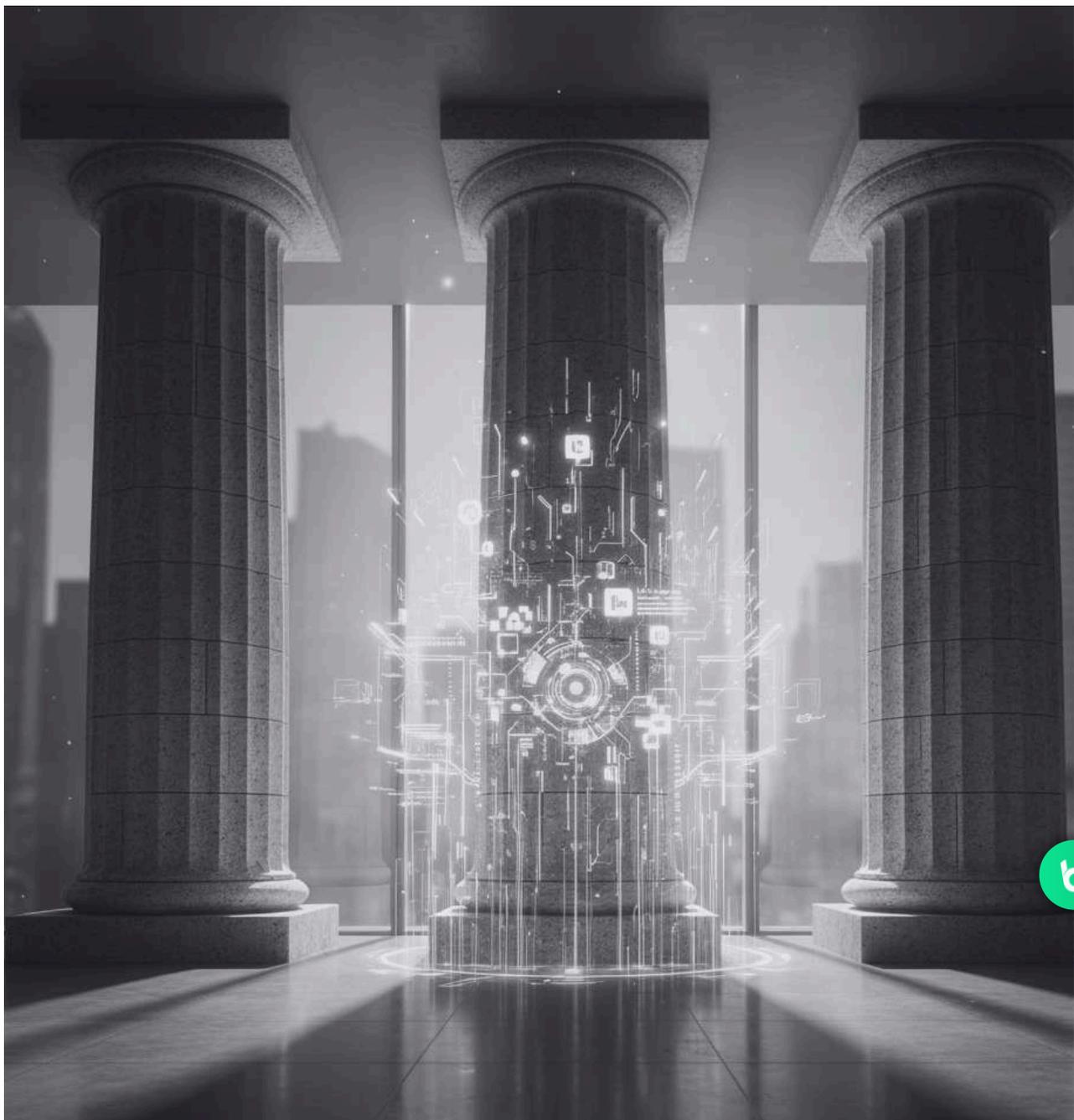
---

---

## Explicação Simples

☞ Todo negócio precisa de 3 pilares para funcionar:

- **Atividades-chave** → o que você faz todo dia.  
Ex.: cozinhar, atender clientes, entregar pedidos.
- **Recursos** → o que você precisa ter.  
Ex.: ingredientes, equipamentos, celular, espaço.
- **Processos** → a ordem de como as coisas acontecem.  
Ex.: receber pedido → preparar → embalar → entregar.



## Minha Tabela do Negócio

ITEM	MINHAS ANOTAÇÕES
Atividades-chave (o que faço todo dia)	
Recursos (o que preciso ter)	
Processos (ordem das etapas)	

## Reflexão

- Estou fazendo as atividades certas ou perco tempo com coisas que não trazem resultado?
- Tenho todos os recursos que preciso ou estou improvisando demais?
- Meus processos estão claros ou causam confusão no negócio?

Minhas anotações:

---

---

---

---

---



AULA 5:

## Concorrência e Diferenciação — Como se Destacar no Mercado

### OBJETIVO:

Aprender a identificar os concorrentes e descobrir formas simples de se destacar no mercado.

**O que você terá pronto no final da aula** 🖱️ Um mapa simples dos concorrentes e uma lista de diferenciais para o seu negócio.

### CHECKLIST RÁPIDO:

- Identifiquei meus principais concorrentes
- Listei pontos fortes e fracos deles
- Descobri formas de me diferenciar
- Escrevi pelo menos 2 diferenciais para o meu negócio

### NOTAS / OBSERVAÇÕES

Observações do(a) professor(a):

---

---

Notas do(a) aluno(a):

---

---

## Explicação Simples

- Concorrência: outros negócios que vendem o mesmo ou parecido com você.
- Diferenciação: o que faz o cliente escolher você e não o outro.

### 👉 Exemplos de diferenciais:

- Atendimento mais rápido.
- Produto de melhor qualidade.
- Entrega garantida.
- Variedade maior.
- Preço competitivo.





## Exemplo: Lanchonete da Dona Rita (Comunidade Nova Luz)

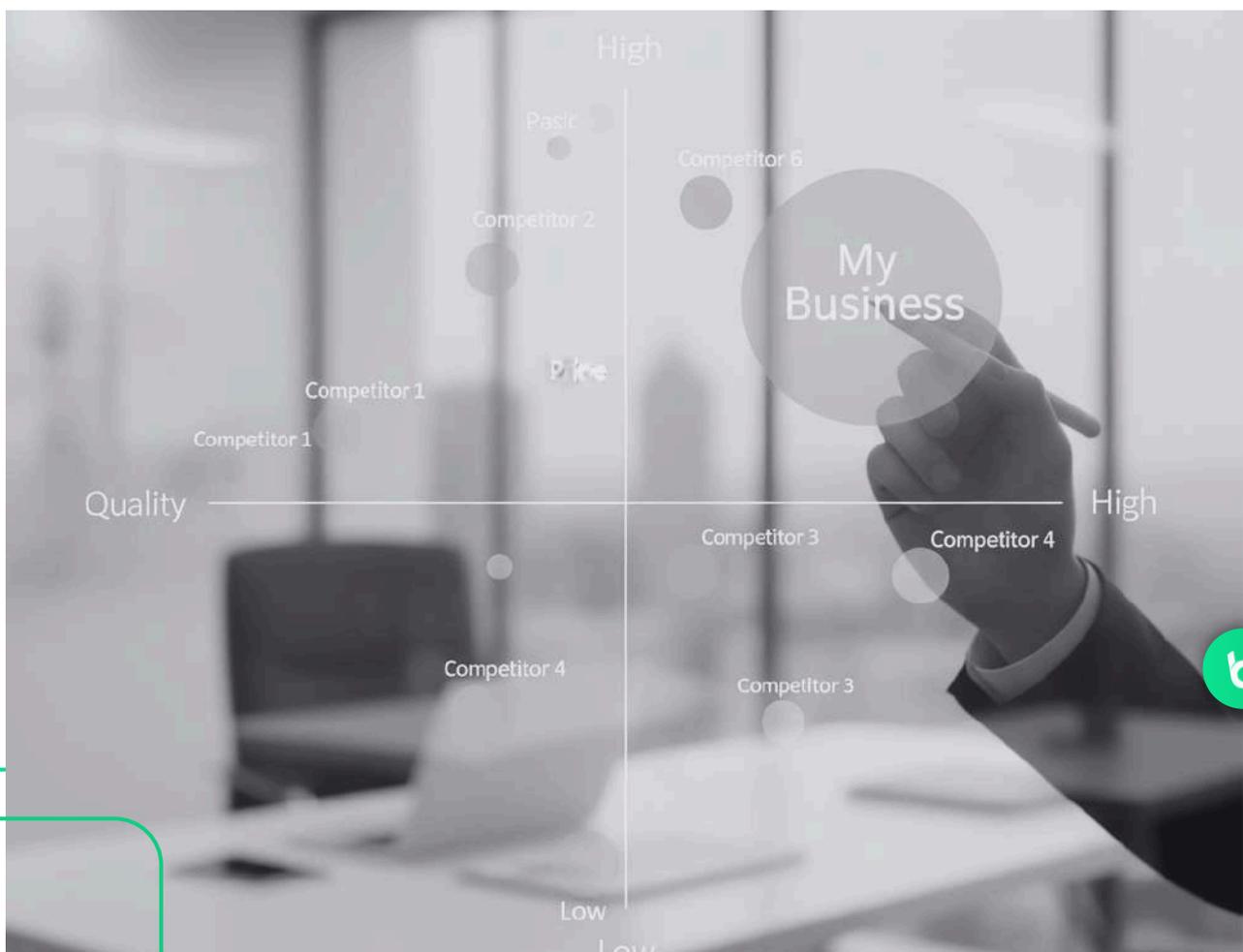
### História resumida:

- Concorrentes: outras 3 lanchonetes na mesma rua.
- Pontos fortes da concorrência: preços baixos.
- Pontos fracos: demora na entrega, pouco cuidado com higiene.
- Diferencial da Dona Rita: entrega rápida, embalagens limpas e combos econômicos.

✓ **Resultado:** mesmo cobrando um pouco mais, ela conquistou clientes pela confiança.

# Meu Mapa de Concorrência

Concorrente	Ponto Forte	Ponto Fraco	O que posso fazer de diferente



## Reflexão

- Meus diferenciais estão claros?
- O cliente perceberia isso facilmente?
- Se eu não tenho diferencial ainda, o que posso criar?

Minhas anotações:

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---



AULA 6:

## **MVP — Testando uma Ideia de Forma Simples e Barata**

### **OBJETIVO:**

Aprender o que é MVP (Produto Mínimo Viável) e como testar uma ideia de forma simples e barata, antes de investir muito dinheiro.

**O que você terá pronto no final da aula** 🖱️ Um plano de teste simples (MVP) para sua ideia de negócio.

### **CHECKLIST RÁPIDO:**

- Entendi que MVP é um teste rápido e barato
- Consegui definir uma forma simples de testar minha ideia
- Sei como observar o resultado do teste
- Anotei meu plano de MVP para o negócio

### **NOTAS / OBSERVAÇÕES**

Observações do(a) professor(a):

---

---

Notas do(a) aluno(a):

---

---

## Explicação Simples

👉 MVP significa Produto Mínimo Viável.

- É a versão mais simples da sua ideia, feita só para testar se o cliente realmente quer.
- Ajuda a evitar gastar muito dinheiro em algo que talvez não funcione.

**Exemplos de MVP:**

- Fazer 10 marmitas e oferecer para vizinhos antes de abrir uma lanchonete.
- Vender 20 brigadeiros na feira para ver se tem saída antes de alugar um ponto.
- Divulgar pelo WhatsApp e ver se alguém encomenda, antes de investir em site.

## Exemplo: Brechó da Ana

**História resumida:**

- Ideia: abrir uma loja de roupas usadas.
- MVP: fez um “dia do brechó” na garagem de casa com 50 peças.

✓ **Resultado:** vendeu 35 peças em um dia → percebeu que havia procura.

- Só depois decidiu investir em um ponto fixo.

👉 Testar pequeno evitou que Ana gastasse dinheiro sem ter certeza da demanda.



## Meu Plano de MVP

Minha ideia de negócio: \_\_\_\_\_

Como posso testar de forma simples e barata: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Quantas unidades vou produzir/oferecer no teste: \_\_\_\_\_

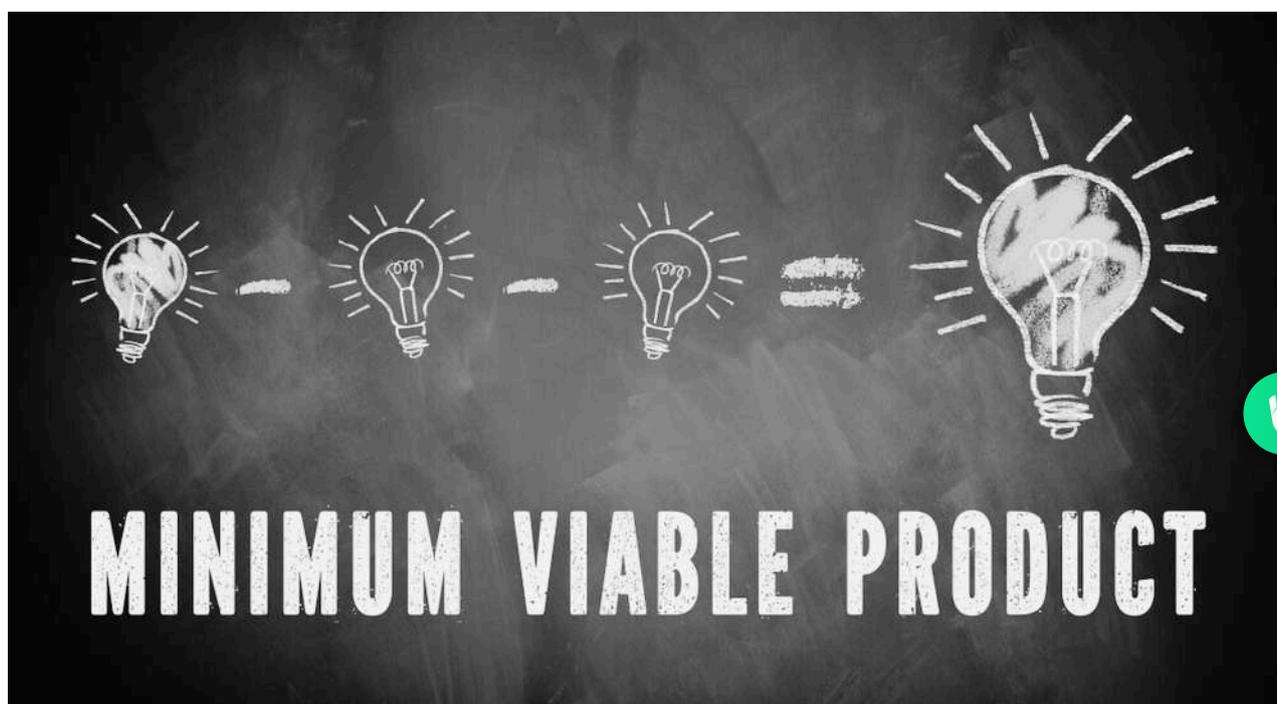
\_\_\_\_\_

Como vou medir se deu certo (ex.: vendas, pedidos, feedback):

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_



## Reflexão

- Minha ideia pode ser testada em pequena escala?
- Estou disposto(a) a ajustar se o teste mostrar problemas?
- Se meu MVP der certo, qual é o próximo passo?

Minhas anotações:

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---



AULA 7:

## Parcerias e Redes de Apoio — Capital Social

### OBJETIVO:

Aprender a importância de parcerias e redes de apoio para fortalecer o negócio e abrir portas para novas oportunidades.

**O que você terá pronto no final da aula:** 🗺️ Um mapa simples de parcerias e apoios para o seu negócio.

### CHECKLIST RÁPIDO:

- ☑️ Identifiquei quem já me apoia hoje
- ☑️ Listei possíveis parceiros para o futuro
- ☑️ Entendi que parceria não é só dinheiro
- ☑️ Desenhei meu mapa de rede de apoio

### NOTAS / OBSERVAÇÕES

Observações do(a) professor(a):

---

---

Notas do(a) aluno(a):

---

---

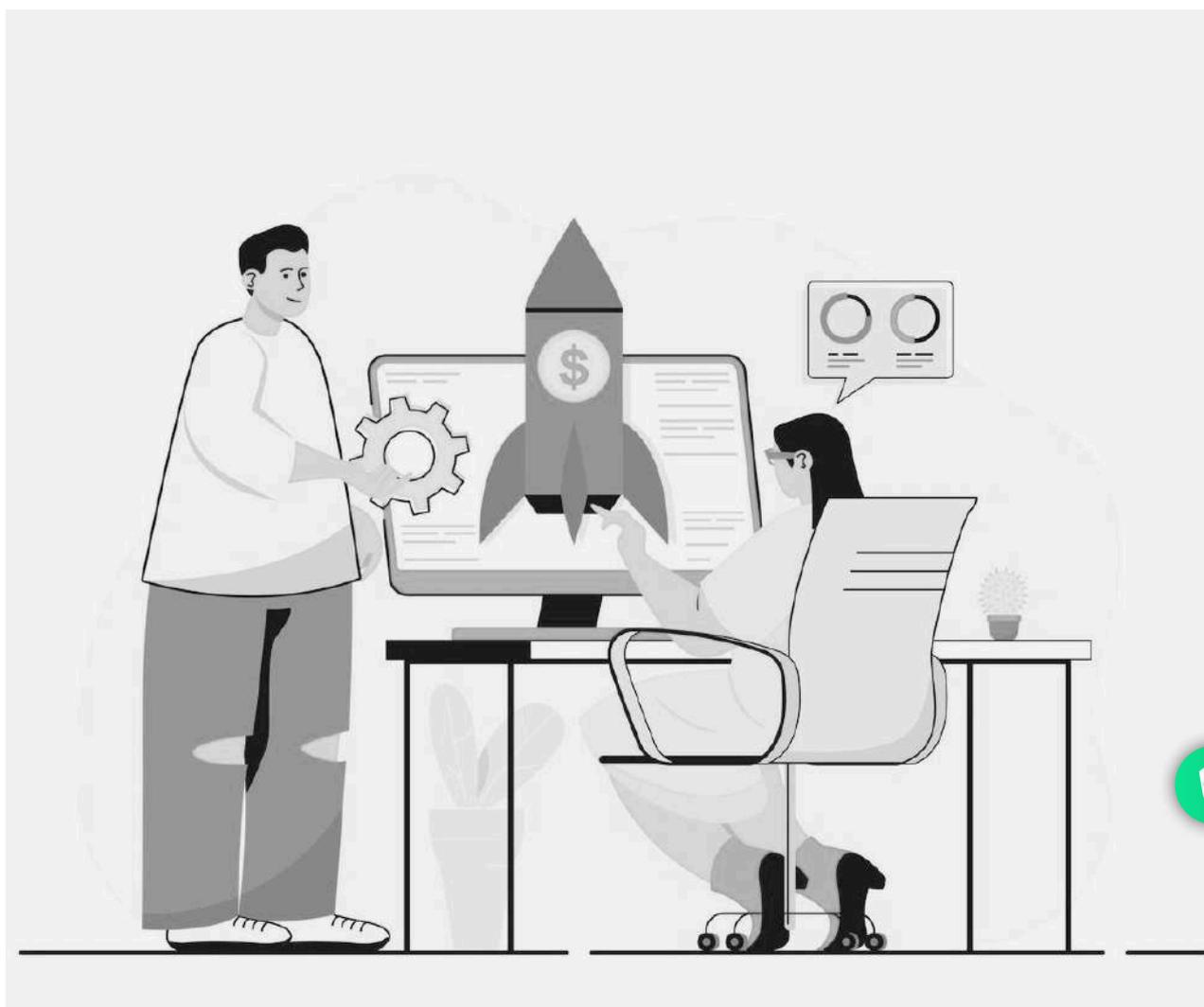
## Explicação Simples

- **Parceria:** quando duas partes se ajudam e ambas ganham.
- **Rede de apoio:** pessoas ou instituições que fortalecem seu negócio (mesmo sem dinheiro).

### 👉 Exemplos de parceria:

- Fornecedor que dá desconto porque você compra sempre.
- Outro empreendedor que indica clientes para você.
- Associação de moradores que cede espaço para suas vendas.

👉 Lembre-se: parceria é troca, não caridade.



## Exemplo: Costura da Dona Ivone

- Parceira com loja de tecidos → comprava sempre no mesmo lugar, conseguiu descontos.
- Rede de apoio com associação de moradores → usava salão comunitário para dar cursos de costura.
- Resultado: diminuiu custos e ganhou visibilidade no bairro.



## Meu Mapa de Parcerias e Rede de Apoio

TIPO DE APOIO	NOME/CONTATO	COMO PODE AJUDAR?	O QUE OFEREÇO EM TROCA?
Parceiro atual			
Parceiro futuro			
Rede de apoio			







AULA 8:

## Montando o Plano de Negócios Simplificado

### OBJETIVO:

Aprender a organizar todas as partes do negócio em um plano simples, que ajude a enxergar o caminho e se preparar para crescer.

**O que você terá pronto no final da aula:** 🖱️ Um plano de negócios simplificado preenchido.

### CHECKLIST RÁPIDO:

- ✓ Preenchi todas as partes do meu plano
- ✓ Consigo explicar como meu negócio funciona
- ✓ Sei quem é meu cliente e meu diferencial
- ✓ Tenho uma visão clara do que preciso para seguir em frente

### NOTAS / OBSERVAÇÕES

Observações do(a) professor(a):

---

---

Notas do(a) aluno(a):

---

---

## Explicação Simples

👉 Um **plano de negócios** é um resumo do seu negócio. Não precisa ser complicado. O importante é mostrar:

1. O que vendo (produto/serviço).
2. Para quem vendo (cliente).
3. Qual problema resolvo.
4. O que me diferencia (valor).
5. Como vendo (canais).
6. Quanto gasto e quanto ganho.

## Exemplo: Sorvetes da Dona Carla

- Produto/Serviço: sorvetes caseiros.
- Cliente: crianças e famílias da comunidade.
- Problema resolvido: falta de opções baratas de sobremesa.
- Diferencial: sabores caseiros exclusivos e preço acessível.
- Canais: carrinho de rua + WhatsApp para encomendas.
- Custos e ganhos: gasta R\$ 600/mês, fatura R\$ 1.200/mês.



# Meu Plano de Negócios Simplificado

PERGUNTA	MINHA RESPOSTA
O que vendo?	
Para quem vendo?	
Qual problema resolvo?	
Qual meu diferencial?	
Como vendo (canais)?	
Quanto gasto por mês?	
Quanto ganho por mês?	





AULA 9:

## Clínica de Negócios — Apresentando e Ajustando Meu Projeto

### OBJETIVO:

Revisar tudo que foi aprendido no módulo e montar um kit simples do meu negócio, além de praticar como apresentar em público.

**O que você terá pronto no final da aula:** 🖱️ Um kit de plano de negócios simplificado + um mini pitch (apresentação rápida).

### CHECKLIST RÁPIDO:

- Completei meu plano de negócios simplificado
- Sei falar do meu negócio em até 2 minutos
- Identifiquei pontos que posso melhorar
- Recebi feedback do professor e colegas

### NOTAS / OBSERVAÇÕES

Observações do(a) professor(a):

---

---

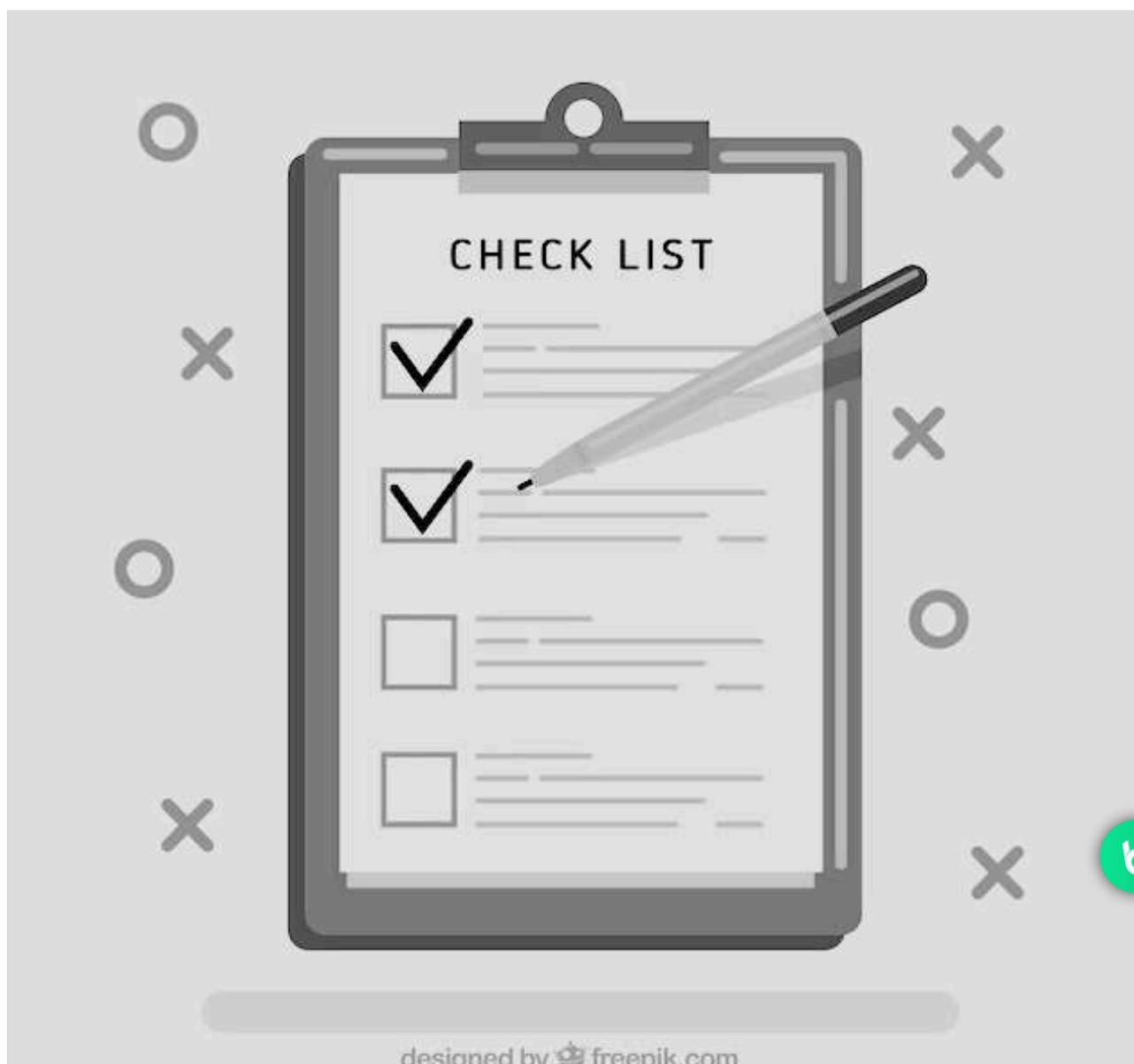
Notas do(a) aluno(a):

---

---

## Checklist Final do Meu Kit de Negócio

- Ideia clara (o que vendo, para quem, por quê)
- Proposta de valor escrita
- Inovação aplicada (algo adaptado, criado ou testado)
- Estrutura organizada (atividades, recursos e processos)
- Diferenciais em relação à concorrência
- MVP testado ou planejado
- Parcerias e rede de apoio identificadas
- Plano de negócios simplificado preenchido



## Glossário Simples (Parte 1)

- **Ideia de negócio:** vontade de vender algo ou prestar um serviço.
- **Proposta de valor:** frase que explica como seu negócio resolve um problema.
- **Inovação:** adaptação ou criação que melhora o negócio.
- **Atividades-chave:** principais tarefas do dia a dia.
- **Recursos:** o que precisa ter para o negócio funcionar.

## Glossário Simples (Parte 2)

- **Processos:** a ordem em que as atividades acontecem.
- **Concorrência:** quem vende algo parecido com você.
- **Diferenciação:** o que faz o cliente escolher você.
- **MVP:** teste rápido e barato para validar uma ideia.
- **Parcerias:** trocas que fortalecem o negócio.



## Espaço de Apresentação (Mini Pitch)

✎ Escreva abaixo um resumo do seu negócio em até 5 frases curtas.

1. Quem sou e o que vendo: \_\_\_\_\_

---

---

2. Quem é meu cliente: \_\_\_\_\_

---

---

3. Qual problema resolvo: \_\_\_\_\_

---

---

4. Por que sou diferente: \_\_\_\_\_

---

---

5. Convite final (o que quero que façam): \_\_\_\_\_

---

---

Feedback recebido: \_\_\_\_\_

---

---

---

REALIZAÇÃO:



PATROCÍNIO:



Secretaria de  
Cultura e Economia  
Criativa



GOVERNO DO ESTADO  
**RIO DE JANEIRO**