

SEU TALENTO VALE OURO

Dicas para organizar, vender
e crescer



Bibiana Volkmer Martins
Cláudia de Salles Stadtlober
Luciana Maines da Silva

SEU TALENTO VALE OURO

Dicas para
organizar, vender
e crescer

E-book desenvolvido
como uma das ações
do projeto **PROEX-XT**

APRESENTAÇÃO

Olá!

Se você chegou até aqui, é porque acredita no valor do seu trabalho — e nós também acreditamos. Esse livro foi feito com muito carinho para você, que empreende com as mãos, com o coração e com garra. Seja produzindo com criatividade ou revendendo com propósito, sabemos que transformar talento em renda nem sempre é fácil. Por isso, queremos caminhar ao seu lado.

Neste guia, reunimos ferramentas simples e diretas para ajudar você a conhecer melhor seus clientes, organizar os custos dos seus produtos e definir um preço justo — que valorize o que você faz e gere retorno. Também incluímos histórias reais de empreendedores que, como você, começaram com pequenos passos e hoje colhem grandes resultados.

Nosso desejo é que este material seja uma fonte de ideias, inspiração e, principalmente, confiança para que você cresça com o seu negócio — do seu jeito, no seu ritmo, mas com mais clareza e estratégia.

Vamos juntos?

Com carinho,

Bibiana, Cláudia e Luciana

ÍNDICE

1. Mapa de Persona: Entenda quem é o seu cliente ideal	9
2. Mapa de Empatia: Escutando com os Olhos, o Coração e a Intuição	14
3. Gerando Valor e Significado para seu produto	18
4. Mostre o que Você Faz: Dicas de Marketing Digital para Empreendedores Criativos.....	20
5. Custo do Produto e Preço de Venda	24
6. Inspiração: Histórias Reais de Sucesso	28
7. Caminhos para Crescer: E agora, o que fazer?	30

MAPA DE PERSONA: ENTENDA QUEM É O SEU CLIENTE IDEAL

Antes de vender bem, é preciso **conhecer bem**. Por isso, o primeiro passo para organizar seu negócio é entender para quem você está vendendo. Para ajudar nisso existe uma ferramenta muito útil: o **Mapa de Persona**.

Pode parecer complicado, mas é simples — e poderoso. O mapa de persona é uma **representação fictícia de um cliente real**, ou seja, é como se você inventasse um personagem que representa o tipo de pessoa que mais compra (ou que você gostaria que comprasse) seus produtos. Com isso, fica muito mais fácil tomar decisões importantes, como o tipo de produto que você vai fazer, como vai divulgar, onde vai vender e até como conversar com seu público.

■ Por que isso é importante?

Imagine que você faça colares lindos e delicados, mas está vendendo em locais onde o público procura produtos mais chamativos. Ou que você use uma linguagem formal nas redes sociais, mas seu público gosta de coisas descontraídas e próximas. Isso acontece quando não temos clareza sobre quem é o nosso cliente.

Criar uma persona é como **entrar na cabeça do seu cliente**, entender o que ele sente, deseja, precisa e valoriza. É uma forma de humanizar seus esforços de venda e marketing, evitando desperdício de tempo e energia com estratégias que não funcionam.

■ Como montar o seu Mapa de Persona

Você pode começar com as seguintes perguntas. Vá preenchendo com base na sua experiência de venda, observação dos clientes ou até conversas com eles:

- **Nome fictício:** Dê um nome qualquer, só para facilitar a visualização (exemplo: Maria, Ana Clara, Seu João...).
- **Idade:** Qual a faixa etária média desse cliente?
- **Profissão:** Em que trabalha? Ou está estudando? Aposentado(a)?
- **Onde mora:** Bairro, cidade, zona urbana ou rural? Isso ajuda a entender acesso, renda, costumes.

- **Hábitos de compra:** Compra por impulso ou pesquisa bastante? Gosta de promoções? Valoriza o atendimento?
- **O que valoriza em um produto artesanal (ou feito com cuidado):** É o design? A exclusividade? O significado? A história por trás?
- **Onde costuma comprar:** Em feiras, lojas físicas, pela internet, redes sociais?

Você pode escrever isso em um papel, num caderno ou utilizar o modelo abaixo. O importante é criar esse “personagem” que vai guiar suas ações.

PERSONA

QUEM É? Nome: Idade: Mora:	O QUE FAZ?	O QUE PENSA E SENTE?
O QUE VÊ?	O QUE ESCUTA?	O QUE FALA E FAZ?
O QUE COMPRA?	POR QUE COMPRA?	
“DORES”?	“GANHOS”?	
COMO POSSO AJUDAR ESSA PESSOA COMO EMPREENDEDOR?		

Depois de preencher, leia sua ficha como se estivesse conhecendo essa pessoa pela primeira vez. Isso vai te ajudar a **visualizar o cliente com mais empatia e clareza**, adaptando seus produtos, preços, linguagem e canais de venda ao perfil dele.

Exemplos para te inspirar:

PERSONA 1 – ANA CLARA

QUEM É? Nome: Ana Clara Idade: 32 anos Mora: Bairro residencial, classe média	O QUE FAZ? Professora Da aulas no ensino fundamental Mãe de uma filha pequena	O QUE PENSA E SENTE? Quer dar presentes com significado Busca autenticidade e afeto em tudo que compra Valoriza histórias por trás dos produtos Prefere pagar mais caro por algo único
O QUE VÊ? Instagram, feiras urbanas, marcas locais Busca produtos com estética delicada	O QUE ESCUTA? Opiniões de amigas, influencers de lifestyle Recebe dicas de onde comprar presentes únicos	O QUE FALA E FAZ? Comenta sobre o atendimento Compartilha achados no Instagram
O QUE COMPRA? Produtos artesanais, personalizados Peças únicas e delicadas	POR QUE COMPRA? Para presentear com afeto ou decorar a casa Busca Identidade e propósito nos objetos	
"DORES"? Dificuldade em encontrar produtos que toquem emocionalmente Preocupação com a sustentabilidade	"GANHOS"? Quer algo exclusivo, feito com cuidado e história Busca impacto positivo com sua compra	
COMO POSSO AJUDAR ESSA PESSOA COMO EMPREENDEDOR? Constando a história do produto, oferecendo um atendimento carinhoso, com apresentação caprichada e formas de pagamento fáceis.		

PERSONA 2 – SEU JOSÉ

QUEM É? Nome: Seu José Idade: 58 anos Mora: Zona urbana, bairro popular	O QUE FAZ? Aposentado Curte passear e frequenta feiras Vive com a esposa e netos	O QUE PENSA E SENTE? Gosta de conversar e valoriza o contato humano Dá valor ao feito à mão tradicional Prefere comprar pessoalmente, com confiança
O QUE VÊ? Barracas de feira, vitrines simples Gosta de ver o artesão trabalhando	O QUE ESCUTA? Recomendações da esposa e conhecidos Histórias da vizinhança e vendedores de confiança	O QUE FALA E FAZ? Pergunta sobre os materiais usados Conta histórias, compartilha memórias
O QUE COMPRA? Bonecos, lembranças, objetos rústicos Itens de tradição e memória	POR QUE COMPRA? Para dar de presente aos netos e à esposa Busca resgatar afeto e reconhecer o trabalho manual	
"DORES"? Insegurança com produtos impressos ou industrializados Desconfiança de produtos comprados pela internet	"GANHOS"? Busca autenticidade e tradição no que compra Quer bom atendimento, honestidade e afeto	
COMO POSSO AJUDAR ESSA PESSOA COMO EMPREENDEDOR? Recebendo com atenção, contando a origem dos produtos, oferecendo opções de pagamento à vista e sendo acessível e cordial		

Nem todo mundo que compra de você é igual. Talvez você tenha um público que compra para presentear e outro que compra para revender. Por isso, sugerimos que você crie pelo menos **duas personas** para começar. Isso ajuda a ver as diferenças de comportamento e ajustar sua comunicação para cada caso.

■ ATIVIDADE SUGERIDA |||

Agora é com você! Pegue uma folha e crie duas personas que representem seus principais tipos de cliente. Use o modelo disponível a seguir.

PERSONA 1

QUEM É? Nome: Idade: Mora:	O QUE FAZ?	O QUE PENSA E SENTE?
O QUE VÊ?	O QUE ESCUTA?	O QUE FALA E FAZ?
O QUE COMPRA?	POR QUE COMPRA?	
“DORES”?	“GANHOS”?	
COMO POSSO AJUDAR ESSA PESSOA COMO EMPREENDEDOR?		

PERSONA 2

QUEM É? Nome: Idade: Mora:	O QUE FAZ?	O QUE PENSA E SENTE?
O QUE VÊ?	O QUE ESCUTA?	O QUE FALA E FAZ?
O QUE COMPRA?	POR QUE COMPRA?	
"DORES"?	"GANHOS"?	
COMO POSSO AJUDAR ESSA PESSOA COMO EMPREENDEDOR?		

Depois de criá-las, pense: o que posso mudar ou melhorar nos meus produtos, na minha forma de vender ou de divulgar para atender melhor essas pessoas?

| 2 |

MAPA DE EMPATIA: ESCUTANDO COM OS OLHOS, O CORAÇÃO E A INTUIÇÃO

Agora que você já conhece melhor quem é o seu cliente com o Mapa de Persona, é hora de ir além: **como ele se sente? O que se passa por dentro e ao redor dele?** É aí que entra o **Mapa de Empatia** – uma ferramenta poderosa para compreender as emoções, dores e desejos de quem consome (ou pode vir a consumir) seus produtos.

Empatia é a capacidade de se colocar no lugar do outro. E quando usamos essa habilidade nos negócios, somos capazes de oferecer produtos mais relevantes, melhorar o atendimento e fortalecer o vínculo com quem compra da gente. Mais do que vender, passamos a **conectar**.

■ Para que serve o Mapa de Empatia?

O Mapa de Empatia ajuda você a enxergar o cliente de forma mais humana e profunda. Não se trata apenas do que ele compra, mas de **porque ele compra, o que ele sente, o que o influencia, e o que ele espera da vida e dos produtos** que adquire.

Com esse olhar mais sensível, você consegue criar produtos com mais significado, melhorar sua comunicação (no ponto de venda ou nas redes sociais), identificar oportunidades e, principalmente, **criar um diferencial que encanta**.

■ Como preencher o seu Mapa de Empatia

Escolha uma das personas que você criou e imagine, com o máximo de sensibilidade e realismo, como é o mundo dela. O quadro é dividido em seis partes principais:

- **O que ela vê?**
 - Qual é o ambiente ao redor?
 - Quais marcas e produtos ela enxerga?
 - O que vê nas redes sociais, na vizinhança, nas vitrines?
- **O que ela escuta?**
 - Quem a influencia (amigos, família, mídias)?
 - Que conselhos ou opiniões ouve?
 - O que está sendo falado no seu círculo sobre o que você vende?

- **O que ela pensa e sente?**
Quais são seus medos, sonhos, desejos e frustrações?
O que a preocupa ou alegra no dia a dia?
Que valores são importantes para ela?
- **O que ela fala e faz?**
Como ela se comporta publicamente?
O que ela costuma dizer sobre os produtos que compra ou sobre o seu negócio?
Como age durante uma compra ou atendimento?
- **Quais são suas dores?**
O que incomoda ou dificulta suas escolhas?
Quais barreiras ela enfrenta para comprar ou confiar?
Quais frustrações ela tem com experiências anteriores?
- **Quais são seus ganhos?**
O que ela espera alcançar ou sentir ao comprar de você?
Quais benefícios ela procura: praticidade? beleza? autoestima? reconhecimento?

Veja como é o quadro para preenchimento.

DIMENSÃO	GUIA PARA PREENCHIMENTO	RESPOSTA (a ser preenchida)
1. O que ela VÊ?	O que essa pessoa vê no seu dia a dia? Quais marcas, produtos, vitrines, feiras, redes?	
2. O que ela ESCUTA?	O que ouve de amigos, família, redes sociais, influenciadores? Quem influencia suas decisões?	
3. O que ela PENSA e SENTE?	Quais são seus sonhos, medos, valores, desejos? O que a preocupa ou motiva?	
4. O que ela FALA e FAZ?	O que ela diz sobre produtos, marcas, consumo? Como se comporta ao comprar?	
5. Quais são suas DORES?	Quais dificuldades enfrente? Que frustrações tem como experiências anteriores?	
6. Quais são seus GANHOS?	O que ela espera alcançar ao comprar? Quais benefícios busca: afeto, exclusividade, praticidade...?	

Exemplos para te inspirar:

Mapa de Empatia – Ana Clara

DIMENSÃO	RESPOSTA
1. O que ela VÊ?	Produtos delicados e personalizados em feiras e no Instagram. Marcas que contam histórias. Influencers de lifestyle.
2. O que ela ESCUTA?	Dicas de amigas sobre presentes criativos e afetivos. Influenciadoras falando sobre consumo consciente e propósito.
3. O que ela PENSA e SENTE?	Quer presentear com algo que emocione. Sente que o mundo está muito impessoal. Se preocupa com sustentabilidade e ética.
4. O que ela FALA e FAZ?	Comenta com amigas sobre lojas e produtos especiais. Costuma compartilhar achados no Instagram. Gosta de ser bem atendida.
5. Quais são suas DORES?	Dificuldade em encontrar tempo para procurar produtos diferentes. Insegurança com lojas impessoais.
5. Quais são seus GANHOS?	Sentir que deu ou comprou algo único, feito com carinho. Ter uma experiência de compra agradável.

Mapa de Empatia – Seu José

DIMENSÃO	RESPOSTA
1. O que ele VÊ?	Barracas de feira com produtos artesanais. Expositores tradicionais. Pessoas vendendo o que produzem com as próprias mãos.
2. O que ele ESCUTA?	Conversas na feira, indicações de vizinhos. Dicas da esposa sobre presentes e lembranças.
3. O que ele PENSA e SENTE?	Acredita que produtos feitos à mão têm mais valor. Sente saudade das coisas do tempo antigo. Valoriza tradição.
4. O que ele FALA e FAZ?	Gosta de conversar antes de comprar. Pergunta sobre os materiais. Fala que prefere pagar à vista.
5. Quais são suas DORES?	Desconfiança de produtos comprados pela internet. Insegurança com novidades ou preços muito altos.
5. Quais são seus GANHOS?	Sentir que está ajudando alguém do próprio bairro. Presentear com algo com "alma". Ter atenção no atendimento.

Dica:

Não se preocupe em preencher tudo com perfeição. O mais importante é **despertar sua escuta ativa e seu olhar empático**. Com o tempo, conforme conversar com seus clientes, você pode refinar e atualizar esse mapa.

■ ATIVIDADE SUGERIDA |||

Escolha uma das personas que você criou na etapa anterior e preencha o Mapa de Empatia dessa pessoa. Você pode desenhar o quadro em uma folha ou utilizar o modelo visual que disponibilizamos a seguir.

Mapa de Empatia – (nome)

DIMENSÃO	RESPOSTA
1. O que ela VÊ?	
2. O que ela ESCUTA?	
3. O que ela PENSA e SENTE?	
4. O que ela FALA e FAZ?	
5. Quais são suas DORES?	
6. Quais são seus GANHOS?	

Ao terminar, pergunte-se: **o que posso fazer no meu negócio para atender melhor essa pessoa?**

Talvez você descubra formas de comunicar melhor seu valor, criar um novo tipo de produto ou até ajustar sua abordagem nas redes sociais ou no ponto de venda.

GERANDO VALOR E SIGNIFICADO PARA SEU PRODUTO

■ Como transformar o que sobra em beleza, renda e propósito

Um dos grandes diferenciais de quem empreende com as mãos, com criatividade e com coração, é a capacidade de dar novo significado ao que seria descartado. Muitas vezes, o que parece “lixo” para uns, pode virar renda e arte para outros. E é justamente isso que a Economia Circular propõe: reduzir o desperdício, reaproveitar materiais e criar produtos que tenham mais valor e menos impacto no planeta.

Quando você usa retalhos, reaproveita tecidos, transforma sobras em acessórios, ou reutiliza embalagens com criatividade, está praticando um modelo de produção mais consciente — que respeita o meio ambiente, conquista clientes e ainda gera histórias incríveis para contar.

■ O que é Economia Circular?

A Economia Circular é um modelo de produção e consumo que evita o desperdício e prolonga a vida útil dos materiais. Em vez de simplesmente produzir, vender e descartar, ela incentiva o reaproveitamento, a reciclagem, a restauração e a reutilização. É uma forma de fazer negócios com inteligência e responsabilidade — algo que valoriza o seu produto e encanta o cliente.

■ Como aplicar no seu negócio?

Veja algumas ideias simples que você pode colocar em prática:

- Aproveitar retalhos de tecido para fazer acessórios como brincos de pano, chaveiros ou embalagens criativas.
- Reutilizar potes de vidro ou caixas de papelão para criar embalagens artesanais.
- Criar uma coleção limitada com produtos feitos 100% de sobras ou materiais reciclados (e contar essa história ao cliente).
- Usar sobras de produção (como enchimento de bonecos ou resíduos de linhas) para novos produtos.

- Fazer parcerias com costureiras, confecções ou ateliês para reaproveitar materiais que seriam descartados.

Exemplos Reais que Inspiram:

1) Retalhos que viram arte – Projeto “Costurando Sonhos”

O projeto **Costurando Sonhos Brasil** (SP) reutiliza retalhos de tecidos doados por confecções para produzir bolsas, estojos e necessaires com costureiras da comunidade de Paraisópolis. Os produtos são vendidos e geram renda para mulheres em situação de vulnerabilidade, além de evitar toneladas de resíduos têxteis.

Saiba mais acessando o site: <https://www.costurandosonhosbrasil.com>

2) Tênis de plástico reciclado – Vert Shoes

A marca franco-brasileira **Vert (ou Veja)** utiliza plástico reciclado de garrafas PET e algodão orgânico para produzir tênis sustentáveis, feitos no Brasil. Além da matéria-prima reutilizada, a empresa valoriza relações justas com produtores locais.

Saiba mais acessando o site: <https://www.veja-store.com>

■ Dica para você aplicar hoje!

Olhe para o que sobra no seu processo de produção. Tem algo que pode virar outro produto? Ou quem sabe aproveitar materiais que são descartados por outros produtores?

Pense em como contar essa história ao cliente: isso gera valor e conexão.

Teste uma pequena linha de produtos sustentáveis ou “eco” e observe a reação dos clientes.

■ Lembre-se:

Gerar valor não é só cobrar mais caro — é **criar significado**, é mostrar que seu produto tem propósito, é fazer com que o cliente se sinta parte de algo maior. E isso começa com pequenos gestos, como **aproveitar o que já temos** e transformar com criatividade.

Quer começar agora? Que tal olhar com outros olhos para o que você ia jogar fora?

| 4 |

MOSTRE O QUE VOCÊ FAZ: DICAS DE MARKETING DIGITAL PARA EMPREENDEDORES CRIATIVOS

Não basta fazer com carinho — é preciso mostrar com orgulho! Hoje em dia, as redes sociais são **vitruines gratuitas** para quem trabalha com produtos feitos à mão, personalizados ou criativos. Usar o marketing digital de forma simples e inteligente pode te ajudar a alcançar mais pessoas, vender mais e fortalecer sua marca.

E o melhor: **não precisa gastar dinheiro nem ser especialista em tecnologia**. Basta começar com o que você já tem — seu celular, sua história e seu produto.

Por onde começar?

1. Escolha uma rede e comece por ela

- Se você ainda não divulga seu trabalho online, a dica é começar com o **Instagram** ou o **WhatsApp Business**.
- No Instagram, você pode postar fotos, vídeos, bastidores e interagir com clientes.
- No WhatsApp Business, dá para criar um catálogo de produtos e manter contato direto com quem compra de você.

2. Mostre os bastidores e o processo de criação

- Clientes adoram ver como os produtos são feitos. Poste vídeos curtos com trechos da produção, fotos do antes e depois, materiais sendo preparados, sua bancada de trabalho. Isso **gera confiança, valoriza o produto e cria conexão**.

3. Conte sua história com verdade e simplicidade

- Não precisa fazer um texto longo. Basta dizer:
- “Hoje terminei esse kit de cozinha feito com tecidos que ganhei da vizinha. Cada peça foi costurada com muito carinho.”
- Isso humaniza o negócio e faz o cliente sentir que está comprando algo **com alma, e não só com estética**.

4. Use fotos boas, mesmo com o celular

- Prefira fotos com **boa luz natural**, sem bagunça no fundo.
- Use fundos neutros ou criativos (como tecidos, madeira ou plantas).
- Mostre o produto pronto e, se possível, em uso (ex: uma bolsa sendo usada, uma peça decorando o ambiente).

5. Mantenha uma presença constante, mas leve

- Você não precisa postar todo dia. Mas tente manter um ritmo:
 - 2 ou 3 postagens por semana
 - Responda com carinho os comentários e mensagens
 - Compartilhe depoimentos de clientes (com autorização)

6. Aproveite ferramentas gratuitas

- **Canva** (www.canva.com): para criar artes bonitas para redes sociais
- **Google Meu Negócio**: para aparecer nas buscas locais (ideal para quem tem ateliê ou ponto de venda)
- **Catálogo do WhatsApp Business**: para organizar seus produtos com fotos e preços

Dica de ouro!

As pessoas não compram só o que você faz. Elas compram o seu jeito de fazer.
Por isso, mostre seu dia a dia, fale com naturalidade, compartilhe suas inspirações.
Isso constrói **confiança e admiração.**

E para te ajudar a dar os primeiros passos, criamos também um **Calendário Simples de Postagens**, com sugestões leves e fáceis de conteúdo para a sua semana.

Use este calendário como um ponto de partida para organizar sua presença nas redes sociais. Você pode repetir o ciclo, adaptar conforme seu tempo e, aos poucos, criar seu próprio ritmo.

Calendário Simples de Postagens: 1 Semana de Conteúdo

DIA DA SEMANA	TIPO DE CONTEÚDO	SUGESTÃO DE LEGENDA OU DESCRIÇÃO
SEGUNDA-FEIRA	Bastidores do que você está fazendo	"Começando a semana com essa encomenda linda! Feita com muito carinho."
TERÇA-FEIRA	Depoimento de cliente ou repostagem de alguém usando seu produto	"Olha que alegria ver a cliente usando nossa peça! ♥"
QUARTA-FEIRA	Dica ou curiosidade sobre seu processo ou material	"Você sabia que esse tecido é reaproveitado de sobras de confecção?"
QUINTA-FEIRA	Foto de produto finalizado, com boa luz e apresentação	"Essa bolsa floral acabou de sair do ateliê! Já disponível no catálogo do WhatsApp."
SEXTA-FEIRA	Sua história ou motivação pessoal	"Costurar me lembra minha avó, que me ensinou os primeiros pontos. Cada peça carrega um pouco dela."
SÁBADO	Feira, entrega ou momento de interação com clientes	"Hoje foi dia de feira! Obrigada a quem passou pela minha barraca. Foi lindo! ♥"
DOMINGO	Descanso ou inspiração	"Um domingo para recarregar, agradecer e sonhar os próximos projetos. ♥"

Dica:

Você pode usar esse calendário toda semana ou apenas quando quiser retomar sua organização. Ele ajuda a **variar os tipos de conteúdo**, mantendo sua página interessante e humana.

■ ATIVIDADE SUGERIDA |||

- Escolha um produto que você adora fazer
- Escreva um pequeno texto contando a história dele
- Tire uma boa foto com o celular
- Poste em uma rede social com uma legenda simples e verdadeira

Exemplo:

“Essa bolsa foi feita com sobras de jeans e tecido floral que estavam guardados há mais de um ano. Agora, virou uma peça linda e útil! ❤️”

CUSTO DO PRODUTO E PREÇO DE VENDA

■ Como calcular, valorizar e cobrar de forma justa pelo seu trabalho

Vender bem não é só saber divulgar ou expor seu produto. Um dos grandes segredos de um negócio sustentável está nos bastidores: **entender quanto custa produzir e quanto cobrar por aquilo que você faz**. Muitas vezes, o que parece ser lucro, na verdade não cobre nem o tempo gasto. Por isso, nesta seção, vamos ajudar você a enxergar seu negócio com mais clareza, usando números simples, mas fundamentais.

■ Cálculo do Custo do Produto

O custo do produto é tudo aquilo que você gasta para criar e entregar o que vende. E aqui vale lembrar: **o seu tempo também é um custo!** Não caia na armadilha de considerar apenas o valor dos materiais. Seu trabalho tem valor — e deve ser incluído.

Veja abaixo os principais elementos que compõem o custo de um produto:

- **Matéria-prima:** Tudo o que entra diretamente no produto: tecidos, linhas, enchimento, botões, zíperes, tintas, fechos, entre outros.
- **Embalagem:** Mesmo a embalagem mais simples tem custo: saquinho, papel kraft, laços, etiquetas, adesivos, cartões de agradecimento, etc.
- **Mão de obra (o seu tempo!):** Calcule quanto tempo você leva para fazer cada peça. Depois, defina quanto vale **uma hora do seu trabalho**. Isso pode variar, mas comece estimando um valor compatível com um salário-mínimo dividido pelas horas trabalhadas no mês.
- **Despesas indiretas:** São os gastos que você não vê diretamente em cada produto, mas que fazem parte da produção: energia elétrica, transporte, ferramentas, manutenção de equipamentos, aluguel (se tiver), internet, etc.

Exemplo de planilha simples

ITEM	QUANTIDADE	CUSTO UNITÁRIO	CUSTO TOTAL
Tecido	1 metro	R\$20,00	R\$20,00
Linha	1 unidade	R\$5,00	R\$5,00
Embalagem	1 unidade	R\$2,00	R\$2,00
Tempo de produção	2 horas	R\$10,00/h	R\$20,00
Total estimado			R\$47,00

Você pode adaptar esse modelo em um caderno ou planilha. O importante é **conhecer seus números** – mesmo que comece com uma estimativa.

Dicas importantes:

- Use uma calculadora simples ou uma planilha no celular/computador.
- Guarde as notas de materiais e anote o tempo que leva em cada peça.
- Tenha uma “caixinha de despesas invisíveis” para itens como luz, transporte, ferramentas.

■ Como Formar o Preço de Venda

Agora que você sabe quanto custa o seu produto, é hora de definir **quanto vai cobrar do cliente**. Lembre-se: **o preço de venda precisa cobrir os seus custos e ainda gerar lucro**.

A fórmula básica é:

Preço de Venda = Custo Total + Margem de Lucro + Taxas (se houver)

Exemplo:

- Custo total: **R\$ 47,00**
- Margem de lucro: **50%** = R\$ 23,50
- Taxas (por exemplo, comissão de plataforma ou maquininha): **R\$ 5,00**
- **Preço sugerido: R\$ 47,00 + R\$ 23,50 + R\$ 5,00 = R\$ 75,50**

Outras orientações úteis

- **Pesquise o preço de concorrentes** com produtos similares — mas não copie! Leve em conta sua qualidade, seu público e seus custos.
- **Considere o valor percebido pelo cliente:** quanto ele estaria disposto a pagar por um produto bem-feito, com história, com carinho e propósito?
- **Evite cobrar muito abaixo do que vale** — isso desvaloriza o seu trabalho e o do setor como um todo.
- Faça testes com diferentes preços e veja como o público reage. Às vezes, um pequeno ajuste pode aumentar muito sua margem sem espantar o cliente.

■ Lembre-se:

Cobrar de forma justa **não é explorar**, é **sustentar seu trabalho com dignidade**. Você não está vendendo apenas um produto — está vendendo **tempo, dedicação, criatividade e experiência**. Valorize isso!

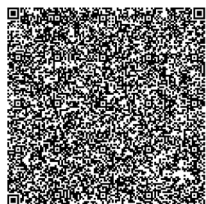
■ Planilha Editável: Organize seus Custos e Forme Preços Justos

Sabemos que fazer as contas nem sempre é fácil, por isso preparamos para você uma **planilha simples, prática e editável**, para ajudar no cálculo do custo e na formação do preço de cada produto que você vende.

Com essa ferramenta, você poderá:

- Registrar todos os materiais utilizados (tecido, linha, embalagem etc.) Anotar o tempo que leva para produzir cada item
- Incluir despesas invisíveis (como energia, transporte ou manutenção de ferramentas)
- Calcular o custo total do seu produto

- Simular o preço de venda com diferentes margens de lucro e comissões de plataformas, se for o caso



Acesse o QR Code para baixar a planilha em formato .xlsx

Você pode usar esta planilha no computador, no celular (em aplicativos como Excel ou Google Planilhas) ou, se preferir, imprimir e preencher à mão. O mais importante é que ela seja útil para **valorizar o seu trabalho e ajudar na organização do seu negócio.**

| 6 |

INSPIRAÇÃO: HISTÓRIAS REAIS DE SUCESSO

■ **Gente como você, que fez do seu talento um negócio com propósito**

Empreender não é um caminho fácil. Exige coragem, persistência, criatividade e, acima de tudo, acreditar no próprio valor. Mas a boa notícia é: **é possível**. E tem muita gente no Brasil – e aqui pertinho, no Rio Grande do Sul – provando que com esforço e autenticidade, dá para crescer, conquistar clientes e viver do que se ama fazer.

Nesta seção, trouxemos histórias reais de pessoas que começaram com pouco, reaproveitando materiais, vendendo em feiras, usando redes sociais e contando com o apoio da comunidade. São exemplos para mostrar que o sucesso **tem muitos formatos** e pode começar de onde você está agora.

1. Justa Trama – Moda com significado e economia solidária

A Justa Trama é uma rede de cooperativas que vai do plantio de algodão agroecológico até a confecção de roupas e acessórios produzidos por costureiras no Rio Grande do Sul e outros estados. Os produtos são feitos com valores como sustentabilidade, comércio justo e inclusão, gerando renda para centenas de pessoas em comunidades do Brasil. A proposta une moda autoral, impacto social e responsabilidade ambiental.

Saiba mais acessando: <https://justatrama.com.br/>

2. Instituto Proeza – Crochê que transforma vidas

Com sede no Distrito Federal, o Instituto Proeza capacita mulheres em situação de vulnerabilidade por meio do crochê e do bordado. A fachada do prédio foi revestida com peças confeccionadas pelas participantes, criando um marco visual e simbólico. O projeto promove empoderamento pessoal, autoestima e geração de renda.

Saiba mais acessando: <https://www.proeza.org.br/>

3. Gari Ecológico – Reciclagem criativa com propósito

Em Pernambuco, Giorgio Abrantes, o Gari Ecológico, transformou garrafas PET em vassouras ecológicas e acessórios sustentáveis. Sua iniciativa partiu da necessidade de reciclar o lixo urbano – e virou negócio. Hoje ele fabrica produtos e máquinas, ensina outras pessoas e inspira com sua história de superação e impacto ambiental.

Saiba mais acessando: https://www.instagram.com/giorggio_gariecologico/

4. Case de Aline Martins – Charqueadas (RS): doce empreender

Aline Martins, da cidade de Charqueadas (RS), começou vendendo brigadeiros e cupcakes como fonte de renda extra. Com apoio do programa Gerdau Transforma e capacitações, evoluiu seu negócio – A Vitrine do Doce – e passou a atender empresas e clientes em Porto Alegre e região.

Saiba mais acessando: <https://www.instagram.com/avitrinedodoce/>

■ E você?

Essas histórias são só o começo. Todos os dias, novos empreendedores surgem com ideias que misturam talento, reutilização de materiais, tradição, tecnologia e muito amor. Talvez a próxima história de sucesso que vamos contar seja **a sua**.

Dica final:

Comece pequeno, mas comece com propósito. Aposte na qualidade, conheça seu cliente, conte sua história – e siga firme. Seu talento vale ouro.

CAMINHOS PARA CRESCER: E AGORA, O QUE FAZER?

Chegar até aqui já é uma conquista! Você deu um passo importante: buscou conhecimento, refletiu sobre o seu cliente, organizou suas ideias e aprendeu ferramentas que podem transformar seu talento em um negócio mais sólido e valorizado.

Mas o sucesso — seja no artesanato, na revenda ou em qualquer tipo de empreendimento — não acontece de um dia para o outro. Ele nasce da **combinação entre talento, atitude, planejamento e persistência**. E, principalmente, da coragem de fazer, errar, aprender e tentar de novo.

Mais do que vender produtos, você entrega histórias, afeto, cuidado e identidade. E isso tem muito valor.

■ Próximos Passos para Colocar Tudo em Prática:

Reveja seus produtos com olhar estratégico

- Quais são os mais vendidos? Quais têm potencial de melhoria? O que pode ser ajustado no visual, no valor ou na comunicação?

Crie ou revise suas personas e mapas de empatia

- Entender o seu cliente é o primeiro passo para se conectar com ele de verdade.

Calcule o custo de pelo menos três produtos diferentes

- Faça isso com calma, usando a planilha ou seu caderno. Isso vai mudar sua visão sobre preço e lucro.

Teste diferentes formas de vender e divulgar

- Feiras, Instagram, WhatsApp, parcerias locais, embalagens criativas... experimente!

Conte sua história

- Clientes adoram saber quem está por trás do produto. Fale com o coração, mostre bastidores, compartilhe o seu jeito de fazer.

■ Lembre-se:

Você não está sozinho(a). Empreender é um processo, e cada passo, por menor que pareça, é um avanço. O mais importante é seguir em frente com confiança no que você faz e com vontade de melhorar sempre.

Este material foi feito para **ajudar você a crescer com autonomia, clareza e autoestima**. Volte a ele sempre que precisar se organizar, se inspirar ou retomar o foco.

Estamos torcendo por você!

SEU TALENTO VALE OURO

Dicas para
organizar, vender
e crescer
