

MANUCOMDESIGN

DESCOMPLICANDO O EMPREENDEDORISMO

UM GUIA PRÁTICO PARA
PEQUENOS NEGÓCIOS
CRIATIVOS



ÍNDICE

| | |
|-----------------------------------|-----------|
| QUEM SOU | 03 |
| PARA QUEM É O GUIA | 04 |
| PLANO DE NEGÓCIOS | 05 |
| Q QUE É PERSONA | 08 |
| ANÁLISE SWOT | 10 |
| DOMÍNIO + HOSPEDAGEM | 12 |
| COMO REGISTRAR UM DOMÍNIO | 13 |
| COMO É O PROCESSO DE HOSPEDAGEM | 15 |
| TIPOS DE HOSPEDAGEM | 16 |
| CONTROLE DAS FINANÇAS | 17 |
| COMO CUIDAR DAS FINANÇAS | 18 |
| IMAGENS + FONTES GRATUITAS | 20 |
| IMAGENS GRATUITAS | 21 |
| FONTES GRATUITAS | 22 |
| BÔNUS: MODELO DE CONTRATO | 23 |
| MODELO DE CONTRATO/ORÇAMENTO | 24 |
| CONTATO | 25 |





MANUELA

QUEM SOU

Sou Manuela, *designer* gráfica pela EBA (Escola de Belas Artes) - UFRJ. Sempre busquei, com a criatividade aliada à funcionalidade, pelo compromisso em transformar idéias em identidades visuais únicas.

Com experiência de mais de 25 anos na área, minha atuação vai além da estética. Busco constantemente encontrar a essência de cada marca para fortalecer sua presença no mercado.



Além de ser uma entusiasta na criação de identidades visuais, tenho um forte interesse pela experiência do usuário, o que me levou a estudar *marketing* digital. Minha abordagem é focada em oferecer, não apenas o *design* em si nos meus projetos, mas uma consultoria para um posicionamento digital mais eficiente.

Manuela

PARA QUEM É O GUIA

ESTE GUIA É DIRECIONADO, NÃO SÓ PARA *DESIGNERS* GRÁFICOS, MAS PARA QUALQUER PESSOA QUE ATUA NA ÁREA CRIATIVA E DESEJA SER EMPREENDEDOR(A). SE VOCÊ ESTÁ COMEÇANDO AGORA COM UMA PEQUENA EMPRESA OU COMO *FREELANCER*, SAIBA QUE É UM CAMINHO DESAFIADOR, MAS CHEIO DE POSSIBILIDADES

Para dar os primeiros passos com segurança e propósito, criei um guia prático para você iniciar sua trajetória:

MONTE SEU PORTFOLIO

Você não precisa esperar por trabalhos para criar um *portfolio*. Crie projetos fictícios ou *redesigns* de marcas conhecidas. Um material bem apresentado (Behance é ótimo!) é o seu cartão de visitas.

DEFINA SEU POSICIONAMENTO

Você quer ser um profissional generalista ou especializado? Ter foco ajuda a atrair os clientes certos. Pense também na linguagem visual e no tom que quer usar em sua comunicação.

PRESENÇA ONLINE

Crie um perfil profissional no Instagram, LinkedIn e Behance. Se possível, tenha um *website*. Publique regularmente seus trabalhos, processos criativos e dicas – isso ajuda a construir autoridade e atrair seguidores e potenciais clientes.

DIVULGUE E CRIE CONEXÕES

No início, o boca a boca é poderoso. Fale com amigos, familiares, participe de grupos *online*. Aproveite as redes para interagir com outras pessoas da área e possíveis clientes. *Networking* é essencial.

PRECIFICAÇÃO E CONTRATOS

Aprender como cobrar pelo seu trabalho é fundamental. Leve em conta complexidade e direitos de uso. Use contratos para garantir prazos, entregas e pagamentos. No final do guia, há um modelo de contrato para baixar, gratuitamente.


ORGANIZAÇÃO E ROTINA

Ser autônomo exige disciplina. Tenha uma rotina de trabalho, defina horários e organize suas tarefas. Use ferramentas como Trello, Notion ou Google Agenda para planejar e evitar imprevistos.

PLANO DE NEGÓCIOS

*mais conhecido
como "Business
Model Canvas"*



A photograph of a modern, minimalist workspace. In the center is a white desk with a laptop. To the right of the laptop is a pen holder with several pens and pencils, and a small potted plant with large green leaves. The desk is supported by light-colored wooden legs. In the background, there is a white shelf with some books and a white chair with a black metal frame and wooden legs. The floor is made of light-colored wooden planks.

O BUSINESS MODEL CANVAS é uma ferramenta de gestão estratégica que permite que você escreva, visualize e entenda o seu modelo de negócio de uma forma visual e simples.

Pense como um quebra-cabeça de nove peças, onde cada uma representa um bloco fundamental da sua empresa.

ELE SERVE PARA:

- Tirar a ideia da cabeça e colocar no papel: é a melhor forma de evitar que ela se perca.
- Ver o todo, não só as partes: ajuda a enxergar como o seu *marketing* se conecta com suas finanças, que se conectam com seus clientes.
- Facilitar a comunicação: fica muito mais fácil explicar seu negócio para futuros sócios ou investidores.
- Encontrar os "furos no balde": ao preencher os nove blocos, você logo percebe o que está faltando. "Opa, como vou ganhar dinheiro mesmo?" ou "Espera, quem são os meus clientes?". Ele força você a encarar a realidade antes de cobrar seu preço.

E quais são esses nove blocos?

Mas antes de seguir para a próxima página, imprima o CANVAS para já preencher!

[IMPRIMIR O CANVAS](#)

1 SEGMENTOS DE CLIENTES

PARA QUEM VOCÊ CRIA VALOR?

Aqui você define quem são as pessoas ou empresas que vão se interessar pelo que você oferece. Pode ser um nicho super específico (“donas de gatos ansiosas que fazem *yoga*”) ou um público mais amplo.

2 PROPOSTA DE VALOR

O QUE VOCÊ ENTREGA RESOLVE UM PROBLEMA OU ATENDE UM DESEJO?

É o coração do seu modelo: o motivo pelo qual alguém escolheria sua marca e não a do concorrente. Pode ser preço, exclusividade, praticidade, *design*, *status* ou tudo isso junto.

3 CANAIS

COMO SEU PRODUTO OU SERVIÇO CHEGA ATÉ O CLIENTE?

São os meios de comunicação, venda e entrega. Pode ser loja física, *e-commerce*, WhatsApp, redes sociais.

4 RELACIONAMENTO COM CLIENTES

COMO VOCÊ SE COMUNICA E SE CONECTA COM O CLIENTE?

É o tipo de laço que você vai ser criado: pessoal, automatizado, autoatendimento. Aqui entram também as estratégias de fidelização e atendimento.

5 FONTES DE RECEITA

COMO O NEGÓCIO GANHA DINHEIRO?

Vendas diretas, comissões, assinatura mensal, *freemium*... Quais são as formas práticas de monetizar seu valor?

6 RECURSOS PRINCIPAIS

O QUE É ESSENCIAL PARA O NEGÓCIO FUNCIONAR?

Pessoas, localização, tecnologia, marca, equipamentos. Aqui entram os ativos indispensáveis para fazer a mágica acontecer.

7 ATIVIDADES-CHAVE

O QUE VOCÊ PRECISA FAZER MUITO BEM PARA ENTREGAR A PROPOSTA DE VALOR?

Se você vende doces, precisa de uma cozinha bem equipada. Se é uma *fintech*, precisa garantir segurança e agilidade. Foque nas atividades que sustentam o seu negócio.

8 PARCERIAS PRINCIPAIS

QUEM AJUDA SEU NEGÓCIO A FUNCIONAR MELHOR?

Fornecedores, distribuidores, desenvolvedores, influenciadores... Fazer parcerias estratégicas pode reduzir riscos, acelerar entregas e ampliar o alcance.

9 ESTRUTURA DE CUSTOS

O QUE MAIS CONSOME DINHEIRO NESSE MODELO TODO?

Salários, aluguel, *softwares*, *marketing*, embalagem? Aqui você entende por onde o dinheiro sai (*spoiler*: é mais do que você imagina).

O QUE É PERSONA

A **PERSONA**, frequentemente denominada *buyer persona*, é um conceito fundamental no *marketing* moderno, representando um personagem fictício que incorpora as características do cliente ideal de uma empresa.

Longe de ser uma mera suposição ou um amigo imaginário de luxo, a criação de uma *persona* é um processo estratégico e detalhado, fundamentado em dados reais e pesquisas aprofundadas sobre clientes existentes e potenciais.

Vamos ver um exemplo?



A loja de biquínis MARESIAS, após realizar pesquisas com suas clientes, define sua principal *persona*:

| CATEGORIA | DETALHES DA PERSONA |
|-------------------|---|
| NOME E IDADE | Marina Costa, 29 anos |
| OCUPAÇÃO | <i>Designer gráfica freelancer</i> |
| LOCALIZAÇÃO | Florianópolis, SC |
| HISTÓRIA | Marina adora a liberdade do trabalho remoto e usa isso para viajar e conhecer novas praias e culturas. Ela valoriza marcas que se preocupam com o meio ambiente e busca produtos que unam conforto, durabilidade e estilo |
| OBJETIVOS | Encontrar biquínis que sejam versáteis (para surfar e relaxar), sustentáveis e que ofereçam um caimento perfeito para o seu tipo de corpo |
| DESAFIOS (DORES) | Tem dificuldade em encontrar moda praia de alta qualidade que também seja produzida de forma ética e com tecidos reciclados. Sente que muitas marcas "sustentáveis" sacrificam o estilo ou a durabilidade |
| CANAIS PREFERIDOS | Instagram (para inspiração de viagens e moda), <i>blogs</i> de viagem e <i>newsletters</i> sobre sustentabilidade |

Com a *persona* Marina definida, a loja de biquínis pode direcionar suas ações de forma cirúrgica:

1 | CONTEÚDO: em vez de apenas postar fotos de biquínis, a loja cria conteúdo sobre "roteiros de praias sustentáveis no sul do Brasil" ou "guia de cuidados com biquínis de tecido reciclado". O foco não é só o produto.

2 | PRODUTO: a loja prioriza a compra de tecidos com certificação de sustentabilidade e investe em modelagens que oferecem maior sustentação para atividades como o *stand-up paddle* ou o surfe, que são do interesse de Marina.

3 | COMUNICAÇÃO: o tom de voz nas redes sociais é descontraído, porém informativo, usando termos como "*slow fashion*", "viagem consciente" e "peças que duram".

4 | PUBLICIDADE: os anúncios pagos são segmentados não apenas por idade e localização, mas por interesses como "surfe feminino" e "moda sustentável", garantindo que o investimento chegue a pessoas com o perfil exato de Marina.

ANÁLISE SWOT & FOFA

*Se você for do
time que prefere
o português*



A ANÁLISE SWOT É TIPO AQUELA SUA AMIGA SUPER SINCERA QUE NÃO TEM MEDO DE DIZER QUE SEU CABELO NÃO ESTÁ BOM, MAS QUE TAMBÉM LEMBRA QUE VOCÊ É ÓTIMA EM FAZER RISOTO.

ELA É UMA FERRAMENTA DE PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO QUE OBRIGA VOCÊ A OLHAR PARA O ESPELHO E SER BRUTALMENTE HONESTA SOBRE A SUA SITUAÇÃO.



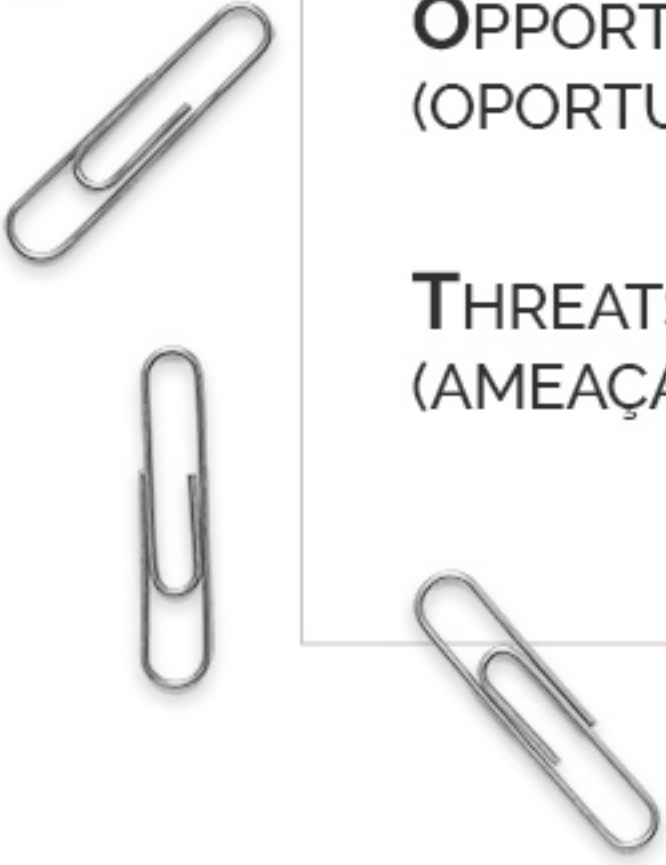
SIGLA

STRENGTHS
(FORÇAS)

WEAKNESSES
(FRAQUEZAS)

OPPORTUNITIES
(OPORTUNIDADES)

THREATS
(AMEAÇAS)



O QUE REALMENTE SIGNIFICA

Aquilo que você faz de olhos fechados e que o concorrente chora de inveja. É o seu molho secreto, o seu "eu sou o melhor nisso". São coisas internas e positivas.

Seu calcanhar de Aquiles. Onde a casa cai. Aquelas coisas que você sabe que precisa melhorar, mas sempre deixa para a próxima segunda. É o seu "preciso parar de procrastinar".

Coisas boas que estão rolando lá fora e que você pode aproveitar. É tipo achar uma nota de R\$ 50 no bolso de uma calça que você não usava há meses.

Coisas ruins que estão acontecendo no mundo e que podem ferrar você. É a concorrência lançando um produto igual ao seu pela metade do preço, ou o governo mudando uma lei do dia pra noite.

DOMÍNIO +
HOSPEDAGEM



COMO REGISTRAR UM DOMÍNIO



Se você tem um negócio criativo e deseja marcar presença na internet, o primeiro passo é registrar um domínio. Ele é o endereço do seu *site*, como "meunome.com.br", e é essencial para transmitir profissionalismo e facilitar o acesso dos clientes ao seu trabalho.

UM ERRO QUE VEJO MUITO POR AÍ SÃO PESSOAS QUE ACREDITAM QUE TER UMA CONTA EM REDES SOCIAIS, COMO O INSTAGRAM, É O SUFICIENTE.

O problema é que você está colocando todos os ovos na cesta de alguém. E se essa empresa não quiser mais eles lá? Já vi casos de contas banidas sem motivos por "descumprimento de regras".

E quando a rede social deixou de funcionar de uma hora para outra e você ficou sem poder contactar seus clientes? Viu que riscos você pode correr?

Mas antes de iniciar este processo, sugiro fazer uma busca no INPI para saber se o nome escolhido já foi registrado anteriormente. Isso evita muita dor de cabeça no futuro. Imagina ter que trocar de nome depois de o seu negócio já estar estabelecido no mercado. Um prejuízo enorme.

E se o nome nunca foi usado (aleluia!) e você deseja registrá-lo, posso indicar empresas que fazem este tipo de trabalho. Não é barato, mas é uma segurança que vale muito a pena.

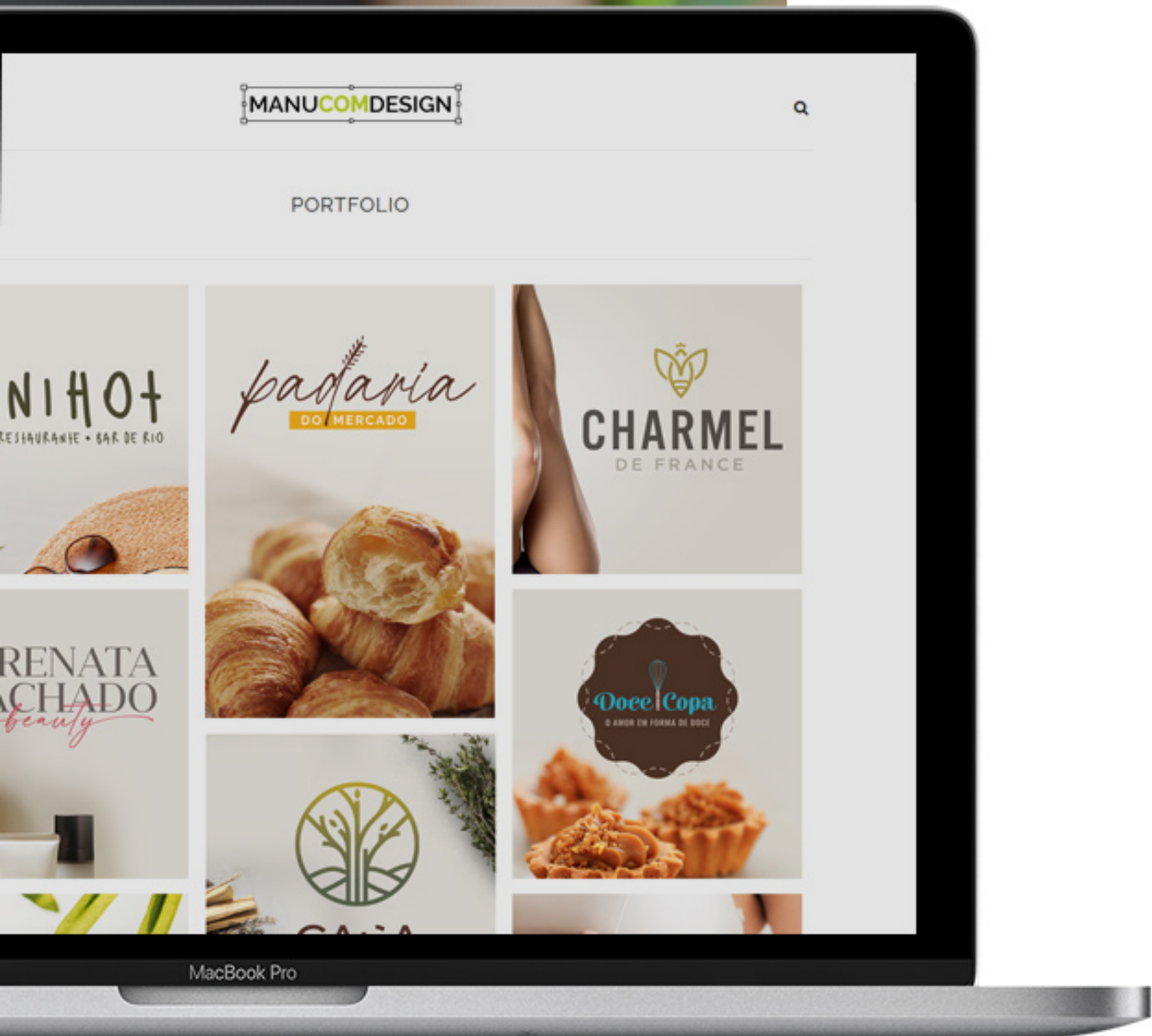
Voltando ao domínio, segue um passo a passo para você garantir o seu:

PASSO A PASSO

1 ESCOLHA UM NOME DE DOMÍNIO

Antes de tudo, pense em um nome que represente seu negócio de forma clara e memorável. Algumas dicas para escolher um bom domínio:

- Seja curto e fácil de lembrar, de fácil legibilidade e escrita. Não se esqueça de que nomes muito longos implicam em endereços de *e-mail* longos.
- Use palavras-chave que reflitam seu nicho. Mas sugiro que pense que o seu negócio pode crescer, então se "nichar" demais, pode ficar ultrapassado em pouco tempo.
- Verifique se o nome não infringe marcas já registradas.



2 VERIFIQUE A DISPONIBILIDADE

Depois de escolher o nome, acesse um registrador de domínios, como:

- [Registro.br](#) (para domínios .com.br).
- [GoDaddy](#), [HostGator](#) (para .com, .net e outras extensões).

Digite o nome escolhido e veja se está disponível. Se já estiver em uso, tente variações, como incluir sua cidade ou um termo relacionado ao seu trabalho.

3 REGISTRE O DOMÍNIO

Após escolher o nome e a extensão, finalize a compra no *site* da empresa. Você precisará criar uma conta, fornecer seus dados e pagar a taxa de registro (normalmente anual). O preço varia dependendo da extensão e da empresa escolhida.

4 NÃO ESQUEÇA DE RENOVAR!

Os domínios têm validade e precisam ser renovados a cada um, dois ou três anos. Faltando cerca de um mês do vencimento, você receberá um *e-mail* de notificação. Não esqueça de jeito nenhum, pois se não pagar, não adianta fazê-lo depois do prazo. Você perderá o direito ao uso e só poderá reaver o domínio depois de um ano. E se alguém, nesse período, resolver registrar a sua URL, a única coisa que você poderá fazer é sentar e chorar. :)

COMO É O PROCESSO DE HOSPEDAGEM

Registrar o domínio não significa que o seu *site* já poderá ir ao ar. Ele precisa estar hospedado em algum servidor para que funcione, é como se fosse uma casa onde você aluga para que ele fique pelo tempo que você quiser. E aí é que entram as empresas de hospedagem.

Você pode fazer separadamente: registrar o seu domínio no registro.br e pagar a hospedagem em uma outra empresa. Mas muitas que oferecem o serviço de hospedagem já fazem essa ponte para o registro do domínio, então eu acho que é mais prático fazer em um único lugar.

HÁ EMPRESAS QUE, DE ACORDO COM O PACOTE ESCOLHIDO, OFERECEM O PRIMEIRO ANO DE DOMÍNIO DE FORMA GRATUITA.

Eu só recomendo fazer de modo separado se você não tem a intenção de ter um *site* no ar a curto prazo. Para não ficar pagando a hospedagem à toa, você pode registrar o domínio só para garantir o nome, e ao começar a construir o *site*, contratá-la.



TIPOS DE HOSPEDAGEM

HOSPEDAGEM COMPARTILHADA: mais acessível, indicada para empresas pequenas, como *sites* institucionais.

HOSPEDAGEM VPS (servidor virtual privado): oferece mais desempenho, ideal para *sites* com tráfego médio.

HOSPEDAGEM DEDICADA: um servidor exclusivo para seu *site*, indicado para grandes projetos e alto tráfego.

O QUE CONSIDERAR

VELOCIDADE E DESEMPENHO: um *site* rápido melhora a experiência do usuário.

SUORTE TÉCNICO: atendimento eficiente é essencial para resolver problemas.

ARMAZENAMENTO E LARGURA DE BANDA: escolha um plano que suporte o tamanho do seu *site* e o tráfego esperado.

FACILIDADE DE USO: painéis como cPanel facilitam sua gestão.

SEGURANÇA: certificados SSL, *backups* automáticos e proteção contra ataques são essenciais.

COMO CONFIGURAR

Após o contrato feito, você receberá um *e-mail* com todas as configurações, acessos e senhas para acessar o painel de controle. Siga estes passos:

1. Acesse o painel do provedor de hospedagem.
2. Aponte seu domínio para os servidores do provedor (DNS).
3. Instale um gerenciador de conteúdo como WordPress, Wix, SquareSpace (se aplicável).
4. Configure seu *site*, incluindo *e-mails* e certificados SSL.

Se você já contratou um profissional para fazer o seu *site*, sugiro inserir esta parte no contrato, pois ela é complicadinha para quem nunca fez. Quando fiz o meu, confesso que "apanhei" bem.

PRINCIPAIS PROVEDORES NO BRASIL

As empresas mais conhecidas são:

- [HostGator](#)
- [KingHost](#)
- [Hostinger](#)

(não indico a Locaweb pois já ouvi muuuuuitas reclamações)

CONTROLE DAS FINANÇAS



COMO CUIDAR DAS FINANÇAS

O profissional autônomo opera em uma intersecção única: é o criativo e também o gestor financeiro do seu próprio negócio. A ausência de uma estrutura financeira clara é um dos maiores desafios que levam à instabilidade na carreira.

Seguem pequenos passos que podem ajudar você a organizar melhor as suas finanças.

1 A SEPARAÇÃO FUNDAMENTAL: PESSOA FÍSICA E PESSOA JURÍDICA

O primeiro e mais crucial passo para o controle financeiro é a separação entre as finanças pessoais e as do negócio. Misturar contas torna impossível determinar a real lucratividade do trabalho e dificulta o planejamento fiscal.

Recomenda-se a abertura de uma conta bancária exclusiva para o recebimento de pagamentos de clientes e o pagamento de despesas operacionais (*softwares*, equipamentos, cursos, etc.).

Você deve definir um pró-labore mensal (salário) que será transferido da conta PJ para a conta PF, garantindo que o dinheiro restante na conta PJ seja capital de giro e reserva do negócio.

2 PRECIFICAÇÃO INTELIGENTE: DEFININDO O VALOR DO SEU TRABALHO

A precificação é um ponto de ansiedade para muitos. Cobrar muito pouco desvaloriza o trabalho e compromete a sustentabilidade; cobrar demais pode afastar clientes. A base para uma precificação justa e lucrativa é o cálculo da sua taxa horária mínima.

3 CÁLCULO DA TAXA HORÁRIA MÍNIMA

Para calcular quanto você precisa cobrar por hora para cobrir seus custos e gerar lucro, siga os passos abaixo:

1 | Calcule seus custos fixos (condomínio/aluguel, assinaturas de *softwares*, internet, etc.) e variáveis (transporte, energia elétrica, alimentação, etc.).

2 | Defina a margem de lucro desejada: o valor que você deseja ter como lucro acima dos custos.

3 | Estime o tempo produtivo mensal: quantas horas você realmente consegue dedicar ao trabalho por mês (ex: 160h para 40h/semana).

4 | Aplique a fórmula:
$$\text{CUSTOS MENSAIS} + \text{LUCRO DESEJADO} / \text{HORAS TRABALHADAS NO MÊS} = \text{VALOR POR HORA MÍNIMO}$$

Exemplo: R\$ 3.000 de custos + R\$ 7.000 de lucro / 160 horas = R\$ 62,50/hora

4 REGISTRO E CONTROLE DE FLUXO DE CAIXA

O fluxo de caixa é o coração da gestão financeira. Ele registra todas as entradas (recebimentos) e saídas (pagamentos) em um período. Manter este registro atualizado permite identificar padrões de gastos e prever períodos de baixa.

Planilhas como Excel ou Google Sheets são imprescindíveis neste processo. O importante é a consistência no registro.



5 RESERVA FINANCEIRA



A vida *freelancer* é marcada pela inconsistência de projetos. Por isso, a construção de reservas é vital para a longevidade do negócio.

RESERVA DE EMERGÊNCIA (PF)

Deve cobrir de 3 (três) a 6 (seis) meses dos seus custos fixos pessoais. É o colchão de segurança para períodos de crise, doença ou baixa demanda de trabalho.

RESERVA FISCAL (PJ)

Dependendo do regime tributário (como o MEI ou Simples Nacional), uma porcentagem do seu faturamento deve ser destinada ao pagamento de impostos. Recomenda-se separar imediatamente uma parte de cada recebimento para esta finalidade.



CONCLUSÃO

O controle financeiro para o *freelancer* não é uma tarefa burocrática, mas sim uma ferramenta estratégica que liberta o profissional para focar no que faz de melhor: criar.

Ao implementar a separação de contas, a precificação baseada em dados, o registro consistente do fluxo de caixa e a construção de reservas, o empreendedor estabelece as bases para uma carreira autônoma próspera e estável.



IMAGENS + FOTOS
GRATUITAS



SITES COM IMAGENS GRATUITAS

Você pode encontrar imagens gratuitas de alta qualidade em diversos bancos de imagens *online*.

Esses *sites* oferecem ilustrações, fotos e vetores que podem ser usados em projetos comerciais e pessoais, muitas vezes sem a necessidade de atribuição.

Os mais populares são:

[Freepik](#)

[Pixabay](#)

[Pexels](#)

[Rawpixel](#)

[Unsplash](#)

Sempre confira a licença de uso de cada imagem antes de utilizar.



SITES COM FONTES GRATUITAS

Se você está em busca de fontes gratuitas para usar em seus projetos, existem diversos *sites* confiáveis que oferecem tipografias de qualidade e com licenças claras.

O [Google Fonts](#) é um dos mais populares, com uma grande variedade de fontes gratuitas para uso pessoal e comercial. Além dele, há:

[DaFont](#)

[Font Squirrel](#)

[Behance](#) (muitos *designers* disponibilizam fontes autorais para *download*).

Sempre verifique a licença de uso antes de utilizar, especialmente em projetos comerciais. Escolher a fonte certa pode transformar completamente o visual do seu *design*!



MODELO DE CONTRATO

bônus



MODELO DE CONTRATO/ ORÇAMENTO

Como empreendedora criativa, sei que a arte e visão são o que falam mais alto. Mas a verdade é que a primeira impressão profissional é crucial. Por isso, desenvolvi este modelo de orçamento e contrato totalmente editável em PowerPoint.

Ele não é apenas um documento; é a sua primeira grande oportunidade de mostrar ao cliente que você é tão organizado e profissional quanto talentoso.

CHEGA DE PROPOSTAS GENÉRICAS OU DESORGANIZADAS QUE DESVALORIZAM SEU TRABALHO



Escolhi o PowerPoint pela facilidade: você pode personalizar com a sua paleta de cores, substituir pelo seu conteúdo e adicionar suas próprias fotos, sem precisar de *softwares* complexos.

Ao enviar este documento, você não está apenas enviando o seu preço; você está entregando uma proposta de valor coesa, visualmente atraente e juridicamente estruturada.

Eu garanto que, ao receber um material bem feito e claro, o cliente sente imediatamente a segurança e o profissionalismo que ele busca, transformando o primeiro contato em um "sim" muito mais rápido.

[BAIXAR O MODELO](#)

CONTATO

+55 21 99887-0693

MANU**COM**DESIGN.COM

CONTATO@MANU**COM**DESIGN.COM