E-BOOK

GUIA PRÁTICO DE PRECIFICAÇÃO



DESCUBRA COMO:

- Calcular o preço ideal
- Analisar seus custos
- Definir margem de lucro
- Posicionar seu valor no mercado
- Aumentar sua lucratividade

Por
ISADORA RAYMOND
ESPECIALISTA EM PROCESSOS DE NEGÓCIOS
E GESTÃO EMPRESARIAL

O que você vai aprender

Aqui está o sumário do nosso guia, desenhado para te ajudar a dominar a arte da precificação.

O que é precificar?

Por que a maioria erra na precificação?

Passo 1 — Tempo Dedicado

Passo 2 — Custos Diretos

Passo 3 — Custos Indiretos

Passo 4 — Lucro Desejado

Passo 5 — Valor Entregue

A Fórmula Completa da Precificação

Colocando em Prática: Seu Passo a Passo

Construa um Negócio que Sobrevive e Cresce

Isadora Raymond © Todos os direitos reservados. Proibida a reprodução total ou parcial deste material sem autorização prévia e por escrito da autora.

ISADORA RAYMOND

ESPECIALISTA EM PROCESSOS DE NEGÓCIOS
E GESTÃO EMPRESARIAL



Quem é Isadora Raymond?

Brasileira de Salvador/BA, casada e mãe de duas filhas.

Com quase 30 anos de experiência na educação, formação de pessoas e gestão, atuo ajudando empreendedores e empresas a organizarem seus negócios do zero e a criarem uma base sólida, produtiva e sustentável.

Pedagoga, pós-graduada em Psicopedagogia e especialista em Treinamento & Desenvolvimento, Gestão da Qualidade e Processos Empresariais.

Empreendedora, consultora e mentora, transformo conhecimento em sistemas simples e eficientes que geram **clareza, organização, resultados** e **crescimento** para negócios de pequeno e médio porte.

FRANQUEADA CAFÉ CARAMELLO – MA
Levo a experiência do café especial e do atendimento de excelência.

IDEALIZADORA DO PROGRAMA DE CAPACITAÇÃO PARA REPOSICIONAMENTO PROFISSIONAL E AUTONOMIA ECONÔMICA
Iniciativa que já impactou dezenas de mulheres imigrantes no Brasil e nos EUA.

DIRETORA E FUNDADORA DA CDLE MULHER
Lidero projetos, eventos e ações que fortalecem e conectam mulheres empreendedoras.

FUNDADORA DA IR ASSESSORIA CONSULAR
Consultoria especializada em processos documentais para brasileiros no exterior.

O QUE EU FAÇO

GESTÃO E ORGANIZAÇÃO DE NEGÓCIOS
Ajudo empresas a organizarem sua operação, processos e rotinas para trabalhar com mais eficiência e produtividade.

ESTRUTURAÇÃO DE PROCESSOS E ROTINAS
Criação de processos, fluxos e procedimentos que padronizam, facilitam o trabalho das equipes e melhoram os resultados.

TREINAMENTOS E DESENVOLVIMENTO
Capacito equipes e lideres com treinamentos práticos que fortalecem habilidades, performance e atendimento.

CRIAÇÃO DE PLAYBOOKS E DOCUMENTOS
Desenvolvo manuais, playbooks e materiais estratégicos que orientam, alinham e garantem consistência na execução.

PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO E GESTÃO
Apoio na definição de metas, indicadores e estratégias que direcionam o crescimento e a sustentabilidade do negócio.

Minha Missão

Ajudar pessoas, empresas e comunidades a se organizarem, crescerem e conquistarem liberdade através do conhecimento, processos e ação.

VAMOS CONECTAR?

isadorasraymond@gmail.com
857-243-3714
@isadora-raymond
@isadoraraymond_

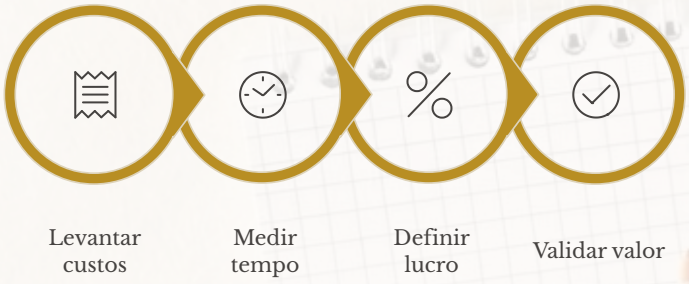
E-BOOK PREMIUM | PRECIFICAÇÃO ESTRATÉGICA

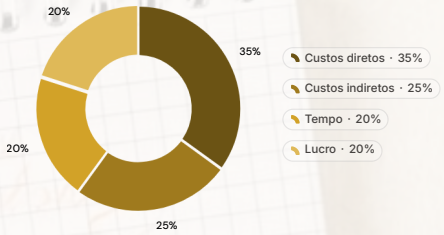
Meninas, o que é precificar?

Precificar é calcular um valor que cubra seus custos, pague seu tempo e ainda sustente o crescimento do negócio.

Este e-book vai te guiar, de forma clara e prática, para chegar a um preço justo, sustentável e alinhado ao valor que você entrega.

Como pensar no preço





O preço nasce da soma entre estrutura, esforço, margem e percepção de valor. Quando esses quatro pontos ficam claros, a decisão se torna mais segura.

Uma visão simples da composição do preço ajuda a lembrar que vender não é apenas cobrir gastos: também é sustentar operação e crescimento.

O que entra na formação do preço

Tempo

Calcule quantas horas reais você dedica ao trabalho, incluindo execução, atendimento e ajustes.

Custos diretos

Some tudo o que é consumido para entregar cada venda ou serviço de forma imediata, incluindo os impostos sobre a venda.

Custos indiretos

Inclua despesas fixas do negócio, mesmo quando não há venda naquele dia.

Lucro

Defina a margem que permite reinvestir, crescer e construir estabilidade financeira.

Valor entregue

Considere o impacto real do seu trabalho na vida da cliente e no resultado que ela busca.

Isadora Raymond © Todos os direitos reservados. Proibida a reprodução total ou parcial deste material sem autorização prévia e por escrito da autora.

PRECIFICAÇÃO ESTRATÉGIA FINANCEIRA

Por que a maioria erra na precificação?

O erro mais comum é olhar para o concorrente e copiar o preço. Isso parece prático, mas é uma armadilha. Você não conhece a estrutura do outro negócio, não sabe quais custos ele tem, nem quanto precisa lucrar — e, principalmente, não sabe se ele mesmo está precificando certo.

A precificação inteligente começa de dentro para fora: primeiro você entende seus números, depois avalia o mercado. É isso que torna o preço mais claro, mais seguro e mais sustentável.

Como construir um preço com segurança

1. Calcule seu tempo

Defina quanto tempo real você dedica para entregar o serviço, incluindo preparo, execução, revisão e atendimento.

2. Some seus custos

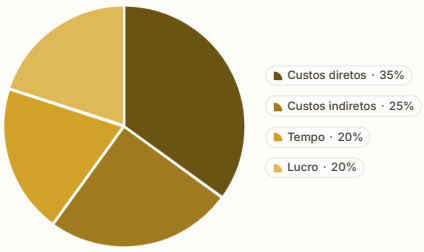
Liste os custos diretos e rateie os indiretos que sustentam o negócio, como estrutura, ferramentas e operação.

3. Inclua o lucro

O preço precisa gerar margem para crescer, investir e manter a saúde financeira da empresa.

4. Considere o valor entregue

O preço também deve refletir a transformação, a qualidade e a confiança que você entrega à cliente.



Antes de comparar com o mercado

Use sua base interna como referência. Quando você conhece sua composição de preço, comparar com outras ofertas deixa de ser adivinhação e vira decisão estratégica.

Quem precifica olhando só para o concorrente entra numa disputa de preço. Quem entende seus números constrói um negócio mais forte e sustentável.

Isadora Raymond © Todos os direitos reservados. Proibida a reprodução total ou parcial deste material sem autorização prévia e por escrito da autora.

PASSO 1 | PRECIFICAÇÃO | FINANÇAS

Tempo Dedicado

O primeiro elemento da precificação é o seu tempo. Antes de calcular qualquer valor, você precisa medir quanto tempo realmente leva para entregar um serviço — do início ao fim, incluindo preparo, execução, deslocamento e finalização.

1. Mapear

Liste cada etapa do serviço e identifique o tempo gasto em cada uma.

2. Somar

Some todas as etapas para chegar ao tempo total de entrega.

3. Valorizar

Defina quanto vale a sua hora de trabalho com base na sua meta de renda.

Como calcular na prática

1. Anote o tempo médio de execução de cada serviço.
2. Inclua tempo invisível: preparo, atendimento, deslocamento e ajustes finais.
3. Transforme esse total em horas para facilitar a conta.
4. Multiplique pelo valor da sua hora para formar a base do preço.

Fórmula base

Tempo total × valor da hora = custo de tempo do serviço

Essa conta evita que você cobre menos do que realmente precisa para sustentar o seu negócio com equilíbrio.

Tempo também custa dinheiro. Cada hora dedicada a uma cliente é uma hora que você não pode dedicar a outra entrega, à prospecção ou ao seu descanso. Por isso, o tempo precisa ser remunerado de forma justa e estratégica.

Quando você entende o valor da sua hora, sua precificação deixa de ser intuitiva e passa a ser sustentável.

Isadora Raymond © Todos os direitos reservados. Proibida a reprodução total ou parcial deste material sem autorização prévia e por escrito da autora.

PASSO 2 PRECIFICAÇÃO INTELIGENTE

Custos Diretos

Custos diretos são os gastos que existem **apenas porque aquele serviço foi realizado.** Se o atendimento não acontecesse, esse custo não existiria. Por isso, ele precisa entrar com precisão no seu preço.



Identificar gastos

Ratear itens

Somar por serviço

O cálculo é simples: registre o que foi usado, descubra quanto daquele item pertence a cada atendimento e some tudo com atenção. Assim, você evita cobrar menos do que deveria.

Como calcular na prática

1. Liste o que foi consumido

Anote apenas itens usados diretamente na entrega do serviço: materiais, insumos, impressão, envio ou deslocamento associado ao atendimento.

2. Calcule o custo por uso

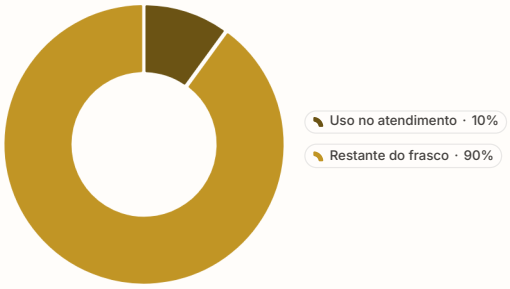
Se um item dura mais de um atendimento, divida o valor total pelo número estimado de usos. Isso revela quanto dele pertence a cada cliente.

3. Some tudo com organização

Junte os custos de cada item, guarde notas e recibos e leve esse total para a precificação final do serviço.

Leitura do custo

Quando um insumo é comprado uma vez e usado várias vezes, o valor real no atendimento é apenas uma fração do total. Esse olhar evita distorções e protege sua margem.



Se um produto custa R$15 e rende 10 atendimentos, o custo por atendimento é de **R$1,50**. O restante do valor será distribuído entre os próximos usos.

Tudo o que foi gasto especificamente naquele atendimento deve entrar no cálculo. Nenhum valor deve ser absorvido pelo seu bolso.

Isadora Raymond © Todos os direitos reservados. Proibida a reprodução total ou parcial deste material sem autorização prévia e por escrito da autora.

PASSO 3 | ORGANIZAÇÃO FINANCEIRA

Custos Indiretos

Custos indiretos são as **despesas da empresa que existem mesmo quando você não vende.** Eles não estão ligados a um serviço específico, mas são essenciais para que o negócio funcione com estabilidade. Quando não entram no preço, a margem parece boa — mas o lucro real desaparece.

Exemplos: aluguel, internet, energia, softwares, contabilidade e **impostos** como MEI, Simples Nacional, ISS e similares. Esses tributos também são custos indiretos, porque existem independentemente de cada serviço prestado.

Como calcular

Liste os gastos mensais

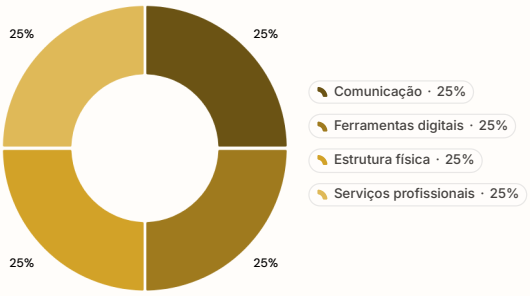
Reúna despesas fixas e recorrentes, como aluguel, internet, energia, softwares, impostos e serviços profissionais.

Some o total

Some todos os custos indiretos do mês para chegar ao valor que sustenta o funcionamento do negócio.

Divida pela produção

Divida o total pelo número de atendimentos ou produtos do mês para encontrar quanto cada um precisa cobrir.



O objetivo não é detalhar o negócio por área, e sim criar um método simples: **somar tudo e dividir pela produção**. Assim, cada venda ajuda a cobrir a estrutura que mantém a operação funcionando.

Comunicação

Telefone, internet e plano de dados usados para atender e negociar.

Ferramentas digitais

Softwares, plataformas e sistemas que apoiam a gestão e a venda.

Estrutura física

Aluguel, energia, água, seguro e manutenção do espaço ou equipamento.

Impostos

MEI, Simples Nacional, ISS e tributos semelhantes que existem mesmo sem uma venda específica.

Para incluir os custos indiretos no preço de cada serviço ou produto, some os gastos mensais e divida pelo número de atendimentos ou itens vendidos no mesmo período. O resultado mostra quanto cada unidade precisa contribuir para cobrir a estrutura do negócio.

Isadora Raymond © Todos os direitos reservados. Proibida a reprodução total ou parcial deste material sem autorização prévia e por escrito da autora.

PASSO 4 PRECIFICAÇÃO

Lucro Desejado

Esse é o valor que torna o preço saudável de verdade. Depois de cobrir custos e despesas, o lucro mostra o que sobra para fortalecer o negócio, criar reserva e sustentar o crescimento.

Se você cobra apenas o que gastou, está apenas pagando contas. Lucro é o que mantém sua empresa viva.

Lucro não é excesso. Lucro é segurança. Ele permite que você atravesse imprevistos, reinvista com calma e construa um negócio mais estável ao longo do tempo.

1. Some os custos

Inclua tudo o que é necessário para entregar o serviço com qualidade.

2. Defina a margem

Escolha um lucro percentual ou um valor fixo por atendimento.

3. Forme o preço

Some custos, despesas e lucro para chegar a um preço sustentável.

Margens seguras de lucro

20%

Margem mínima segura para não trabalhar no limite.

30% a 40%

Margem saudável para equilibrar estabilidade e resultado.

Acima de 40%

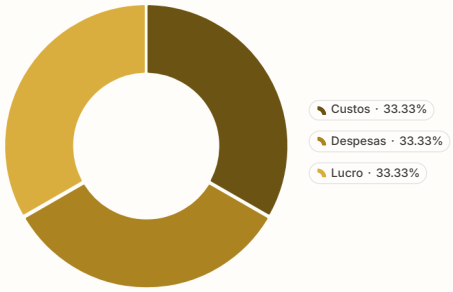
Margem ideal para crescimento, reserva e novos investimentos.

Como calcular

1. Some todos os custos diretos, indiretos e o tempo envolvido.
2. Aplique a porcentagem de lucro sobre esse total.
3. Some o lucro ao custo total para chegar ao preço final.

Exemplo prático: se o custo total é R$100 e você quer 30% de lucro, o preço final é R$130.

A margem de lucro não é salário. Ela é o que faz o negócio crescer, criar reserva e investir com consistência.



Visualmente, o lucro precisa fazer parte do preço desde o começo. Quanto maior a margem, mais espaço o negócio tem para reserva, investimento e expansão.

Defina uma margem de lucro desejada — seja uma porcentagem sobre os custos totais ou um valor fixo por atendimento — e inclua esse valor no preço final. O objetivo não é apenas vender: é crescer com tranquilidade.

Isadora Raymond © Todos os direitos reservados. Proibida a reprodução total ou parcial deste material sem autorização prévia e por escrito da autora.

PASSO 5 PREÇO E PERCEPÇÃO DE VALOR

Valor Entregue

Preço e valor não são a mesma coisa. O **preço** é a soma dos seus custos e da sua margem. O **valor** é o quanto a cliente percebe que sua entrega resolve, facilita ou transforma a vida dela.

1. Calcule seus custos

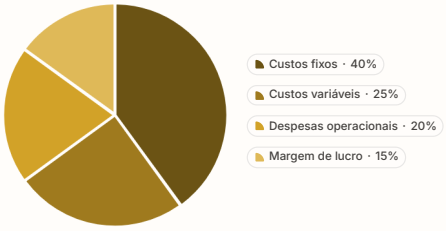
Some custos fixos, variáveis e despesas operacionais para entender o mínimo necessário para sustentar o trabalho.

2. Defina sua margem

Inclua um lucro desejado sobre o total para garantir fôlego, crescimento e previsibilidade.

3. Ajuste pelo valor percebido

Considere o problema resolvido, o nível de confiança gerado e a qualidade da experiência entregue.



Como pensar no preço

- Liste tudo o que entra no atendimento ou serviço.
- Separe o que muda a cada entrega do que acontece todo mês.
- Defina uma margem que faça sentido para o seu momento.
- Revise o valor final à luz da experiência e do resultado que você entrega.

Custos

São todos os gastos necessários para entregar o serviço com qualidade e manter a operação funcionando.

Margem

É o percentual ou valor acrescentado acima dos custos para gerar lucro e fortalecer o negócio.

Valor percebido

É a soma do resultado, da confiança, da clareza e da tranquilidade que sua cliente sente ao comprar de você.

Se você cobra apenas pelos custos, você sobrevive. Quando inclui margem e valor percebido, você constrói um negócio saudável.

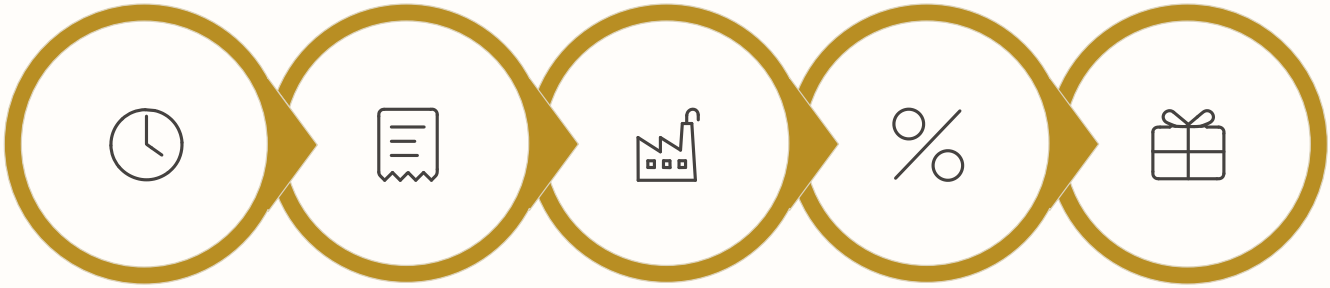
Um preço bem calculado sustenta a sua operação e, ao mesmo tempo, comunica o nível de cuidado, segurança e profissionalismo que você entrega.

Isadora Raymond © Todos os direitos reservados. Proibida a reprodução total ou parcial deste material sem autorização prévia e por escrito da autora.

PASSO 6 PRECIFICAÇÃO

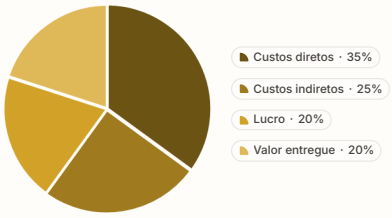
A Fórmula Completa da Precificação

Quando você junta todos os elementos, chega a um preço que faz sentido — para você e para a sua cliente. Veja como os cinco pilares se conectam na prática:



Tempo Dedicado | Custos Diretos | Custos Indiretos | Lucro Desejado | Valor Entregue

Essa não é uma fórmula rígida com um único resultado. É um processo de autoconhecimento do seu negócio. Cada profissional vai chegar a um número diferente — e tudo bem. O importante é que esse número seja **honesto, consciente e sustentável.**



1. Tempo dedicado

Some o tempo de execução, preparo, atendimento, revisão e ajustes. Inclua também o tempo invisível que faz parte da entrega.

2. Custos diretos

Liste tudo que é usado naquela entrega: materiais, taxas, embalagens, deslocamento ou ferramentas consumíveis.

3. Custos indiretos

Rateie despesas fixas do negócio, como aluguel, internet, energia, software, marketing e impostos.

4. Lucro desejado

Defina um percentual que sustente seu crescimento, sua reserva e sua estabilidade financeira.

5. Valor entregue

Considere a transformação percebida pela cliente, o nível de especialização e o impacto real da sua solução.

Preço sustentável cobre todos os custos, inclui lucro real e respeita o valor da sua entrega.

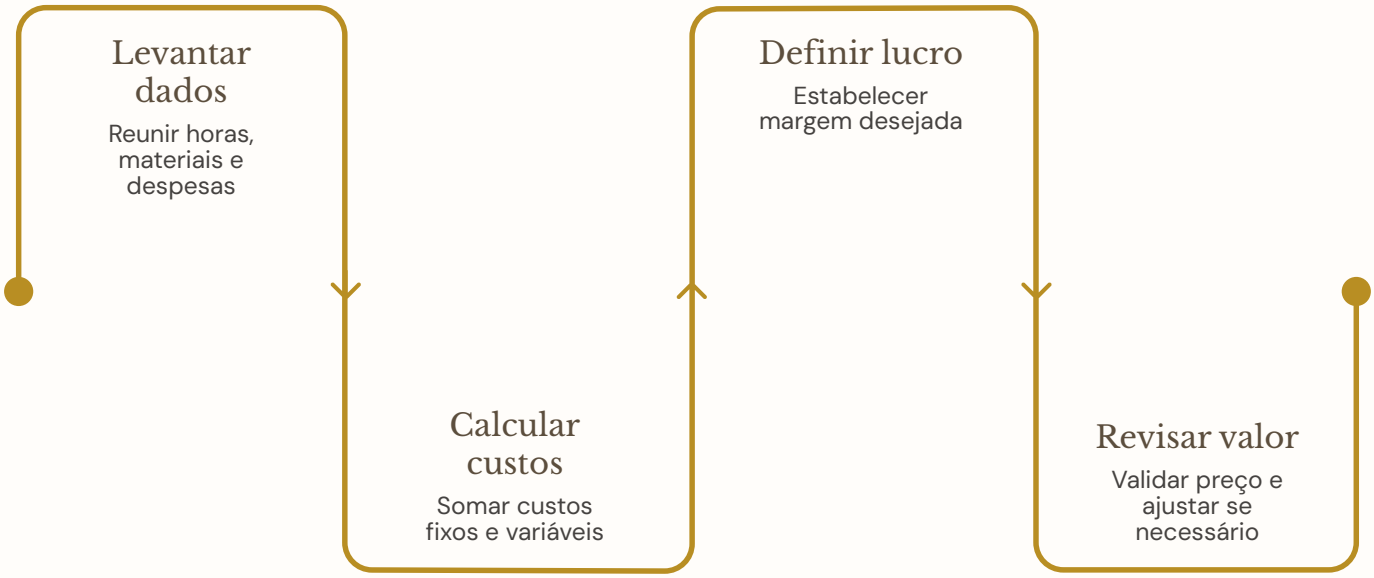
Preço baixo	Preço alto	Preço sustentável
Cobre apenas parte dos custos. Você trabalha muito e ganha pouco.	Fica desconectado da realidade do mercado e enfraquece a percepção de valor.	Equilibra custo, lucro e valor percebido de forma saudável para o negócio.

Isadora Raymond © Todos os direitos reservados. Proibida a reprodução total ou parcial deste material sem autorização prévia e por escrito da autora.

ROTEIRO PRÁTICO | PRECIFICAÇÃO

Colocando em Prática: Seu Passo a Passo

Agora que você entende os cinco pilares, é hora de aplicar com clareza. Siga este roteiro para calcular o preço de cada serviço que você oferece:



Este processo ajuda você a transformar cada variável em um número consciente, sem adivinhação e sem subestimar o seu trabalho.

---

1. Liste todos os seus serviços

Escreva cada serviço separadamente. Isso evita misturar cálculos e garante que cada preço seja construído com precisão.

2. Cronometre o tempo real

Durante alguns dias, registre o tempo total de cada atendimento, incluindo preparo, execução e finalização. Esse dado é a base do seu valor por hora.

3. Levante todos os custos diretos

Some todos os materiais e gastos que existem apenas para entregar aquele serviço. Guarde comprovantes e mantenha o controle atualizado.

4. Calcule seus custos indiretos mensais

Reúna as despesas fixas do mês e distribua esse total entre os atendimentos realizados. Assim, você entende o peso real da estrutura no preço final.

5. Defina sua margem de lucro

Escolha uma porcentagem ou valor fixo que sustente o crescimento do seu negócio e respeite o retorno que você deseja construir.

6. Reflita sobre o valor entregue

Pense no impacto real do seu serviço: que problema ele resolve, que resultado ele gera e por que isso merece ser reconhecido no preço.

7. Some tudo e chegue ao seu preço

Tempo, custos diretos, custos indiretos, lucro e valor entregue se combinam para formar um preço sustentável, claro e alinhado ao seu negócio.

Isadora Raymond © Todos os direitos reservados. Proibida a reprodução total ou parcial deste material sem autorização prévia e por escrito da autora.

PRECIFICAÇÃO ESTRATÉGICA

Construa um Negócio que Sobrevive e Cresce

> "Quem cobra só olhando para o concorrente entra numa guerra de preços. Quem entende seus custos e o valor que entrega constrói um negócio que consegue sobreviver e crescer."

Precificar corretamente é um ato de respeito — com o seu trabalho, com o seu tempo e com a sua cliente. Um preço justo e sustentável é bom para todos: você consegue entregar um serviço de qualidade porque tem os recursos para isso, e a cliente recebe o valor real pelo que pagou.

Pilares da precificação

Tempo, custos diretos, custos indiretos, lucro e valor entregue.

Todos os custos entram

Nenhum gasto deve sair do seu bolso. Tudo precisa estar refletido no preço.

Negócio sustentável

O objetivo final é crescer com segurança, investir melhor e resistir às oscilações.

1. Calcule o tempo real

Meça o tempo total gasto no serviço, incluindo preparo, execução, deslocamento e encerramento. Depois, transforme esse tempo em custo por hora ou por minuto.

2. Some os custos diretos

Liste tudo o que é usado exclusivamente naquele serviço: materiais, embalagens, taxas, comissões e qualquer gasto variável ligado à entrega.

3. Rateie os custos indiretos

Some despesas fixas como aluguel, internet, software, energia e impostos. Depois distribua esse valor entre os atendimentos ou produtos do período.

4. Defina a margem de lucro

Inclua a porcentagem que faz o negócio avançar com saúde, investir no futuro e gerar caixa para crescer.

5. Considere o valor entregue

Além do custo, avalie o impacto percebido pela cliente, o nível de especialização e o resultado que o seu trabalho proporciona.

Como montar o preço final

Uma fórmula simples e prática é: tempo + custos diretos + custos indiretos + lucro + valor entregue = preço sustentável.

Agora você tem o mapa. Use este e-book como referência sempre que for revisar seus preços — e revise com frequência. Custos mudam, o mercado muda, e você também cresce. Seu preço precisa acompanhar essa evolução. **Você merece cobrar o que o seu trabalho vale.**

Revise seus preços pelo menos a cada 6 meses ou sempre que seus custos mudarem significativamente. Precificar é um processo contínuo, não uma decisão única.

Isadora Raymond © Todos os direitos reservados. Proibida a reprodução total ou parcial deste material sem autorização prévia e por escrito da autora.