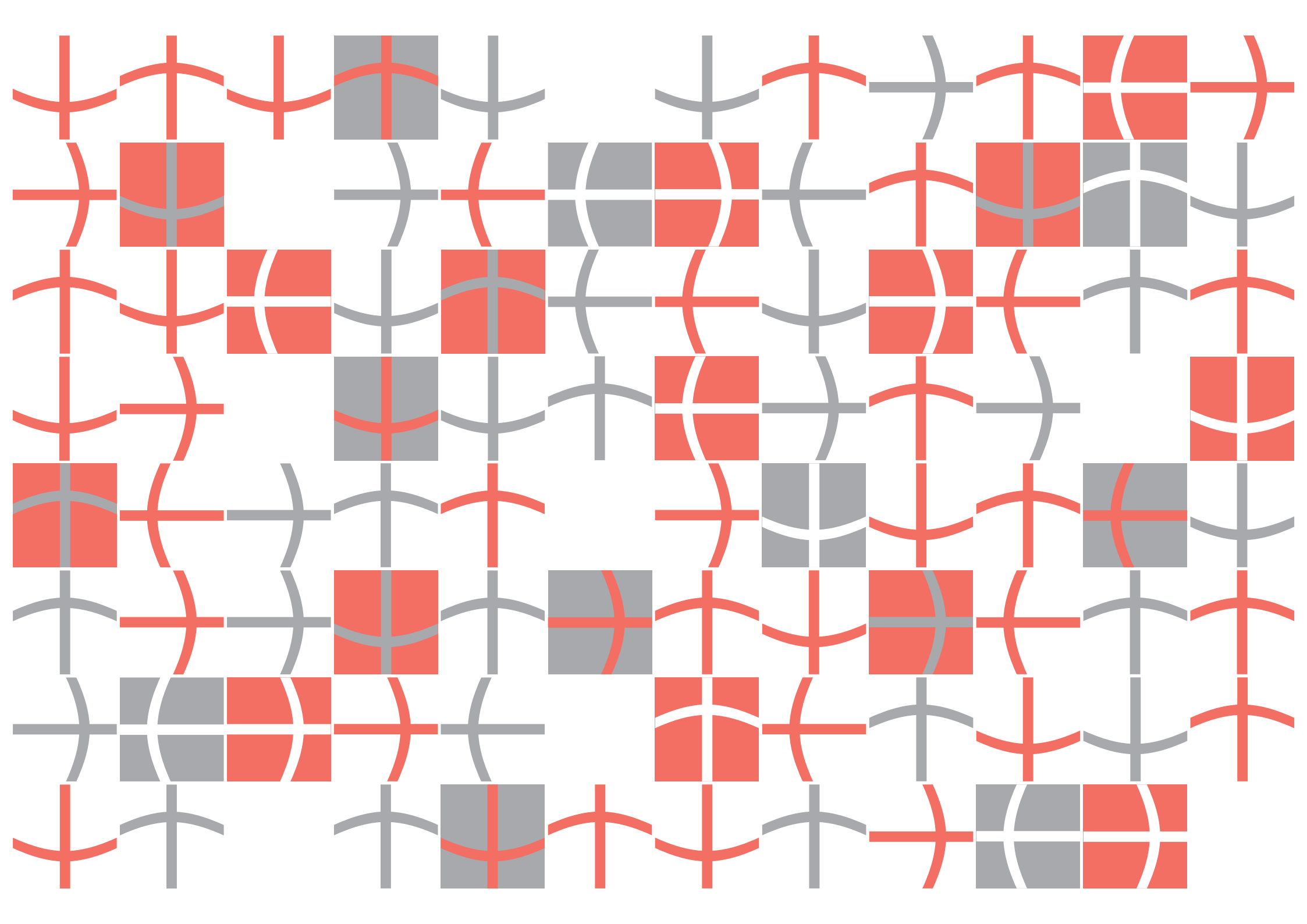


TABELA REFERENCIAL DE VALORES 2019/2020

**ADEGRAF** ASSOCIAÇÃO DOS  
DESIGNERS GRÁFICOS  
DO DISTRITO FEDERAL

WWW.ADEGRAF.ORG.BR • FACEBOOK: ADEGRAF





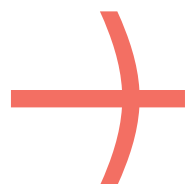
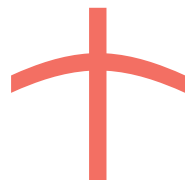
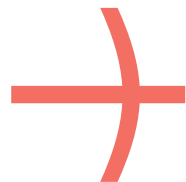
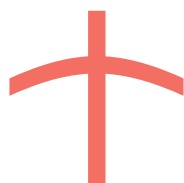
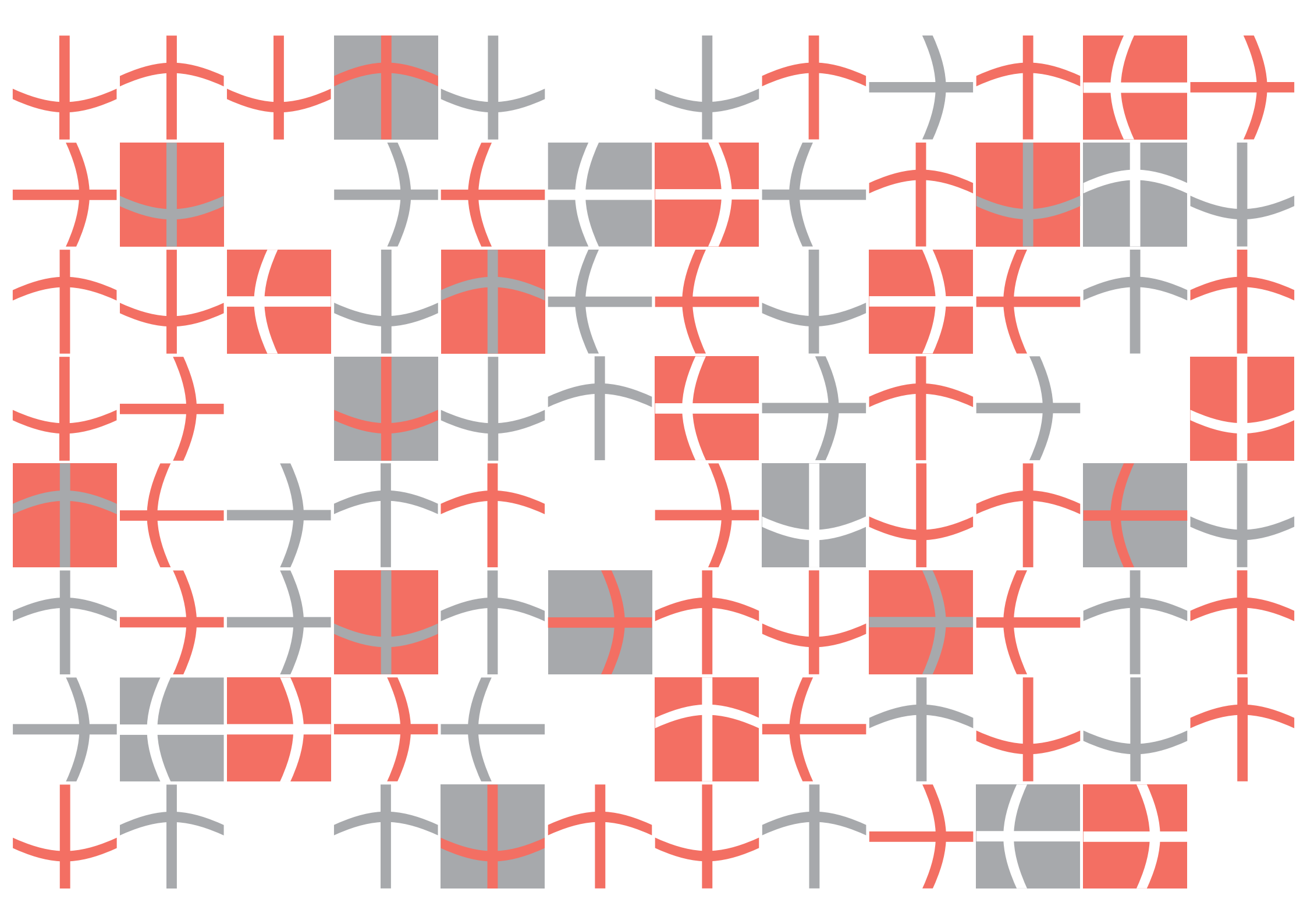


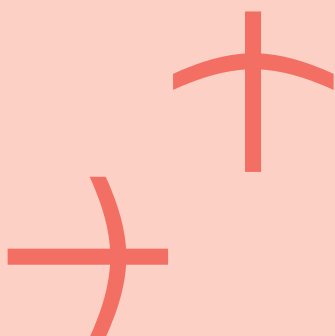
TABELA REFERENCIAL DE VALORES 2019/2020

**ADEGRAF** ASSOCIAÇÃO DOS  
DESIGNERS GRÁFICOS  
DO DISTRITO FEDERAL

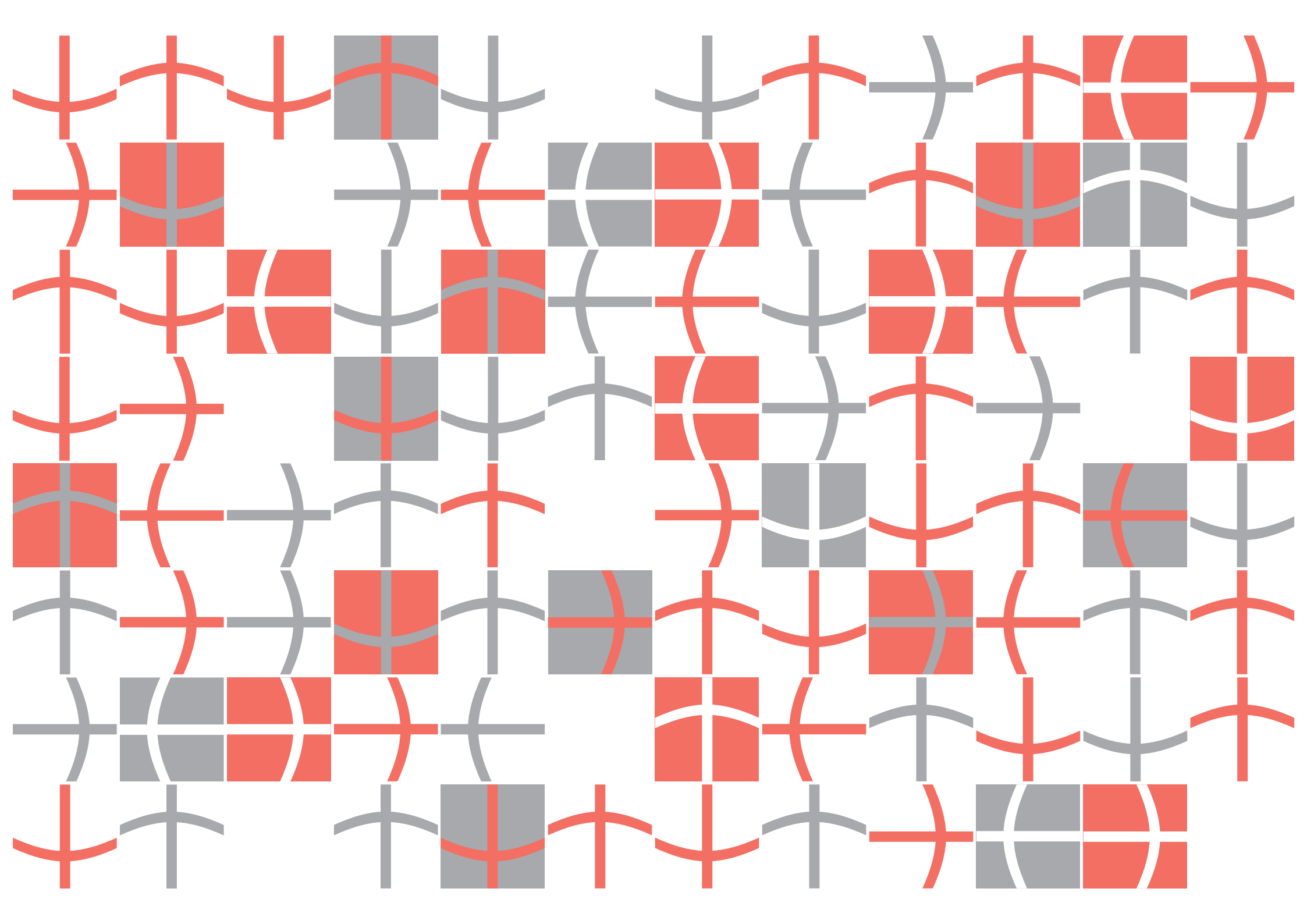
*WWW.ADEGRAF.ORG.BR • FACEBOOK: ADEGRAF*







1. <i>BRANDING / GESTÃO DE MARCAS</i>	8
2. <i>NAMING / CRIAÇÃO DE NOME DA MARCA</i>	9
3. <i>PROJETO DE IDENTIDADE VISUAL (PIV)</i>	9
4. <i>CRIAÇÃO DE MARCAS PROMOCIONAIS</i>	10
5. <i>MANUAL DE IDENTIDADE VISUAL DE MARCA EXISTENTE</i>	11
6. <i>PAPELARIA INSTITUCIONAL</i>	11
7. <i>PROJETOS DE DESIGN PARA PONTO DE VENDA (PDV)</i>	12
8. <i>DESIGN DE PEÇAS PROMOCIONAIS / DIVULGAÇÃO</i>	13
9. <i>SINALIZAÇÃO</i>	16
10. <i>MÍDIA INTERNA E EXTERNA</i>	17
11. <i>EDITORIAL (PUBLICAÇÕES DIVERSAS)</i>	18
12. <i>EDITORIAL (CD/DVD)</i>	19
13. <i>EDITORIAL (DIVERSOS)</i>	20
14. <i>VESTUÁRIO</i>	21
15. <i>EMBALAGEM</i>	21
16. <i>SERVIÇOS DIGITAIS • MÍDIAS INTERATIVAS</i>	22
17. <i>SERVIÇOS DIGITAIS • REDES SOCIAIS</i>	23
18. <i>SERVIÇOS DIGITAIS • PEÇAS AVULSAS PARA WEB/REDES SOCIAIS</i>	24
19. <i>SERVIÇOS DIGITAIS • UI DESIGN</i>	25
20. <i>SERVIÇOS DIGITAIS – MULTIMÍDIA E APRESENTAÇÕES</i>	26
21. <i>UX DESIGN – ENTREGÁVEIS</i>	27
22. <i>CONSULTORIA EM DESIGN</i>	29
23. <i>ILUSTRAÇÃO</i>	29





## INTRODUÇÃO

*A Tabela Referencial de Valores da ADEGRAF tem como objetivo auxiliar os profissionais de design do Distrito Federal a formularem suas propostas financeiras.*

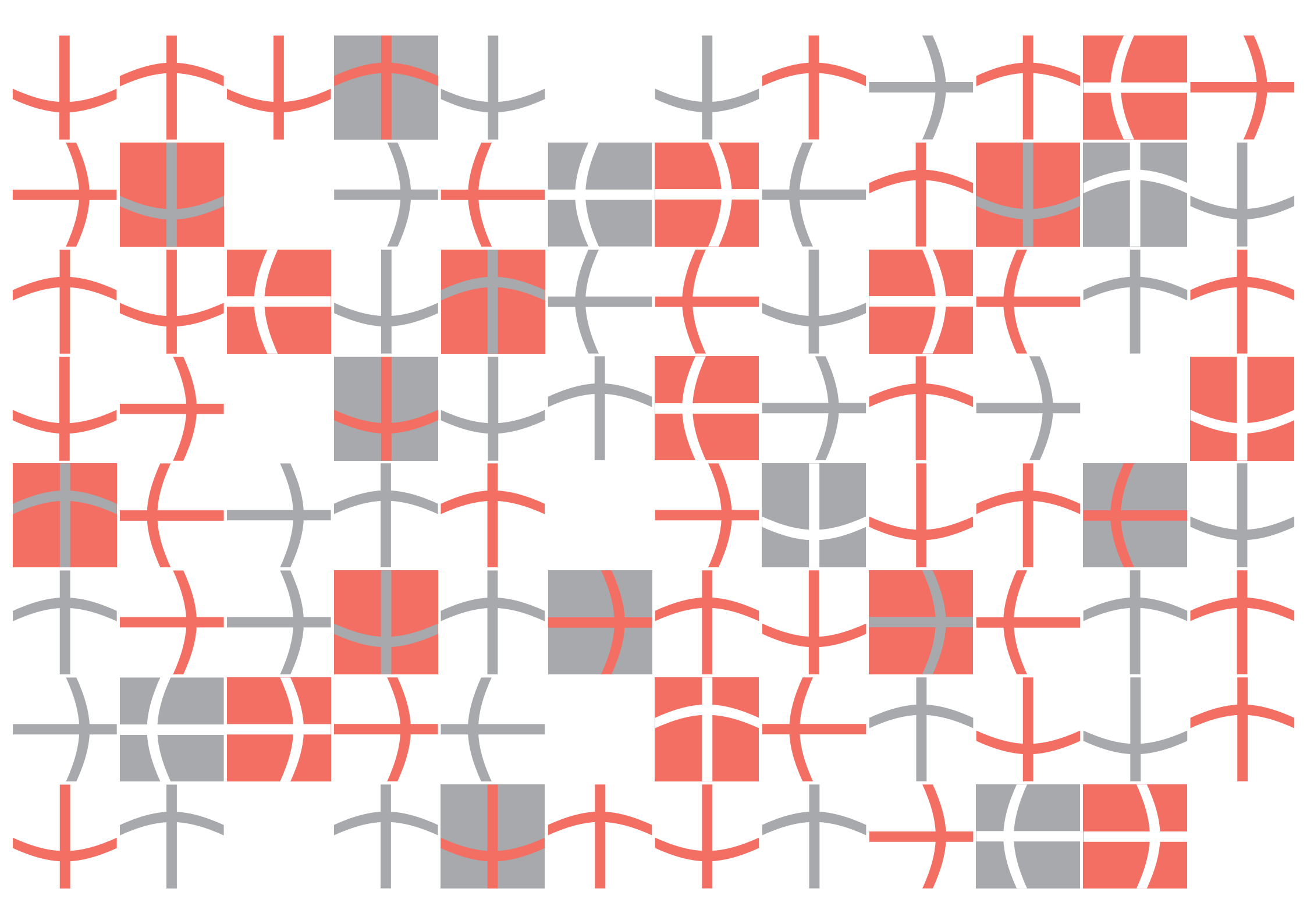
*Os produtos apresentados são os que mais ocorrem no dia a dia da prestação de serviços de design – novos produtos ou serviços podem ser incluídos em futuras atualizações. A ADEGRAF costuma rever a tabela a cada dois anos aproximadamente.*

*Estamos na 7ª edição, atualizada em janeiro de 2019.*

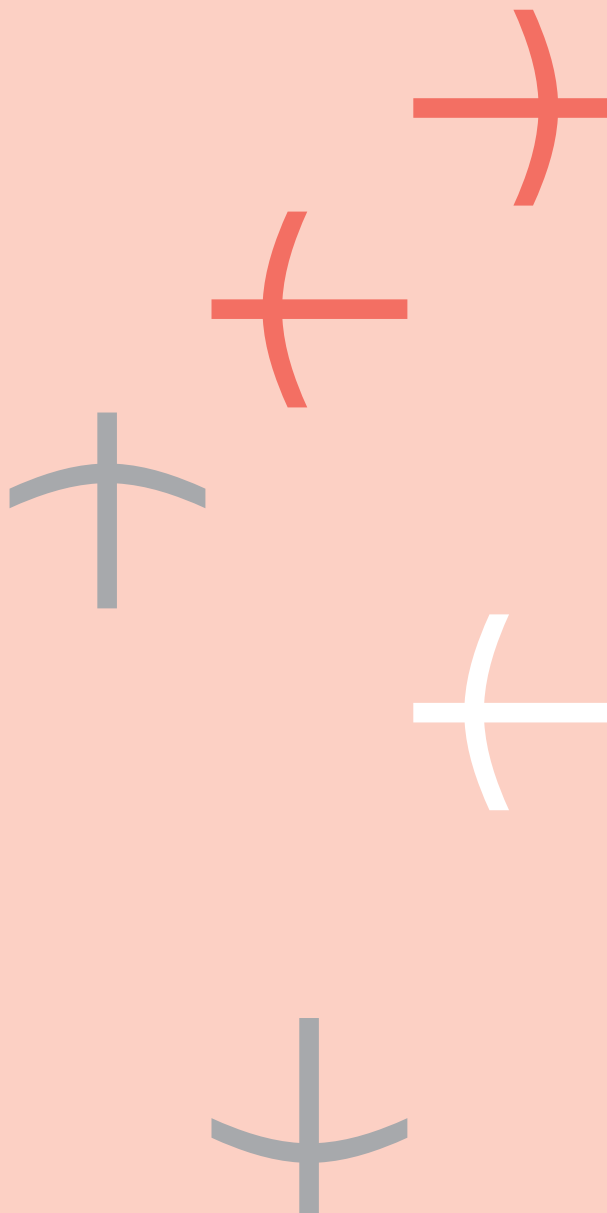
***Os valores sugeridos são apenas para referência e orientação, pois cada profissional ou empresa deve adequar os preços de seus serviços a seus custos fixos, impostos, experiência profissional, urgência, aquisição de imagens ou fontes, acompanhamento gráfico ou terceirização de serviços com fornecedores externos. Qualquer outro fator relevante deve ser considerado, já que interfere diretamente na formulação do orçamento final. A variação entre valores dos mesmos serviços ocorre por vários fatores, como: complexidade do serviço para cada empresa, mesmo sendo do mesmo ramo, porte do cliente, quantidade de peças produzidas, visibilidade da peça produzida, etc.***

*Sugere-se que estudantes ou profissionais com menor tempo de mercado concedam descontos, pois possuem menos experiência na produção de peças de design.*









## OBSERVAÇÕES IMPORTANTES

### ACOMPANHAMENTO GRÁFICO E RESPONSABILIDADE DO DESIGNER

O percentual de acompanhamento gráfico é de 15% sobre o valor dos serviços dos fornecedores. Esse acompanhamento serve para que o cliente tenha o suporte técnico especializado durante a produção em gráfica. É um trabalho do designer em parceria com o cliente e a gráfica ou o fornecedor que produzirá o material gráfico.

A responsabilidade técnica do designer ocorre **somente até a aprovação da prova digital fornecida pela gráfica** responsável pela impressão. Após essa fase, cabe à gráfica garantir a qualidade e a fidelidade do material com a prova apresentada. Esse é um serviço opcional, mas de grande importância.

### TAXA DE URGÊNCIA OU TAXAS EXTRAS

Ocorre quando os prazos para a criação/editoração/layout são menores do que os habituais ou quando o serviço demanda a prestação do serviço em horários que causem o pagamento de horas extras ou contratação extraordinária de profissionais para a realização do serviço.

### DESIGN DA PEÇA E DESIGN GRÁFICO DA PEÇA

Em alguns projetos, como os promocionais e os de embalagem, se faz necessário desmembrar o serviço em duas partes ou fases distintas. O cliente pode contratar o projeto da peça ou o projeto de identidade visual para ela. Em outros, também pode contratar os dois. O designer elabora o serviço de acordo com a necessidade do cliente. Exemplo 1: o cliente precisa de uma identidade visual para uma embalagem que já existe, mas não precisa do design da peça. Exemplo 2: o cliente precisa de um novo design de embalagem, mas já possui uma embalagem. Exemplo 3: o cliente necessita dos dois.

### CUSTO DE RETRABALHO OU REAVALIAÇÃO DE CUSTOS

Sugere-se a reavaliação dos valores nos seguintes casos:  
1) quando o serviço tenha mudança de complexidade após briefing aprovado;  
2) quando o material for modificado após a apresentação do layout ou diagramação – não é uma revisão, e sim a necessidade de refazer o trabalho já apresentado. Os valores devem ser renegociados entre o designer e o cliente.

### CLASSIFICAÇÃO DE EMPRESAS (DE ACORDO COM O SEBRAE)

Microempresa	Sociedade empresária, sociedade simples, empresa individual de responsabilidade limitada e o empresário, devidamente registrados nos órgãos competentes. Com receita bruta anual igual ou inferior a R\$ 360.000,00.
Empresa de pequeno porte	A empresa de pequeno porte não perderá o seu enquadramento se obtiver adicionais de receitas de exportação até seu limite de R\$ 4.800.000,00.
Mircroempreendedor individual	É a pessoa que trabalha por conta própria e se legaliza como pequeno empresário optante pelo Simples Nacional com receita igual ou inferior a R\$ 81.000,00.



**Branding** é um modelo de gestão que coloca a marca no centro das questões organizacionais. É um processo contínuo de construção de cultura e gerenciamento de todos os pontos de contato com todos os públicos, em sintonia com a essência e os principais valores da marca.

1 BRANDING / GESTÃO DE MARCAS		
DESCRIÇÃO	PRODUTO	VALOR MÉDIO (R\$)
1.1 ELABORAÇÃO DE DIAGNÓSTICOS E ESTRATÉGIAS	MICROEMPREENDEDOR INDIVIDUAL (MEI)	6.500
	MICROEMPRESA	12.300
	PEQUENA EMPRESA	28.500
	MÉDIA EMPRESA	48.200
	GRANDE EMPRESA	SOB CONSULTA
1.2 CRIAÇÃO DAS EXPRESSÕES FÍSICAS E COMPORTAMENTAIS DA MARCA - IDENTIDADES VISUAIS, VERBAIS E SENSORIAIS	MICROEMPREENDEDOR INDIVIDUAL (MEI)	5.100
	MICROEMPRESA	8.200
	PEQUENA EMPRESA	20.500
	MÉDIA EMPRESA	32.300
	GRANDE EMPRESA	SOB CONSULTA
1.3 ELABORAÇÃO DO BRANDBOOK - SÍNTESE DE TODO PROJETO E MANUAIS DE USO	MICROEMPREENDEDOR INDIVIDUAL (MEI)	3.200
	MICROEMPRESA	6.250
	PEQUENA EMPRESA	10.500
	MÉDIA EMPRESA	22.500
	GRANDE EMPRESA	SOB CONSULTA
1.4 CRIAÇÃO DE CAMPANHAS DE DISSEMINAÇÃO DA MARCA (SEM CUSTOS DE PRODUÇÃO)	MICROEMPREENDEDOR INDIVIDUAL (MEI)	5.100
	MICROEMPRESA	12.100
	PEQUENA EMPRESA	24.200
	MÉDIA EMPRESA	40.300
	GRANDE EMPRESA	SOB CONSULTA



**Naming** é uma das etapas do branding, responsável pelo processo de criação e desenvolvimento do nome de uma marca, produto ou serviço. É anterior ao projeto de identidade visual e tem por objetivo estabelecer um nome que contemple o posicionamento estratégico definido pelo branding da empresa, visando ao registro da marca no Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI) conforme as exigências da LPI (Lei de Propriedade Industrial) – Lei nº 9.279/1996, que regula direitos e obrigações relativos à propriedade industrial.

Estão incluídas nos valores as buscas online no site do INPI sobre a disponibilidade do nome. Porém, isso não garante o registro do nome pesquisado, já que o processo de registro é interno e acontece sem que todos os passos sejam atualizados diariamente na página do órgão.



**Atenção!**

Produto mínimo para MEI: marca e manual de identidade visual (PIV básico) + layout e artes finais de cartão de visitas, um modelo de brinde, um modelo de camiseta ou peça de complexidade similar.

Obs.: o produto mínimo é a menor quantidade de peças de entrega dos serviços.

## 2 NAMING / CRIAÇÃO DE NOME DA MARCA

DESCRIÇÃO	PRODUTOS	VALOR MÉDIO (R\$)
INSTITUCIONAL	2.1 MICROEMPREENDEDOR INDIVIDUAL (MEI)	3.800
	2.2 MICROEMPRESA	6.600
	2.3 PEQUENA EMPRESA	9.400
	2.4 MÉDIA EMPRESA	18.200
	2.5 GRANDE EMPRESA	SOB CONSULTA
DIVERSOS	2.6 PRODUTOS OU SERVIÇOS	12.400
	2.7 EVENTO	15.100
	2.8 SLOGAN/TAGLINE	10.300

Obs.: links úteis INPI ([Manual de Marcas do INPI](#)) • ([Legislação geral e pareceres](#)) • ([Classificação Internacional de Produtos e Serviços de Nice](#)).

## 3 PROJETO DE IDENTIDADE VISUAL (PIV)

DESCRIÇÃO	PRODUTOS	VALOR MÉDIO (R\$)
<b>PIV (BÁSICO)</b> <i>Produto mínimo: marca e manual de identidade visual com as versões em cores e monocromática,* assinatura vertical e/ou horizontal,* padrão cromático, família tipográfica, malha construtiva, redução máxima, área de não interferência e proibições de uso da marca, além das artes das peças gráficas a seguir:</i> a) papelaria básica: bloco de notas, cartão de visitas, envelope saco ou ofício, papel timbrado e pasta para documentos; b) aplicação de marca em modelo de brinde e camiseta (um de cada).* *Quando for o caso.	3.1 MICROEMPREENDEDOR INDIVIDUAL (MEI)	3.680
	3.2 MICROEMPRESA	7.360
	3.3 PEQUENA EMPRESA	10.550
	3.4 MÉDIA EMPRESA	18.300
	3.5 GRANDE EMPRESA	SOB CONSULTA
<b>PIV (INTERMEDIÁRIO)</b> <i>Produto mínimo: o mesmo do PIV Básico + a criação de até quatro a seis peças gráficas a combinar.</i>	3.6 MICROEMPRESA	8.590
	3.7 PEQUENA EMPRESA	12.320
	3.8 MÉDIA EMPRESA	21.340
	3.9 GRANDE EMPRESA	SOB CONSULTA

DESCRIÇÃO	PRODUTOS	VALOR MÉDIO (R\$)
<b>PIV (COMPLETO)</b> <i>Produto: a definir entre as partes.</i>	3.10 MICROEMPRESA	<b>SOB CONSULTA</b>
	3.11 PEQUENA EMPRESA	
	3.12 MÉDIA EMPRESA	
	3.13 GRANDE EMPRESA	
<b>REDESIGN DE MARCA</b>	3.14 PROJETO DE REDESIGN DE MARCA	<b>50% A MAIS DO VALOR DE PVI NOVO</b>
<b>PIV PARA EVENTOS (BÁSICO)</b> <i>Produto: criação de identidade visual + peças gráficas: cartaz, crachá, certificado, banner, fundo de palco e camiseta.</i>	3.15 EVENTO PERIÓDICO	<b>9.880</b>
	3.16 EVENTO ÚNICO	<b>13.840</b>
<b>PIV PARA EVENTOS (INTERMEDIÁRIO)</b> <i>Produto: layout e artes-finais do PIV básico para eventos + até quatro peças a combinar.</i>	3.17 EVENTO PERIÓDICO	<b>14.170</b>
	3.18 EVENTO ÚNICO	<b>19.840</b>
<b>PIV PARA EVENTOS (COMPLETO)</b> <i>Produto: a definir entre as partes.</i>	3.19 EVENTO PERIÓDICO	<b>SOB CONSULTA</b>
	3.20 EVENTO ÚNICO	<b>SOB CONSULTA</b>
<b>VETORIZAÇÃO DE MARCA</b>	3.21 VETORIZAÇÃO DE MARCA (JÁ EXISTENTE)	<b>1.223</b>

*Obs.: é perfeitamente possível a substituição de peças gráficas nos projetos de identidade visual, desde que possuam o mesmo nível de complexidade. Caso contrário, sugere-se a negociação de valores.*

## 4 CRIAÇÃO DE MARCAS PROMOCIONAIS

DESCRIÇÃO	PRODUTOS	VALOR MÉDIO (R\$)
<i>Produto: Desenho da marca nas versões em cores e monocromática (se couber).</i>  <i>Obs:</i> a) O formato do arquivo entregue deverá preferencialmente ser vetorial; b) O designer deve fornecer os arquivos da fonte utilizada quando for royalty free. Caso seja uma fonte comercial, o cliente deverá adquiri-la para uso; c) caso necessária a produção de manual de identidade visual, este será orçado separadamente; d) os valores contemplam somente a criação e as artes finais da marca, somente.	4.1 MARCA PARA CAMPANHA	<b>5.340</b>
	4.2 MARCA COMEMORATIVA	<b>4.060</b>
	4.3 MARCA PARA EMPREENDIMENTO IMOBILIÁRIO	<b>6.140</b>
	4.4 MARCA PARA EVENTO PERIÓDICO	<b>3.320</b>
	4.5 MARCA PARA EVENTO ÚNICO	<b>4.430</b>
	4.6 MARCA PARA PRODUTO	<b>7.580</b>

# DEGRAF

### Familia tipográfica

Conjunto de fontes com mesma característica estilística, todavia com variações de desenho. Ex: negrito, itálico, light, etc.

### Redesign

Reformulação de um projeto de design existente. Geralmente apresenta o mesmo conceito, mas pode ter desenho, cores ou demais elementos gráficos diferentes do atual. Pode ocorrer por motivo de modernização, adequação a novos objetivos ou até mesmo para simples correções.

## 5 MANUAL DE IDENTIDADE VISUAL DE MARCA EXISTENTE

DESCRIÇÃO	PRODUTOS	VALOR MÉDIO (R\$)
<i>Produto: manual de identidade visual com as versões de marca em cores e monocromática, malha construtiva (se couber), padrão cromático, família tipográfica padrão, redução máxima, área de não interferência e proibições de uso da marca.</i>	5.1 PADRONIZAÇÃO DA MARCA / VERSÕES DE MARCA (VETORIZAÇÃO OU ADAPTAÇÃO DE DESENHO EM GRID)*	<b>950 (POR ITEM)</b>
	5.2 LAYOUT E FINALIZAÇÃO	<b>100 (POR PÁGINA)</b>
	5.3 CRIAÇÃO DE MOCKUPS E ARQUIVOS FINAIS DE PEÇAS GRÁFICAS QUE CONSTARÃO NO MANUAL	<b>450 (POR ITEM)</b>

*Obs.: é muito comum o cliente não possuir os arquivos vetoriais da própria marca e suas versões em arquivos eletrônicos. Então, torna-se necessário o redesenho ou a vetorização de marca dentro de uma grid de construção. O objetivo é ajustar imperfeições estéticas ou funcionais que a marca possua.*

## 6 PAPELARIA INSTITUCIONAL

DESCRIÇÃO	PRODUTOS	VALOR MÉDIO (R\$)
DIVERSOS	6.1 ARTE FINAL DE PEÇA EXISTENTE	<b>A PARTIR DE 50% DO VALOR DE CRIAÇÃO</b>
PEÇAS DE PAPELARIA INSTITUCIONAL  <i>Os valores desta seção são referentes ao design de peças individuais (layout + arte-final). Geralmente são aplicados descontos no valor total do conjunto de peças gráficas no caso de aplicação na mesma identidade visual.</i>	6.2 BLOCO DE ANOTAÇÕES	<b>280</b>
	6.3 CARTÃO DE AGRADECIMENTO / ANIVERSÁRIO	<b>720</b>
	6.4 CARTÃO DE VISITA	<b>520</b>
	6.5 CRACHÁ (LAYOUT)	<b>280</b>
	6.6 CRACHÁ (IMPLEMENTAÇÃO DE DADOS VARIÁVEIS – POR UNIDADE)	<b>150</b>
	6.7 ENVELOPE SACO OU OFÍCIO (COM FACA DE CORTE)	<b>1.010</b>
	6.8 ETIQUETA	<b>270</b>
	6.9 FORMULÁRIO SIMPLES (LAYOUT – POR PÁGINA)	<b>150</b>
	6.10 FORMULÁRIO COMPLEXO (LAYOUT – POR PÁGINA)	<b>750</b>
	6.11 PAPEL TIMBRADO	<b>720</b>
	6.12 PASTA (SIMPLES)	<b>370</b>
6.13 PASTA (COM FACA DE CORTE)	<b>1.350</b>	

## 7 PROJETOS DE DESIGN PARA PONTO DE VENDA (PDV)

DESCRIÇÃO	PRODUTOS	VALOR MÉDIO (R\$)
<p><i>PDV BÁSICO</i></p> <p><i>Produto: guia visual de loja contendo orientações sobre as melhores práticas para a exposição de produtos, desenho interno da loja* (disposição de mobiliários, fluxo de clientes, indicação de uso de cores padrão, uso de marca no ambiente, etc.).</i></p> <p><i>Desenvolvimento de até cinco peças gráficas de PDV a combinar.</i></p> <p><i>Obs.: não contempla o projeto de decoração ou obras para o ambiente.</i></p>	7.1 MICROEMPRESA	<b>6.500</b>
	7.2 PEQUENA EMPRESA	<b>10.500</b>
	7.3 MÉDIA EMPRESA	<b>16.500</b>
	7.4 GRANDE EMPRESA	<b>SOB CONSULTA</b>
<p><i>PDV INTERMEDIÁRIO</i></p> <p><i>Produto: mesmo do PDV básico + desenvolvimento de seis a nove peças gráficas de PDV, a combinar.</i></p>	7.5 MICROEMPRESA	<b>10.000</b>
	7.6 PEQUENA EMPRESA	<b>15.000</b>
	7.7 MÉDIA EMPRESA	<b>20.000</b>
	7.8 GRANDE EMPRESA	<b>SOB CONSULTA</b>
<p><i>PDV COMPLETO</i></p> <p><i>Produto: sob consulta.</i></p>	7.9 MICROEMPRESA	<b>SOB CONSULTA</b>
	7.10 PEQUENA EMPRESA	
	7.11 MÉDIA EMPRESA	
	7.12 GRANDE EMPRESA	



**Atenção!**

O design da peça é o desenho técnico, o desenho gráfico ou a faca de corte.

Considera-se a aplicação da identidade visual na peça.

## 8 DESIGN DE PEÇAS PROMOCIONAIS / DIVULGAÇÃO

DESCRIÇÃO	PRODUTOS	VALOR MÉDIO (R\$)	
		IDENTIDADE VISUAL	DESIGN DA PEÇA
DESIGN DE PEÇAS PARA PDV / PROMOCIONAL	8.1 ADESIVO (CHÃO OU TETO)	1.000	-
	8.2 ADESIVO (PARA VITRINE)	1.500	-
	8.3 ADESIVO SIMPLES	300	-
	8.4 AGENDA PERSONALIZADA (PROJETO GRÁFICO)	2.000	-
	8.5 AGENDA PERSONALIZADA (EDITORIAÇÃO – POR PÁGINA)	40	-
	8.6 BALCÃO DE DEGUSTAÇÃO	2.500	3.050
	8.7 BANDEIRA OU FLÂMULA	830	-
	8.8 BARALHO (CAIXA E CARTAS)	2.500	3.050
	8.9 BOTTON / PIN	550	-
	8.10 CALENDÁRIO DE BOLSO	850	800
	8.11 CALENDÁRIO DE MESA (PROJETO GRÁFICO)	2.350	-
	8.12 CALENDÁRIO DE MESA (EDITORIAÇÃO – POR LÂMINA)	325	-
	8.13 CALENDÁRIO DE PAREDE (PROJETO GRÁFICO)	2.350	-
	8.14 CALENDÁRIO DE PAREDE (EDITORIAÇÃO – POR LÂMINA)	320	-
	8.15 CAPA DE ANTENA (RFID PARA ALARME DE LOJA)	2.000	-
	8.16 CARDÁPIO (EDITORIAÇÃO – POR LÂMINA)	450	-
	8.17 CARDÁPIO (PROJETO GRÁFICO)	2.350	-
	8.18 CARTÃO POSTAL	925	-
	8.19 CARTAZ	2.300	-

DESCRIÇÃO	PRODUTOS	VALOR MÉDIO (R\$)	
		IDENTIDADE VISUAL	DESIGN DA PEÇA
DESIGN DE PEÇAS PARA PDV / PROMOCIONAL (continuação)	8.20 CERTIFICADO (DIAGRAMAÇÃO COM DADOS VARIÁVEIS – POR UNIDADE)	150	-
	8.21 CERTIFICADO (LAYOUT)	750	-
	8.22 CONVITE (COM RECURSOS ESPECIAIS)	1500	1050
	8.23 CONVITE (SIMPLES)	750	-
	8.24 CONVITE PARA CASAMENTO	1.500	1.200
	8.25 COOLER PROMOCIONAL	1.500	-
	8.26 CUBO	1.500	1.200
	8.27 DANGLER OU WOBBLER	1.500	1.200
	8.28 DISPLAY (BALCÃO OU MESA)	2.000	2.250
	8.29 DISPLAY (COMPUTADOR OU TABLET)	2.000	2.250
	8.30 DISPLAY (EXPOSITOR)	2.000	2.250
	8.31 DISPLAY (MONITORES DE COMPUTADOR)	2.000	2.250
	8.32 DISPLAY (PONTA DE GÔNDOLA)	2.000	2.250
	8.33 DISPLAY (VITRINE)	2.750	3000
	8.34 ETIQUETA (LAYOUT)	200	-
	8.35 ETIQUETA (ARTE FINAL COM DADOS VARIÁVEIS – POR UNIDADE)	150	-
	8.36 FACHADA DE LOJA	8.750	-
	8.37 FAIXA DE GÔNDOLA	2.000	2.100
8.38 FAIXA DE RUA	600	-	





DESCRIÇÃO	PRODUTOS	VALOR MÉDIO (R\$)	
		IDENTIDADE VISUAL	DESIGN DA PEÇA
<i>DESIGN DE PEÇAS PARA PDV / PROMOCIONAL (continuação)</i>	8.39 FOLDER (PROJETO GRÁFICO E DIAGRAMAÇÃO)	<b>1.750</b>	<b>1.300</b>
	8.40 FOLHETO OU LÂMINA	<b>1.075</b>	-
	8.41 INGRESSO	<b>1.075</b>	<b>1.075</b>
	8.42 JOGO AMERICANO	<b>1.075</b>	-
	8.43 MALA DIRETA	<b>1.075</b>	-
	8.44 MARCADOR DE PÁGINA	<b>1.075</b>	<b>950</b>
	8.45 MEDALHA	<b>1.075</b>	<b>750</b>
	8.46 MÓBILE	<b>1.750</b>	<b>1.300</b>
	8.47 ORGANIZADOR DE GÔNDOLA	<b>2.500</b>	<b>1.750</b>
	8.48 QUIOSQUE	<b>8.750</b>	<b>9.750</b>
	8.49 RÉGUA DE GÔNDOLA	<b>925</b>	<b>900</b>
	8.50 RISQUE E RABISQUE	<b>1.250</b>	<b>900</b>
	8.51 PORTA COPOS ("BOLACHA")	<b>500</b>	-
	8.52 STOPPER	<b>1.750</b>	<b>1.350</b>
	8.53 TAKE ONE	<b>1.750</b>	<b>1.350</b>
	8.54 TIRA STRIP	<b>1.750</b>	<b>1.350</b>
	8.55 TOTEM PROMOCIONAL / TRIEDRO	<b>2.000</b>	<b>1.550</b>
8.56 TROFÉU	<b>1.650</b>	<b>1.750</b>	
8.57 SELO COMEMORATIVO	<b>1.200</b>		
<i>APLICAÇÃO DE MARCA EM PEÇAS JÁ EXISTENTES (EX.: BRINDES / MATERIAIS PROMOCIONAIS DIVERSOS)</i>	8.58 BLIMP, BOLSA / MOCHILA, BONÉ / CHAPÉU, CANECA / COPO, CANETA, CANIVETE, CHAVEIRO, CINZEIRO, GUARDANAPO, GUARDA-SOL, LÁPIS, LEQUE, MOUSE PAD, PEN DRIVE, RÉGUA, RELÓGIO DE PAREDE, SQUEESE E VISEIRA (VALOR POR PEÇA)	<b>350</b>	



**Atenção!**

O design da peça é o desenho técnico, o desenho gráfico ou a faca de corte.

Considera-se a aplicação da identidade visual na peça.

## 9 SINALIZAÇÃO

DESCRIÇÃO	PRODUTOS	VALOR MÉDIO (R\$)
<p>O projeto de sinalização percorre as seguintes etapas de trabalho:</p> <p>a) mapeamento: estudo e levantamento de dados do ambiente, fluxo / comportamento das pessoas, necessidades e expectativas da empresa;</p> <p>b) criação de identidade visual: definições estéticas, definição de cores, tipografia, necessidades funcionais e formais das peças gráficas;</p> <p>c) design de peças: elaboração do desenho técnico das peças físicas, escolha de materiais, acabamentos e definição das medidas reais dos objetos;</p> <p>d) supervisão de produção: apoio técnico da produção e instalação das peças no local pelo fornecedor especializado. É uma etapa na qual são examinados possíveis ajustes no projeto.</p>	9.1 MAPEAMENTO (BAIXA COMPLEXIDADE)	3.000
	9.2 MAPEAMENTO (MÉDIA COMPLEXIDADE)	7.500
	9.3 MAPEAMENTO (ALTA COMPLEXIDADE)	SOB CONSULTA
	9.4 IDENTIDADE VISUAL (BAIXA COMPLEXIDADE)	3.000
	9.5 IDENTIDADE VISUAL (MÉDIA COMPLEXIDADE)	7.500
	9.6 IDENTIDADE VISUAL (ALTA COMPLEXIDADE)	SOB CONSULTA
	9.7 DESIGN DA PEÇA (BAIXA COMPLEXIDADE) – POR UNIDADE	400
	9.8 IDENTIDADE VISUAL (MÉDIA COMPLEXIDADE) – POR UNIDADE	800
	9.9 IDENTIDADE VISUAL (ALTA COMPLEXIDADE) POR UNIDADE	SOB CONSULTA
	9.10 SUPERVISÃO DE PRODUÇÃO	3.000
DIVERSOS	9.11 PLACA DE OBRA	1.200
	9.12 PLACA INDICATIVA (POR UNIDADE)	700
	9.13 PLACA DE SETOR (POR UNIDADE)	700
	9.14 PICTOGRAMA (POR UNIDADE)	600
	9.15 TOTEM (INFORMATIVO OU DIRECIONAL – POR UNIDADE)	2.000
VEÍCULOS (ENVELOPAMENTO) LAYOUT + ARTE-FINAL  Não inclui a produção.	9.16 CARRO DE PASSEIO	2.500
	9.17 CAMINHÃO / VAGÃO (METRÔ OU TREM)	3.500
	9.18 ÔNIBUS	3.000
	9.19 MOTOCICLETA	1.000
	9.20 VEÍCULO UTILITÁRIO	2.500

## 10 MÍDIA INTERNA E EXTERNA

DESCRIÇÃO	PRODUTOS	VALOR MÉDIO (R\$)
<p>LAYOUT + ARTE-FINAL</p> <p>Valores referentes somente à identidade visual.</p>	10.1 ADESIVO PARA ELEVADOR (PORTA E PARTE INTERNA)	<b>3.350</b>
	10.2 ADESIVO PARA FLOOR DOOR	<b>1.650</b>
	10.3 ADESIVO PARA JANELA (ENVELOPAMENTO)	<b>1.650</b>
	10.4 ADESIVO PARA PORTA (ENVELOPAMENTO)	<b>1.650</b>
	10.5 ADESIVO PARA MESA (ENVELOPAMENTO)	<b>1.650</b>
	10.6 BACKDROP	<b>1.850</b>
	10.7 BACKBUS	<b>2.230</b>
	10.8 BANNER	<b>2.700</b>
	10.9 BANNER FUNDO DE PALCO	<b>4.100</b>
	10.10 BLIMP	<b>1.150</b>
	10.11 BUSDOOR	<b>3.650</b>
	10.12 EMPENA P/ EDIFÍCIO	<b>6.700</b>
	10.13 FAIXA DE RUA	<b>4.400</b>
	10.14 LETREIRO / TESTEIRA	<b>3.650</b>
	10.15 LIXEIRA	<b>2.700</b>
	10.16 LUMINOSO (TETO DE TÁXI)	<b>3.450</b>
	10.17 OUTDOOR	<b>4.750</b>
	10.18 PAINEL BACK-LIGHT E FRONT-LIGHT	<b>4.750</b>
	10.19 PONTO DE ÔNIBUS	<b>3.700</b>
	10.20 PONTO DE TÁXI	<b>3.700</b>
	10.21 PÚLPITO	<b>1.200</b>
	10.22 SIDEBUS	<b>2.600</b>



**Atenção!**

Os valores não contemplam a produção, a tradução ou a revisão de textos do projeto.

Sugere-se que os valores para diagramação possam ter descontos progressivos à medida que a quantidade de páginas aumente consideravelmente.

## 11 EDITORIAL (PUBLICAÇÕES DIVERSAS)

DESCRIÇÃO	PRODUTOS	VALOR MÉDIO (R\$)
CRIAÇÃO DE CAPA (layout e finalização)	11.1 CAPA P/ PUBLICAÇÃO ÚNICA	<b>1.100</b>
	11.2 CAPA PARA COLEÇÃO	<b>1.800</b>
CRIAÇÃO DE PROJETO GRÁFICO E DIAGRAMAÇÃO (layout e montagem de arquivo template em Adobe Indesign ou similar)	11.3 LIVRO DE ARTE (PROJETO GRÁFICO)	<b>6.350</b>
	11.4 LIVRO DE ARTE (DIAGRAMAÇÃO) – POR PÁGINA	<b>100</b>
	11.5 LIVRO SOMENTE COM TEXTOS (PROJETO GRÁFICO)	<b>1.250</b>
	11.6 LIVRO SOMENTE COM TEXTOS (DIAGRAMAÇÃO) – POR PÁGINA	<b>25</b>
	11.7 LIVRO COM ELEMENTOS GRÁFICOS* (PROJETO GRÁFICO)	<b>4.450</b>
	11.8 LIVRO COM ELEMENTOS GRÁFICOS* (DIAGRAMAÇÃO) – POR PÁGINA	<b>55</b>
	11.9 CARTILHA, GUIA OU LIVRETO (PROJETO GRÁFICO)	<b>3.250</b>
	11.10 CARTILHA, GUIA OU LIVRETO (DIAGRAMAÇÃO) – POR PÁGINA	<b>110</b>
	11.11 CATÁLOGO (PROJETO GRÁFICO)	<b>3.850</b>
	11.12 CATÁLOGO (DIAGRAMAÇÃO) – POR PÁGINA	<b>110</b>
	11.13 JORNAL (PROJETO GRÁFICO)	<b>4.300</b>
	11.14 JORNAL (DIAGRAMAÇÃO) – POR PÁGINA	<b>350</b>
	11.15 JORNAL INFORMATIVO** (PROJETO GRÁFICO)	<b>3.300</b>
	11.16 JORNAL INFORMATIVO** (DIAGRAMAÇÃO) – POR PÁGINA	<b>450</b>
	11.17 NEWSLETTER IMPRESSO (PROJETO GRÁFICO)	<b>1.800</b>
	11.18 NEWSLETTER IMPRESSO (DIAGRAMAÇÃO) – POR PÁGINA	<b>900</b>
	11.19 PERFIL INSTITUCIONAL (PROJETO GRÁFICO)	<b>4.600</b>
	11.20 PERFIL INSTITUCIONAL (DIAGRAMAÇÃO) – POR PÁGINA	<b>150</b>

DESCRIÇÃO	PRODUTOS	VALOR MÉDIO (R\$)
CRIAÇÃO DE PROJETO GRÁFICO E DIAGRAMAÇÃO (layout e montagem de arquivo template em Adobe Indesign ou similar)	11.21 RELATÓRIO ANUAL (PROJETO GRÁFICO)	<b>8.800</b>
	11.22 RELATÓRIO ANUAL (DIAGRAMAÇÃO) – POR PÁGINA	<b>190</b>
CRIAÇÃO DE PROJETO GRÁFICO E DIAGRAMAÇÃO (layout e montagem de arquivo template em Adobe Indesign ou similar)	11.23 REVISTA SOMENTE COM TEXTOS (PROJETO GRÁFICO)	<b>3.850</b>
	11.24 REVISTA SOMENTE COM TEXTOS (DIAGRAMAÇÃO) – POR PÁGINA	<b>80</b>
	11.25 REVISTA COM ELEMENTOS GRÁFICOS* (PROJETO GRÁFICO)	<b>6.350</b>
	11.26 REVISTA COM ELEMENTOS GRÁFICOS* (DIAGRAMAÇÃO) – POR PÁGINA	<b>190</b>
	11.27 PORTFÓLIO (PROJETO GRÁFICO)	<b>3.850</b>
	11.28 PORTFÓLIO (DIAGRAMAÇÃO) – POR PÁGINA	<b>190</b>
FECHAMENTO DE ARQUIVOS DE PUBLICAÇÃO EXISTENTE	11.29 FECHAMENTO DE ARQUIVOS	<b>SOB CONSULTA</b>

Obs.: valores não contemplam a produção e a revisão de textos.  
\*Com textos, figuras, tabelas, gráficos e imagens. \*\* Jornal com até 16 páginas.

## 12 EDITORIAL (CD/DVD)

DESCRIÇÃO	PRODUTOS	VALOR MÉDIO (R\$)
Projetos para design para CD e DVD com formatos diferenciados e/ou acabamentos especiais.	12.1 PROJETO GRÁFICO (PROJETOS PERSONALIZADOS)	<b>4.590</b>
	12.2 DIAGRAMAÇÃO E ARTES-FINAIS	<b>3.750</b>
Projetos de design para CD e DVD com formato padrão de mercado.	12.3 CAPA	<b>1.480</b>
	12.4 CONTRACAPA	<b>760</b>
	12.5 ENCARTE (PROJETO GRÁFICO E DIAGRAMAÇÃO)	<b>4.720</b>
	12.6 LABEL	<b>780</b>
DIVERSOS	12.7 IMPRESSÃO DO LABEL NO CD/DVD OU ETIQUETA	<b>SOB CONSULTA</b>
	12.8 DUPLICAÇÃO DE CD/DVD	<b>SOB CONSULTA</b>

## 13 EDITORIAL (DIVERSOS)

DESCRIÇÃO	PRODUTOS	VALOR MÉDIO (R\$)
<b>LAYOUT DE ELEMENTOS GRÁFICOS</b>  <i>Uma publicação pode conter elementos gráficos como: tabelas, gráficos, ilustrações, organogramas/ fluxogramas, etc.</i>  <i>Caso o serviço não esteja englobado na diagramação da publicação, sugere-se a cobrança dos valores por unidade, conforme ao lado.</i>	13.1 ORGANOGRAMA / FLUXOGRAMA – POR UNIDADE	<b>950</b>
	13.2 DIAGRAMAÇÃO PARA OUTROS IDIOMAS	<b>DE 50% A 70% DO VALOR DA DIAGRAMAÇÃO ORIGINAL</b>
	13.3 GRÁFICOS SIMPLES – POR UNIDADE	<b>600</b>
	13.4 GRÁFICOS COMPLEXOS – POR UNIDADE	<b>950</b>
	13.5 TABELAS SIMPLES – POR UNIDADE	<b>250</b>
	13.6 TABELAS COMPLEXAS – POR UNIDADE	<b>550</b>
<b>EMENDAS DE TEXTO</b>  <i>Emendas de texto são as correções pontuais em textos que necessitam ser trocados ou corrigidos. O valor da diagramação contempla até a segunda revisão. A partir da terceira versão, recomenda-se a cobrança dos serviços.</i>	13.7 EMENDAS DE TEXTO – ATÉ A SEGUNDA REVISÃO	<b>INCLUÍDA NA DIAGRAMAÇÃO</b>
	13.8 EMENDAS DE TEXTO – A PARTIR DA TERCEIRA REVISÃO	<b>ACRÉSCIMO DE PELO MENOS 30% DO VALOR TOTAL DE EDITORAÇÃO</b>
	13.9 SOMENTE EMENDAS DE TEXTO E GERAÇÃO DE PDF – POR HORA	<b>120</b>
<b>RECONSTRUÇÃO DE ARQUIVOS ELETRÔNICOS</b>  <i>Caso o cliente necessite imprimir uma nova edição ou efetuar correções em uma publicação, o designer precisa dos arquivos editáveis (ou abertos) para a realização dos serviços.</i>	13.10 PUBLICAÇÕES SOMENTE COM ESTILOS DE TEXTO	<b>700</b>
	13.11 PUBLICAÇÕES COM ESTILOS DE TEXTO, GRÁFICOS, FIGURAS E OUTROS ELEMENTOS GRÁFICOS	<b>1.200</b>
	13.12 REVISTAS, JORNAIS E JORNAIS INFORMATIVOS	<b>2.700</b>
<b>DIVERSOS</b>	13.13 ADAPTAÇÃO DE PROJETO GRÁFICO*	<b>ATÉ 60% DO VALOR DO PROJETO GRÁFICO</b>
	13.14 LAYOUT DE CINTA PARA LIVROS	<b>450</b>
	13.15 SCANNER DE IMAGEM – ALTA RESOLUÇÃO – POR UNIDADE	<b>250</b>
	13.16 RETOQUE / TRATAMENTO DE IMAGEM – POR HORA	<b>350</b>
	13.17 "REFAÇÃO" OU REDIAGRAMAÇÃO DE CONTEÚDO POR MOTIVO REENVIO DE MATERIAL	<b>ACRÉSCIMO DE ATÉ 50% DO VALOR DE EDITORAÇÃO</b>
<i>Obs.: quando o cliente fornece os arquivos, o designer deve cobrar apenas pelas correções ou ajustes solicitados naquele momento. Porém, é muito comum que o cliente não tenha os arquivos eletrônicos para disponibilizar ao designer. Neste caso, sugere-se que o designer cobre os valores referentes à reconstrução dos arquivos eletrônicos (em Adobe Indesign, Illustrator, Coreldraw, etc.) Que fizerem necessários para a execução dos serviços. * O valor cobrado depende do grau de adaptação do projeto.</i>		



*Obs.: sugere-se para os produtos editoriais somente a entrega das artes-finais em Adobe Acrobat (PDF) nos padrões para impressão em gráfica. Caso o cliente solicite os arquivos abertos com o projeto gráfico e o produto diagramado, aconselhamos uma negociação adicional para a entrega dos arquivos, sem esquecer que as fontes comerciais devem ser adquiridas também pelo cliente.*



**Atenção!**  
*Item 12.10 – considera-se que já existe um idioma diagramado pelo mesmo designer e ele aproveitará parte do idioma existente.*



**Atenção!**  
*A reconstrução de arquivos é a estruturação de arquivo eletrônico para editoração em software gráfico (ex.: Adobe Indesign ou Quarkxpress). O objetivo é implementar o projeto gráfico existente, mas que não está contido em arquivo eletrônico. O cliente deverá fornecer as informações precisas, como: estilos de texto, mancha gráfica, padrão de cores, etc.*

*Tabelas ou gráficos que não possuem arquivos abertos (Excel ou Word) são considerados complexos.*

## 14 VESTUÁRIO

DESCRIÇÃO	PRODUTOS	VALOR MÉDIO (R\$)
DESENVOLVIMENTO DE LINHA DE UNIFORMES (LAYOUT + ARTE-FINAL)  Geralmente limita-se ao modelo de uniforme com até três postos de trabalho. Não contempla a confecção.	14.1 MICROEMPRESA	2.500
	14.2 PEQUENA EMPRESA	3.500
	14.3 MÉDIA EMPRESA	5.500
	14.4 GRANDE EMPRESA	SOB CONSULTA
	14.5 APLICAÇÃO DE MARCA EM MODELO DE VESTUÁRIO EXISTENTE (LAYOUT E ARTE-FINAL – POR PEÇA)	650
	14.6 COLETE / JALECO	2.500
DIVERSOS	14.7 ESTAMPA PARA CAMISETA	1.150
	14.8 ESTAMPA PADRONAGEM PARA TECIDOS	4.350

## 15 EMBALAGEM

DESCRIÇÃO	PRODUTOS	IDENTIDADE VISUAL	DESIGN DA PEÇA
DIVERSOS	15.1 BLISTER (EX.: EMBALAGEM PARA PILHAS)	1.500	1.000
	15.2 CAIXA CARTUCHO (EX.: CAIXA DE SABÃO EM PÓ)	2.100	2.500
	15.3 CAIXA FLIP TOP (TAMPA PRESA À EMBALAGEM)	2.100	2.500
	15.4 CAIXA MASTER (EX.: CAIXA PARA BARRAS DE CEREAL)	2.100	2.500
	15.5 CAIXA SIMPLES (EX.: CAIXA DE CAMISA)	2.100	2.500
	15.6 CARTELA (EX.: EMBALAGEM DE MEIA)	1.500	1.000
	15.7 EMBALAGEM FLOW PACK (EX.: SACO DE FEIJÃO)	1.500	2.500
	15.8 ESTOJO (EX.: CAIXA PARA LÁPIS DE COR)	2.100	1.100

DESCRIÇÃO	PRODUTOS	IDENTIDADE VISUAL	DESIGN DA PEÇA
DIVERSOS (continuação)	15.9 KIT EDITORIAL (EX.: EMBALAGEM PARA COLEÇÃO DE LIVROS)	5.500	4.500
	15.10 LINHA DE EMBALAGENS – POR PRODUTO	8.500	7.500
	15.11 RÓTULO/MANGA OU SLEEVE (EX.: GARRAFA PET, SHAMPOO, FRASCOS DIVERSOS)	1.900	-
	15.12 SACHÊ (EX.: SOPA EM PÓ)	2.500	1.000
	15.13 SACOLA	2.500	2.000
<b>16 SERVIÇOS DIGITAIS • MÍDIAS INTERATIVAS</b>			
DESCRIÇÃO	PRODUTOS	VALOR MÉDIO (R\$)	
<b>APP</b> <i>Aplicativo para dispositivos móveis. Trata-se do design gráfico para softwares com funcionalidades e complexidades específicas.</i>	16.1 PROJETO GRÁFICO	SOB CONSULTA	
	16.2 DIAGRAMAÇÃO	SOB CONSULTA	
<b>E-BOOK</b> <i>Trata-se de livros e revistas para smartphones e tablets, montados em softwares de edição eletrônica, tendo como resultado aplicativos (APP) a serem distribuídos pelas tradicionais lojas de aplicativos on-line.</i>	16.3 PROJETO GRÁFICO	4.500	
	16.4 DIAGRAMAÇÃO – POR PÁGINA	250	
<b>E-PUB</b> <i>Tipo de e-book com layout fluido para texto corrido – apropriado para e-readers, smartphones e tablets – preferencialmente para obras com poucas imagens além da capa.</i>	16.5 SOMENTE TEXTO (UMA LAUDA CORRESPONDE A 1.400 CARACTERES DE TEXTO)	A PARTIR DE 20 (POR LAUDA)	
	16.6 ÁUDIO E VÍDEO (SOMENTE A INSERÇÃO DO ARQUIVO DE ÁUDIO E/OU VÍDEO NO TRABALHO – POR UNIDADE)	100	
<b>E-PUB DE LAYOUT FIXO</b> <i>É uma variação do formato ePUB dedicado para leitura no aplicativo iBooks, da Apple.</i>	16.7 PROJETO GRÁFICO	4.500	
	16.8 DIAGRAMAÇÃO – POR PÁGINA	150	
	16.9 ÁUDIO E VÍDEO (SOMENTE A INSERÇÃO DO ARQUIVO DE ÁUDIO E/OU VÍDEO NO TRABALHO – POR UNIDADE)	100	
DIVERSOS	16.10 IMAGENS, TABELAS E GRÁFICOS	VER ITEM 13 (EDITORIAL / DIVERSOS)	
	16.11 CONVERSÃO DE ARQUIVO INDESIGN PARA PUBLICAÇÃO DIGITAL (E-BOOK / E-PUB)	A PARTIR DE 50% DO VALOR DA DIAGRAMAÇÃO – POR PÁGINA	

# DEGRAF



Item 11.13 – Ocorre quando o cliente reenvia um novo conteúdo do trabalho já diagramado.

Sugere-se que o designer oriente o cliente e insira uma observação sobre esta possibilidade na proposta financeira.



## 17 SERVIÇOS DIGITAIS • REDES SOCIAIS

<p><b>DIAGNÓSTICO</b> O diagnóstico é a fase de levantamento de informações sobre o cliente, os concorrentes, seu mercado de atuação e os atributos da marca nas redes sociais. Também se conhece melhor o público-alvo e seus interesses.</p>	<p>17.1 DIAGNÓSTICO</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Levantamento de dados sobre o cliente, os concorrentes e área de atuação nas redes sociais</li> <li>• Levantamento do posicionamento atual da empresa nas redes sociais</li> <li>• Delimitação de stakeholders</li> </ul>	<p><b>16.500</b></p>
<p><b>PLANEJAMENTO</b> O planejamento é a fase da definição da melhor estratégia de gestão da marca nas redes sociais. Escolha das plataformas e dos canais, divisão dos recursos e das metodologias, definição das métricas de acompanhamento e ferramentas de desempenho. Sugere-se a criação de guia de conteúdo, com a identidade visual para os meios digitais.</p>	<p>17.2 PLANEJAMENTO</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Planejamento da empresa nas redes sociais</li> <li>• Escolha das plataformas e dos canais de comunicação na web</li> <li>• Definição da periodicidade e da frequência das publicações</li> <li>• Definição das métricas de acompanhamento e das ferramentas de desempenho</li> </ul>	<p><b>17.500</b></p>
<p><b>GESTÃO</b> O planejamento é a parte inicial de qualquer serviço de design. Nesta fase conhecemos melhor o cliente e suas necessidades. Após um diagnóstico podemos indicar a melhor estratégia para investir nas redes sociais</p>	<p>17.3 CRIAÇÃO E GESTÃO DE CONTEÚDO</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Criação e publicação de conteúdos conforme a fase de planejamento</li> <li>• planejamento recorrente dos temas abordados no mês</li> <li>• gerenciamento de fluxo de aprovação de conteúdo pelo cliente</li> <li>• volumetria de redes sociais*</li> </ul>	<p><b>15.000 (POR MÊS)</b></p>
	<p>17.4 GESTÃO DE MONITORAMENTO</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Análise das menções da marca e repercussão das ações</li> <li>• Monitoramento das atividades e das interações pelos usuários</li> <li>• Monitoramento dos resultados das ações</li> <li>• Indicações de desempenho</li> <li>• Elaboração de relatório mensal</li> </ul>	<p><b>9.500 (POR MÊS)</b></p>
<p>Obs.: Sugere-se as seguintes quantidades mínimas: publicação em pelo menos três redes sociais (pelo menos três publicações no Facebook por semana • Instagram, pelo menos dois posts por semana e ao menos 1 post no Twitter por semana). Porém, na fase do planejamento serão mais bem definidas as datas e as quantidades mais adequadas para o caso concreto.</p>			

## 18 SERVIÇOS DIGITAIS • PEÇAS AVULSAS PARA WEB/REDES SOCIAIS

	PRODUTOS	VALOR MÉDIO (R\$)
POSTS (REDES SOCIAIS)	18.1 ANÚNCIO PARA REDES SOCIAIS (LAYOUT ESTÁTICO) – POR PEÇA	2.500
	18.2 ANÚNCIO PARA REDES SOCIAIS (LAYOUT COM ANIMAÇÃO) – POR PEÇA	4.250
	18.3 POST CARROSSEL (LAYOUT + CONTEÚDO)	4.950
	18.4 CAPA PARA REDES SOCIAIS	2.550
ANÚNCIO PARA SMARTPHONES / TABLETS (WEB)	18.5 ANÚNCIO PARA SMARTPHONES/TABLETS (LAYOUT ESTÁTICO)	3.500
	18.6 ANÚNCIO PARA SMARTPHONES/TABLETS (LAYOUT RESPONSIVO, COM ANIMAÇÃO)	7.500
DIVERSOS	18.7 AVATAR, BANNER, CONVITE ELETRÔNICO, FULL BANNER, BANNER MEIA PÁGINA (HALF PAGE), OUTDOOR (BILLBOARD), LARGE RECTANGLE, BANNER CABEÇALHO (SUPER BANNER), LEADERBOARD, MEDIUM BANNER, POP-UNDER, POP-UP, RECTANGLE, BANNER ARRANHA-CÉU (SKYCRAPER), SQUARE POP-UP, SUPER BANNER, VERTICAL BANNER E BANNER ARRANHA CÉU LARGO (WIDE SKYCRAPER) – POR PEÇA, CONFORME O GRAU DE COMPLEXIDADE	1.500
MOBILE APP	18.8 DESENVOLVIMENTO DE APLICATIVO MOBILE	45.000

Obs.:

(1) Reformatação de posts já criados: 50% do valor acima, por unidade. O cliente deverá fornecer os arquivos abertos para edição do(s) post(s).

(2) No caso de criação de campanha ou conjunto de posts, o designer poderá aplicar um valor com desconto, de acordo com a quantidade de posts. A cobrança mensal é opcional.

## 19 SERVIÇOS DIGITAIS • UI DESIGN

	PRODUTOS	VALOR MÉDIO (R\$)
<b>WEBSITE</b> Em geral, o website possui estrutura básica conforme abaixo: <ul style="list-style-type: none"> <li>• área institucional;</li> <li>• área de contato;</li> <li>• área de conteúdo (cadastro de serviços e produtos, etc.);</li> <li>• área informativa (notícias, eventos, etc.).</li> </ul>	19.1 MICROEMPREENDEDOR INDIVIDUAL (MEI)	<b>5.850</b>
	19.2 MICROEMPRESA	<b>8.450</b>
	19.3 PEQUENA EMPRESA	<b>11.700</b>
	19.4 MÉDIA EMPRESA	<b>19.500</b>
	19.5 GRANDE EMPRESA	<b>SOB CONSULTA</b>
<b>HOTSITE</b> O hotsite tem estrutura similar ao website, porém possui uma "vida útil" menor, ou seja, tem prazo definido. É bastante utilizado para divulgar eventos, produtos ou serviços.	19.6 MICROEMPREENDEDOR INDIVIDUAL (MEI)	<b>4.095</b>
	19.7 MICROEMPRESA	<b>5.915</b>
	19.8 PEQUENA EMPRESA	<b>8.190</b>
	19.9 MÉDIA EMPRESA	<b>13.650</b>
	19.10 GRANDE EMPRESA	<b>SOB CONSULTA</b>
<b>BLOG</b> O blog é um website com foco na divulgação de informações, muitas vezes pessoais, com a possibilidade de alterações rápidas.	19.11 MICROEMPREENDEDOR INDIVIDUAL (MEI)	<b>3.510</b>
	19.12 MICROEMPRESA	<b>5.070</b>
	19.13 PEQUENA EMPRESA	<b>7.020</b>
	19.14 MÉDIA EMPRESA	<b>11.700</b>
	19.15 GRANDE EMPRESA	<b>SOB CONSULTA</b>
<b>LANDING PAGE</b> A landing page é uma página cujo intuito é atender a uma única campanha específica.	19.16 LANDING PAGE	<b>7.100</b>
<i>Obs.: sugerem-se as seguintes quantidades mínimas: publicação em pelo menos três redes sociais (pelo menos três publicações no Facebook por semana • Instagram, pelo menos dois posts por semana e ao menos um post no Twitter por semana). Porém, na fase do planejamento serão mais bem definidas as datas e quantidades mais adequadas para o caso concreto.</i>		

DESCRIÇÃO	PRODUTOS	VALOR MÉDIO (R\$)
<b>NEWSLETTER</b> <i>Em geral, o website possui estrutura básica conforme abaixo:</i>	19.17 PRODUÇÃO DE CONTEÚDO	SOB CONSULTA
	19.18 LAYOUT E PRODUÇÃO DE HTML	3.650
	19.19 SOMENTE A PRODUÇÃO DE HTML	650
	19.20 DISPARO E GESTÃO	SOB CONSULTA
<b>E-MAIL MARKETING</b> <i>E-mail marketing é gerado para promoção de produtos e serviços por meio de e-mails</i>	19.21 PRODUÇÃO DE CONTEÚDO	SOB CONSULTA
	19.22 LAYOUT E PRODUÇÃO DE HTML	2.450
	19.23 SOMENTE A PRODUÇÃO DE HTML	650
	19.24 DISPARO E GESTÃO	SOB CONSULTA

## 20 SERVIÇOS DIGITAIS – MULTIMÍDIA E APRESENTAÇÕES

DESCRIÇÃO	PRODUTOS	VALOR MÉDIO (R\$)
<b>APRESENTAÇÃO</b> <i>(Powerpoint ou similar)</i>	20.1 PROJETO GRÁFICO / DESIGN CONCEITO (INCLUI CRIAÇÃO DE TEMPLATE)	6.450
	20.2 DESIGN DE CAPA	1.150
	20.3 LAYOUT DE SLIDES (BAIXA COMPLEXIDADE): TEXTOS E ELEMENTOS GRÁFICOS SIMPLES – POR SLIDE	150
	20.4 LAYOUT DE SLIDES (MÉDIA COMPLEXIDADE): TEXTOS, IMAGENS, GRÁFICOS E / OU TABELAS ÁUDIO E VÍDEO – POR SLIDE	450
	20.5 LAYOUT DE SLIDES (ALTA COMPLEXIDADE): COM TEXTOS, IMAGENS, GRÁFICOS E / OU TABELA, ANIMAÇÃO, ÁUDIO E VÍDEO – POR SLIDE	1.050
<i>Autoração para CD / DVD / Pen Drive</i>	20.6 PROJETO GRÁFICO / DESIGN CONCEITO (INCLUI CRIAÇÃO DE TEMPLATE)	6.450
	20.7 INTERFACE PARA NAVEGAÇÃO DO CD/DVD	SOB CONSULTA

## 21 UX DESIGN – ENTREGÁVEIS

### IDENTIFICAÇÃO DOS PROBLEMAS NA EXPERIÊNCIA DOS CLIENTES E USUÁRIOS

DESCRIÇÃO	ENTREGÁVEIS / PRODUTOS	VALOR MÉDIO (R\$)
<i>Entendimento do negócio (imersão)</i>	21.1 INVENTÁRIO DE CONTEÚDO	<b>4.000</b>
	21.2 MAPA DO SITE	<b>6.000</b>
	21.3 RELATÓRIO DE ANÁLISE DA CONCORRÊNCIA	<b>20.000</b>
	21.4 LEVANTAMENTO E ANÁLISE DAS INFORMAÇÕES E DAS FUNCIONALIDADES NECESSÁRIAS NO PROJETO	<b>24.000</b>
	21.5 IDENTIFICAÇÃO DO FLUXO PRINCIPAL E DOS FLUXOS AUXILIARES DOS PROCESSOS DE NEGÓCIO	<b>30.000</b>
<i>Pesquisa do usuário</i>	21.6 IDENTIFICAÇÃO DAS PERSONAS	<b>10.000</b>
	21.7 DESCRITIVO COM O LEVANTAMENTO DOS ASPECTOS PESSOAIS, SOCIAIS E CULTURAIS (FRUSTRAÇÕES E EXPECTATIVAS)	<b>4.000</b>
<i>Customer journey maps (mapa da experiência)</i>	21.8 BAIXA COMPLEXIDADE (DE UM A CINCO ETAPAS)	<b>6.000</b>
	21.9 MÉDIA COMPLEXIDADE (DE CINCO A 15 ETAPAS)	<b>14.000</b>
	21.10 ALTA COMPLEXIDADE (ACIMA DE 15 ETAPAS)	<b>SOB CONSULTA</b>
<b>DIAGNÓSTICO – LEVANTAMENTO E VALIDAÇÃO DE HIPÓTESES DE SOLUÇÕES</b>		
<i>Ideação</i>	21.11 BRAINSTORMING	<b>2.000</b>
	21.12 FLUXO DO USUÁRIO – COMPARADO AO CUSTOMER JOURNEY MAP, O DIAGRAMA DO FLUXO DO USUÁRIO SÓ CONSIDERA O QUE OCORRE COM O PRODUTO, IGNORANDO FATORES EXTERNOS	<b>10.000</b>
<i>Prototipação</i>	21.13 PROTÓTIPOS DE BAIXA FIDELIDADE NÃO FUNCIONAL	<b>6.000</b>
	21.14 PROTÓTIPOS DE BAIXA FIDELIDADE FUNCIONAL	<b>9.000</b>
	21.15 PROTÓTIPOS DE ALTA FIDELIDADE NÃO FUNCIONAL	<b>10.000</b>
	21.16 PROTÓTIPOS DE ALTA FIDELIDADE FUNCIONAL	<b>30.000</b>

<b>APLICAÇÃO E ACOMPANHAMENTO DE RESULTADOS DA SOLUÇÃO</b>		
<b>DESCRIÇÃO</b>	<b>ENTREGÁVEIS (PRODUTOS)</b>	<b>VALOR MÉDIO (R\$)</b>
<i>Implementação</i>	21.17 DEFINIÇÃO DE ALINHAMENTO E TIPOGRAFIA DAS FUNCIONALIDADES DO SISTEMA/PORTAL	<b>30.000</b>
	21.18 CRIAR E ORGANIZAR A ESTRUTURA DE ESTILOS (CSS) DOS PROJETOS DE SOFTWARE	<b>10.000</b>
	21.19 GARANTIR QUE A INTERFACE DO SISTEMA/PORTAL SEJA TOTALMENTE RESPONSIVA	<b>20.000</b>
	21.20 ADEQUAR PÁGINAS HTML AOS REQUISITOS DE ACESSIBILIDADE (PADRÃO EMAG)	<b>10.000</b>
<i>Avaliação</i>	21.21 RELATÓRIO DE USABILIDADE CONTENDO: RESUMO (O QUE FOI TESTADO, QUANDO E COMO, EQUIPAMENTOS E FERRAMENTAS UTILIZADAS E QUEM FOI ENVOLVIDO), METODOLOGIA, RESULTADOS E RECOMENDAÇÕES	<b>SOB CONSULTA</b>
<i>Design de interface</i>	21.22 WIREFRAME ESTÁTICO	<b>6.000</b>
	21.23 FLUXOGRAMA / DIAGRAMA DE ATIVIDADE	<b>10.000</b>
	21.24 MOCKUP VISUAL	<b>8.000</b>
	21.25 MODELO CONCEITUAL	<b>20.000</b>
	21.26 MOOD BOARD (PAINEL SEMÂNTICO)	<b>6.000</b>
<p><i>Obs.: (1) por causa da variedade de métodos, processos e perfis que desenvolvem esse trabalho, seria interessante aprofundar a pesquisa e promover uma maior validação do conteúdo apresentado. (2) os valores mínimo e máximo de cada item podem ter grande variação por conta do perfil profissional que vai executar o serviço e da grande diferença de complexidade em projetos de nível local ou nacional por exemplo.</i></p>		

## 22 CONSULTORIA EM DESIGN

HORA TÉCNICA	NÍVEL DE QUALIFICAÇÃO DO PROFISSIONAL	VALOR MÉDIO (R\$)
	22.1 TECNÓLOGO EM DESIGN	80
	22.2 TRAINEE	80
	22.3 DESIGNER JÚNIOR	110
	22.4 DESIGNER PLENO	150
	22.5 DESIGNER SÊNIOR	205
	22.6 DESIGNER COORDENADOR	265

## 23 ILUSTRAÇÃO

PRODUTO	VALOR MÉDIO (R\$)			
	CAPA	PÁGINA SIMPLES	VINHETA	INFOGRÁFICO
23.1 CARTILHAS E MANUAIS	1.500	1.000	250	1.000
23.2 JORNAL	2.500	900	250	1.000
23.3 HOUSE ORGAN	2.500	1.000	400	1.000
23.4 REVISTA	5.000	1.000	250	1.000
23.5 LIVRO	3.000	800	250	1.500
23.6 LIVRO INFANTIL / JUVENIL	3.000	800	250	1.200
23.7 LIVRO DIDÁTICO / IDIOMAS	3.000	800	250	1.000
23.8 RELATÓRIO ANUAL	5.000	1.800	900	1.500



**Atenção!**  
Os valores referentes às ilustrações  
tiveram como base a Tabela SIB  
– consulte os valores completos no  
site [www.sib.org.br](http://www.sib.org.br).

<b>DIVERSOS</b>	
<b>PRODUTO</b>	<b>VALOR MÉDIO (R\$)</b>
23.9 CARTÃO POSTAL	<b>3.100</b>
23.10 CHARGE / CARTOON / CARICATURA	<b>1.500</b>
23.11 MAPA (COMPLEXO)	<b>4.500</b>
23.12 MAPA (SIMPLES)	<b>1.500</b>
23.13 ILUSTRAÇÃO PUBLICITÁRIA	<b>2.500</b>
23.14 PERSONAGEM / MASCOTE – MICROEMPRESA	<b>1.900</b>
23.15 PERSONAGEM / MASCOTE – PEQUENA EMPRESA	<b>2.500</b>
23.16 PERSONAGEM / MASCOTE – MÉDIA EMPRESA	<b>3.750</b>
23.17 PERSONAGEM / MASCOTE – GRANDE EMPRESA	<b>SOB CONSULTA</b>
<i>Obs.: valores por unidade.</i>	





#### **DIRETORIA 2018-2020**

*Diretor-Executivo: David Arantes  
Diretor de Relações Públicas: Fernando Rabello  
Diretor Administrativo: Maurício Borges  
Diretora Financeira: Priscilla Campos*

#### **Conselho Deliberativo**

*Eneida Figueiredo  
Cláudia El-moor  
Alecsandros de Castro*

#### **Projeto gráfico:**

*Wagner Alves*

#### **Revisão ortográfica:**

*Yana Palankof*

#### **Colaboradores desta edição:**

*Andrea Castello Branco Judice  
Carlos Neri  
Eduardo Meneses  
Eneida Figueiredo  
Fátima Leão  
Leonardo Antonialli  
Marcelo Judice  
Oni Design de Negócios  
Thiago Gualberto  
Wesley Rocha*

TABELA REFERENCIAL DE VALORES 2018/2020

**ADEGRAF** ASSOCIAÇÃO DOS  
DESIGNERS GRÁFICOS  
DO DISTRITO FEDERAL

WWW.ADEGRAF.ORG.BR • FACEBOOK: ADEGRAF