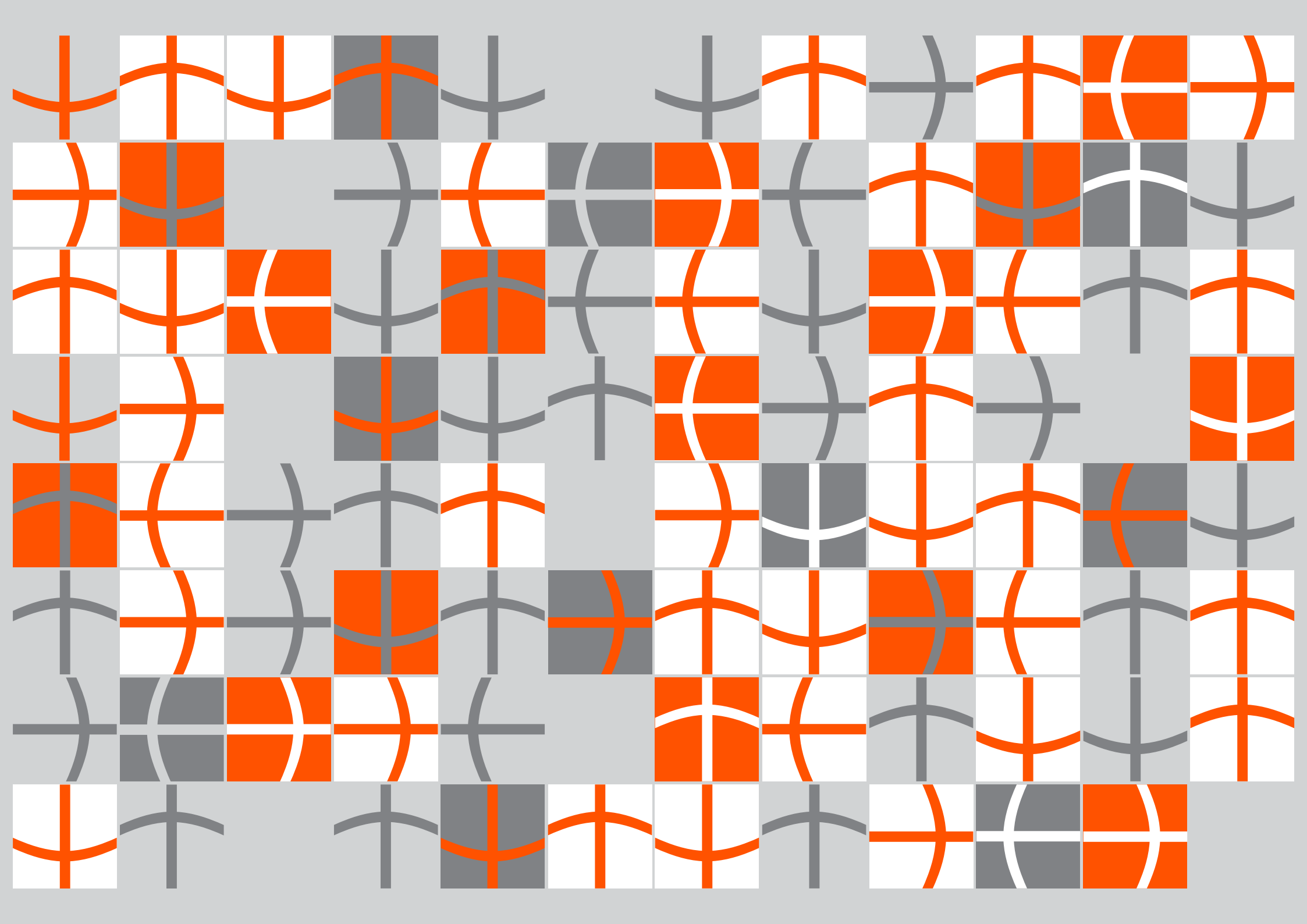


TABELA REFERENCIAL DE VALORES 2021/2022

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

[WWW.ADEGRAF.ORG.BR](http://WWW.ADEGRAF.ORG.BR) • FACEBOOK: ADEGRAF

Versão 2 - Atualizada em Abr/2021



**ADEGRAF**

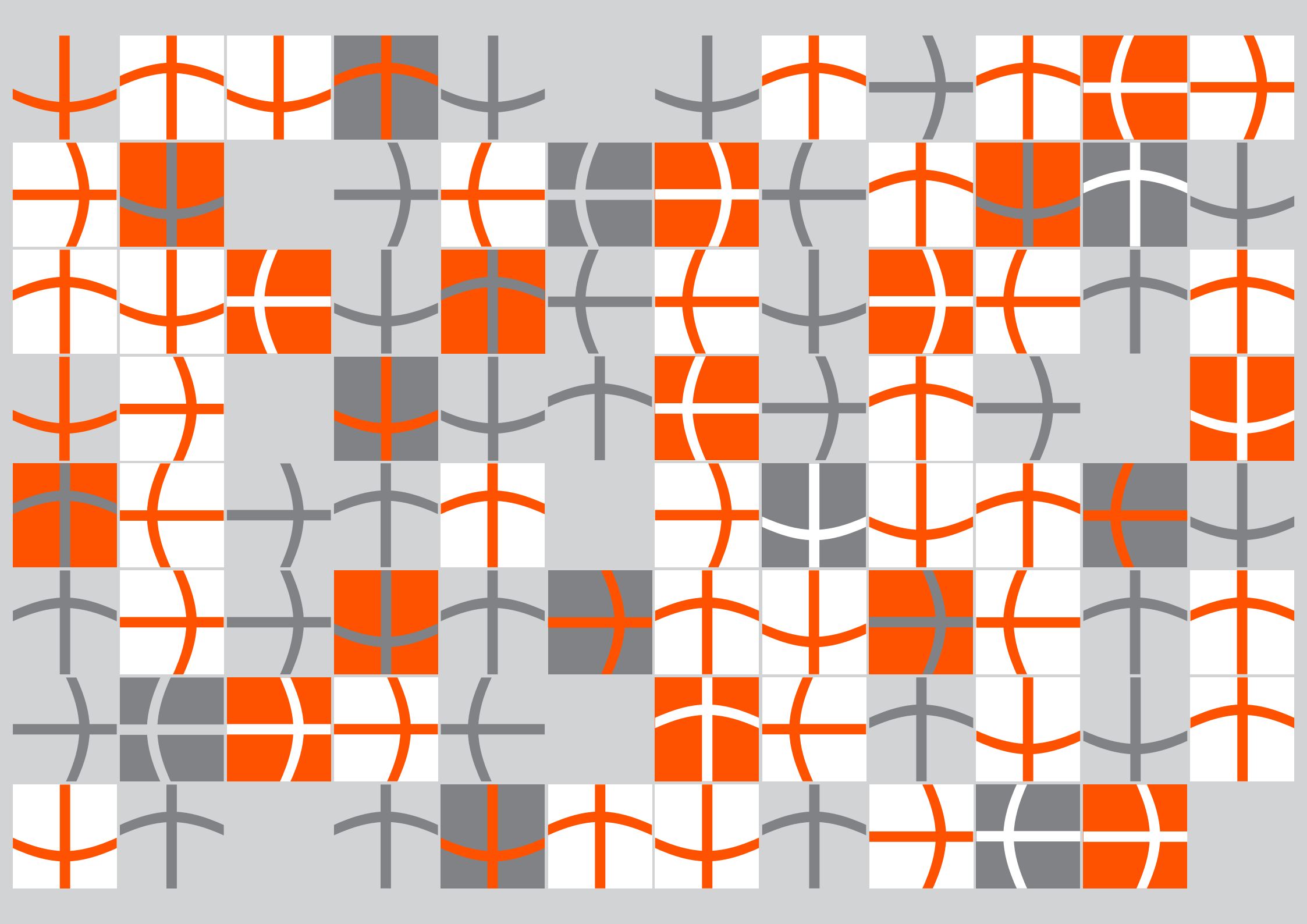


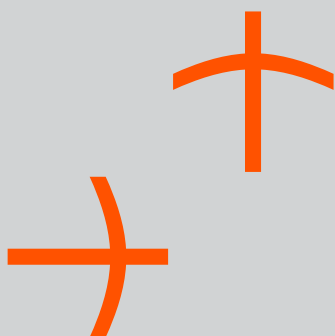
**TABELA REFERENCIAL DE VALORES 2021/2022**

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

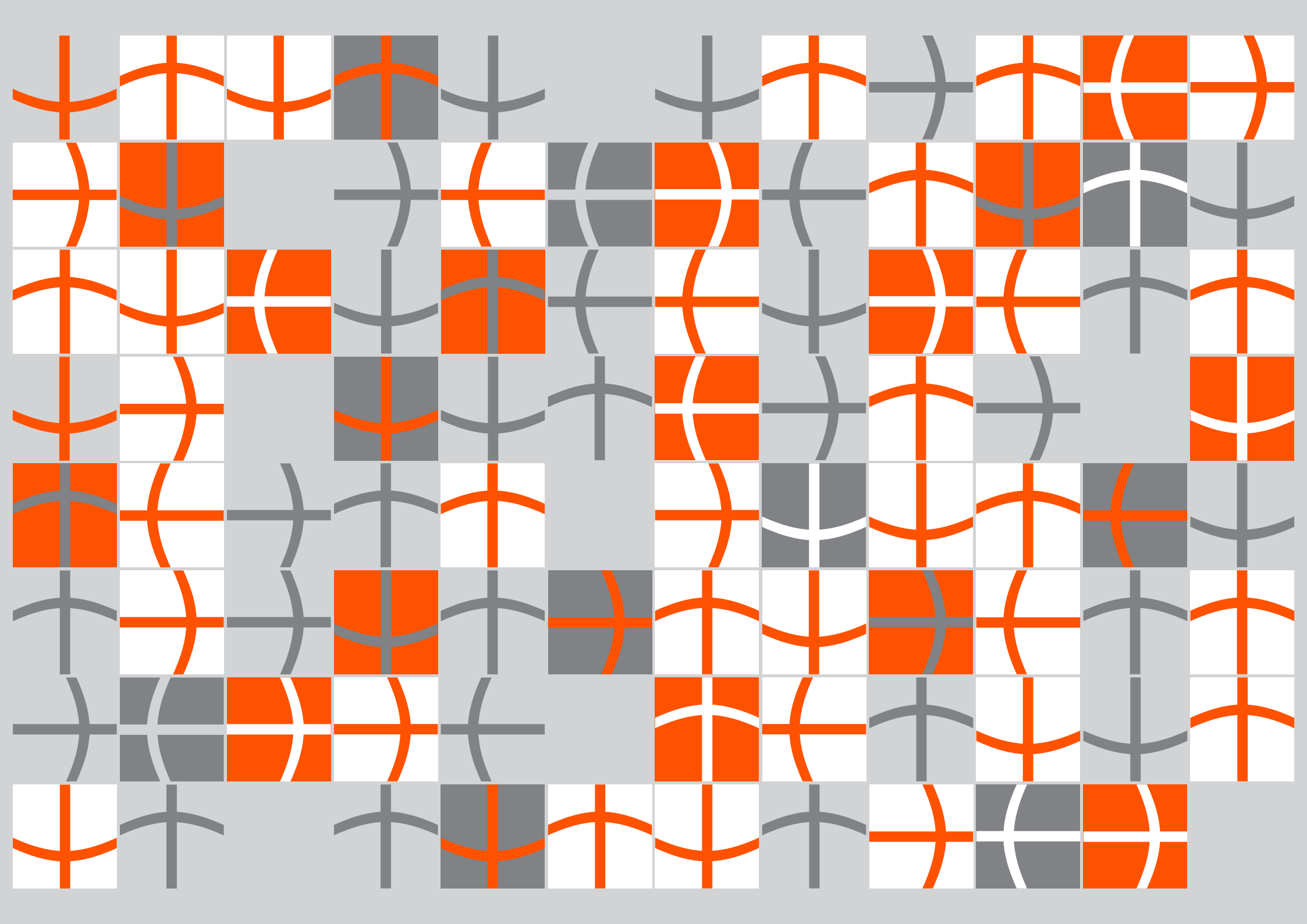
*WWW.ADEGRAF.ORG.BR • FACEBOOK: ADEGRAF*







1	BRANDING / GESTÃO DE MARCAS	8
2	NAMING / CRIAÇÃO DE NOME DA MARCA	9
3	PROJETO DE IDENTIDADE VISUAL (PIV)	9
4	CRIAÇÃO DE MARCAS PROMOCIONAIS	11
5	CRIAÇÃO DE MARCAS INSTITUCIONAIS	11
6	MANUAL DE IDENTIDADE VISUAL	12
7	PAPELARIA INSTITUCIONAL	12
8	PROJETOS DE DESIGN PARA PONTO DE VENDA (PDV)	13
9	DESIGN DE PEÇAS PROMOCIONAIS / DIVULGAÇÃO	14
10	SINALIZAÇÃO	17
11	MÍDIA INTERNA E EXTERNA	18
12	EDITORIAL (PUBLICAÇÕES)	19
13	EDITORIAL (CD/DVD)	20
14	EDITORIAL (DIVERSOS)	21
15	VESTUÁRIO	22
16	EMBALAGEM	23
17	SERVIÇOS DIGITAIS • MÍDIAS INTERATIVAS	24
18	SERVIÇOS DIGITAIS • REDES SOCIAIS	25
19	SERVIÇOS DIGITAIS • PEÇAS AVULSAS PARA WEB/REDES SOCIAIS	26
20	SERVIÇOS DIGITAIS • UI DESIGN	27
21	SERVIÇOS DIGITAIS – MULTIMÍDIA E APRESENTAÇÕES	28
22	UX DESIGN – ENTREGÁVEIS	29
23	CONSULTORIA EM DESIGN	31
24	MENTORIA	31
25	ILUSTRAÇÃO	32





## INTRODUÇÃO

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

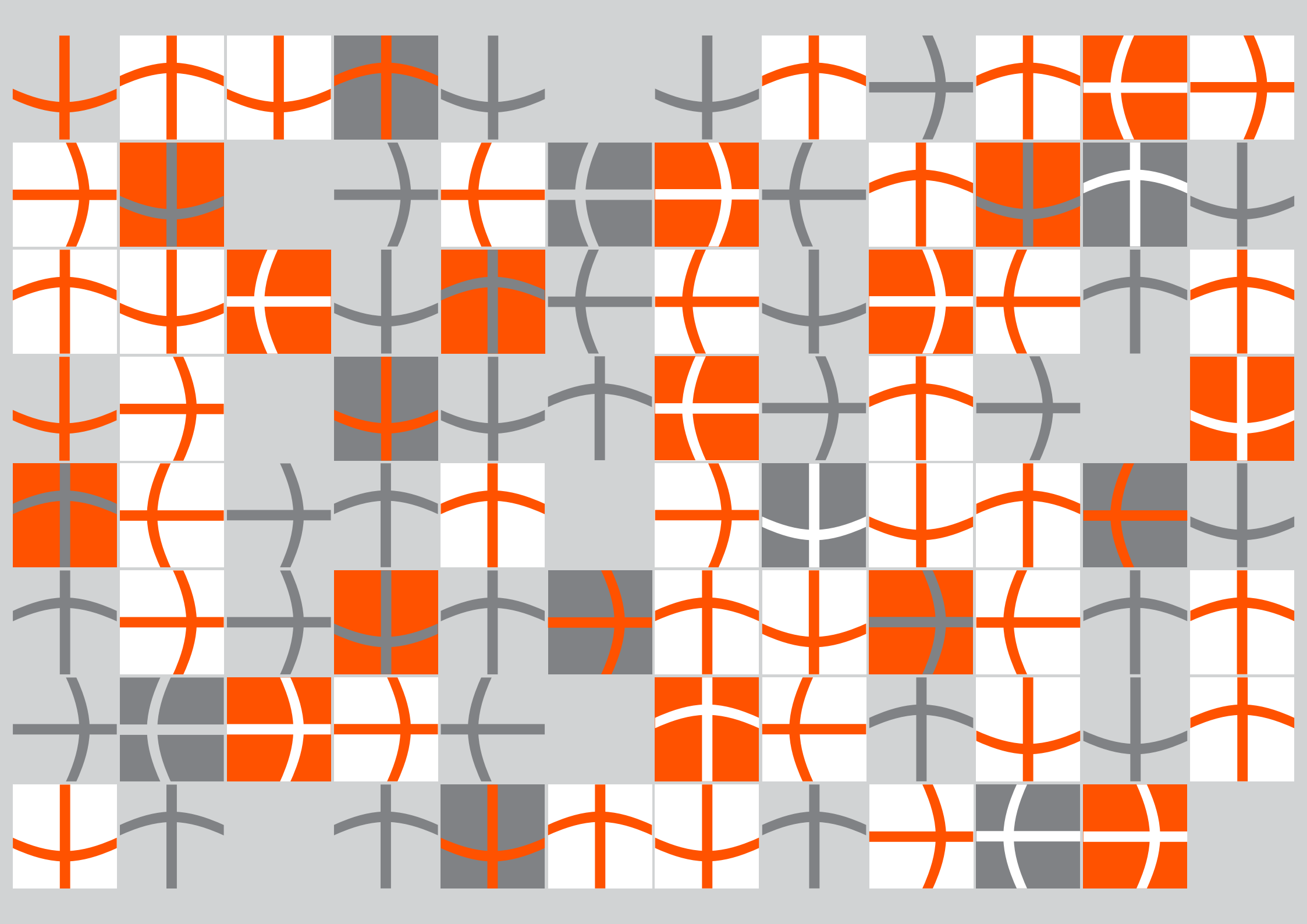
*Os produtos apresentados são os que mais ocorrem no dia a dia da prestação de serviços de design – novos produtos ou serviços podem ser incluídos em futuras atualizações. A ADEGRAF costuma rever a tabela a cada dois anos aproximadamente.*

*Estamos na 8ª edição, atualizada em janeiro de 2021.*

***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.*









<b>OBSERVAÇÕES IMPORTANTES</b>	
<b>ACOMPANHAMENTO GRÁFICO E RESPONSABILIDADE DO DESIGNER</b>	
<p><i>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.</i></p> <p><i>A responsabilidade técnica do designer ocorre <b>somente até a aprovação da prova digital fornecida pela gráfica</b> 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.</i></p>	
<b>TAXA DE URGÊNCIA OU TAXAS EXTRAS</b>	
<p><i>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.</i></p>	
<b>DIFERENÇA ENTRE O DESIGN DA PEÇA E O DESIGN GRÁFICO DA PEÇA</b>	
<p><i>Em alguns projetos, como os promocionais e os de embalagem, é possível desmembrar o serviço em duas partes ou fases distintas. O cliente pode contratar o projeto de design da peça ou o projeto de identidade visual que será aplicado nela. Em outros, também pode contratar os dois. Exemplo 1: o cliente precisa de uma identidade visual para uma embalagem que já existe, mas não precisa do design da peça física. Exemplo 2: o cliente precisa de um novo design de embalagem, mas já possui o layout gráfico da embalagem. Exemplo 3: o cliente necessita dos dois. Ou seja, temos três casos distintos no mesmo projeto.</i></p>	
<b>CUSTO DE RETRABALHO OU REAVALIAÇÃO DE CUSTOS</b>	
<p><i>Sugere-se a reavaliação dos valores nos seguintes casos:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> <li><i>1) quando o serviço tenha mudança de complexidade após briefing aprovado;</i></li> <li><i>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.</i></li> </ol> <p><i>É recomendado que o designer oriente sobre esse custo antes de começar o serviço, afinal o combinado não sai caro!</i></p>	
<b>CLASSIFICAÇÃO DE EMPRESAS (DE ACORDO COM O SEBRAE)</b>	
<i>Microempreendedor Individual (MEI)</i>	<i>É o empresário individual a que se refere o artigo 966 do Código Civil Brasileiro.</i>
<i>Microempresa</i>	<i>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.</i>
<i>Empresa de pequeno porte</i>	<i>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.</i>
<i>Microempreendedor individual</i>	<i>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.</i>

# 1 BRANDING / GESTÃO DE MARCAS



**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.

8

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. Sugere-se a pesquisa de disponibilidade de domínio para páginas web ou redes sociais.



**Atenção!**

Os produtos contidos no manual de identidade visual podem mudar de acordo com a necessidade do cliente, mesmo dentro da mesma atividade. Sugere-se combinar o rol de peças em cada caso. O designer tem a liberdade de oferecer quantitativos diferentes de peças gráficas ou itens de marca.

## 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> Produtos sugeridos: a) desenho da marca, com as versões em cores e monocromática, assinatura vertical e/ou horizontal (quando for o caso), padrão cromático, família tipográfica, malha construtiva (quando for o caso), redução máxima, área de não interferência e proibições de uso da marca; e b) manual de identidade visual básico: deve conter entre quatro a seis aplicações de baixa complexidade, de acordo com a atividade ou necessidade do cliente.	3.1 MICROEMPREENDEDOR INDIVIDUAL (MEI)	4.060
	3.2 MICROEMPRESA	8.150
	3.3 PEQUENA EMPRESA	11.600
	3.4 MÉDIA EMPRESA	20.200
	3.5 GRANDE EMPRESA	SOB CONSULTA
<b>PIV (INTERMEDIÁRIO)</b> Produtos sugeridos: a) desenho da marca, conforme PIV Básico; e b) manual de identidade visual intermediário: deve conter entre sete a doze aplicações entre baixa e média complexidade, de acordo com a atividade ou necessidade do cliente.	3.6 MICROEMPRESA	9.500
	3.7 PEQUENA EMPRESA	13.600
	3.8 MÉDIA EMPRESA	23.600
	3.9 GRANDE EMPRESA	20.200

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>ANÁLISE DE MARCA</b>	3.15 MICROEMPRESA	<b>3.600</b>
	3.16 PEQUENA EMPRESA	<b>5.760</b>
	3.17 MÉDIA EMPRESA	<b>9.216</b>
	3.18 GRANDE EMPRESA	<b>SOB CONSULTA</b>
<i>Obs.: a análise de marca consiste no estudo que prevê a possível renovação ou não de uma marca. O produto é um relatório apontando o estudo da marca atual e as suas aplicações. Podem ser levantados, por exemplo, prováveis pontos de melhoria visuais, como problemas de redução, ajustes óticos ou mesmo critérios relacionados à percepção, como a não adequação da linguagem da marca ao seu público ou sua contemporaneidade. Ao final, aponta-se a necessidade de modernizar ou manter o atual desenho. Além de pesquisas, pode-se utilizar entrevistas presenciais ou questionários on-line, por exemplo.</i>		
<b>PIV PARA EVENTOS (BÁSICO)</b> <i>Produtos sugeridos: criação de identidade visual + o design entre quatro a sete peças gráficas*.</i>	3.19 EVENTO PERIÓDICO	<b>10.374</b>
	3.20 EVENTO ÚNICO	<b>14.532</b>
<b>PIV PARA EVENTOS (INTERMEDIÁRIO)</b> <i>Produtos sugeridos: criação de identidade visual + o design entre oito a doze peças gráficas*.</i>	3.21 EVENTO PERIÓDICO	<b>14.879</b>
	3.22 EVENTO ÚNICO	<b>20.832</b>
<b>PIV PARA EVENTOS (COMPLETO)</b> <i>Sob consulta</i>	3.23 EVENTO PERIÓDICO	<b>SOB CONSULTA</b>
	3.24 EVENTO ÚNICO	<b>SOB CONSULTA</b>
<i>*Exemplos de peças gráficas desenvolvidas para eventos: adesivos, avental, back drop, banners fundo de palco, blimp, boné/chapéu, cadernos, camiseta/camisa polo, cartaz, cartilhas, crachá, certificados, máscaras, painéis, papelaria (aplicação em brindes, bloco de notas, pasta, etc), pórtico de entrada/saída, outdoor, windbanner.</i>		
<i>Obs.: também é possível incluir peças digitais, de acordo com a necessidade do cliente.</i>		

# DEGRAF



### Família 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.

### Observação:

O formato do arquivo entregue deve, preferencialmente ser vetorial (nos formatos: .ai, .cdr, eps ou .pdf);

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.

## 4 CRIAÇÃO DE MARCAS PROMOCIONAIS

DESCRIÇÃO	PRODUTOS	VALOR MÉDIO (R\$)
<p><i>Produto: desenho da marca, com as versões em cores e monocromática, assinatura vertical e/ou horizontal (quando for o caso), padrão cromático, família tipográfica, malha construtiva (quando for o caso), redução máxima, área de não interferência e proibições de uso da marca. Prevê apenas o manual de marca com esses itens.</i></p> <p><i>Sugere-se a inclusão de até cinco exemplos de aplicação de marca em peças gráfica, combinados com o cliente.</i></p>	4.1 MARCA PARA CAMPANHA	5.340
	4.2 MARCA COMEMORATIVA	4.060
	4.3 MARCA PARA EMPREENDIMENTO IMOBILIÁRIO	6.140
	4.4 MARCA PARA EVENTO PERIÓDICO	3.320
	4.5 MARCA PARA EVENTO ÚNICO	4.430
	4.6 MARCA PARA PRODUTO	7.580

## 5 CRIAÇÃO DE MARCAS INSTITUCIONAIS (SOMENTE A MARCA)

DESCRIÇÃO	PRODUTOS	VALOR MÉDIO (R\$)
<p><i>Produto: somente o desenho da marca nas versões em cores e monocromática (se couber). Sugere-se prever as cores no padrão para impressão (CMYK ou Pantone) e versões para meios digitais (RGB ou Hexadecimal). <b>Contempla somente o manual de marca.</b></i></p> <p><i>Obs.: sugestão de formatos: .ai, .cdr, .eps ou .pdf (vetorial) e (.psd, .tif, .jpg, .png). De acordo com a aplicação.</i></p>	5.1 MICROEMPREENDEDOR INDIVIDUAL (MEI)	1.680
	5.2 MICROEMPRESA	2.856
	5.3 PEQUENA EMPRESA	4.855
	5.4 MÉDIA EMPRESA	SOB CONSULTA
	5.5 GRANDE EMPRESA	SOB CONSULTA
<p><b>MANUAL DE MARCA</b></p>	5.6 MICROEMPREENDEDOR INDIVIDUAL (MEI)	1.980
	5.7 MICROEMPRESA	2.772
	5.8 PEQUENA EMPRESA	3.880
	5.9 MÉDIA EMPRESA E GRANDE EMPRESA	SOB CONSULTA
<p><b>VETORIZAÇÃO DE MARCA</b></p>	5.10 VETORIZAÇÃO DE MARCA (JÁ EXISTENTE)	1.150

*O manual de marca é o documento que traz as informações básicas para a reprodução da marca, protegendo as características definidas na concepção do projeto. Contempla o desenho da marca, com as versões em cores e monocromática, assinatura vertical e/ou horizontal (quando for o caso), padrão cromático, família tipográfica, malha construtiva (quando for o caso), redução máxima, área de não interferência e proibições de uso da marca. Ele não contém os modelos de peças gráficas.*

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

## 6 MANUAL DE IDENTIDADE VISUAL

<p><i>O manual de identidade visual contém as orientações do manual de marca e modelos de aplicação, geralmente com a apresentação de mockups ou desenhos. A complexidade dependerá da quantidade e do grau de dificuldade da peça gráfica.</i></p>	<b>LAYOUTS, DIAGRAMAÇÃO E FINALIZAÇÃO DO MANUAL</b>	
	6.1 BAIXA COMPLEXIDADE (ATÉ 4 PEÇAS GRÁFICAS)	<b>4.950</b>
	6.2 MÉDIA COMPLEXIDADE (DE 5 A 10 PEÇAS GRÁFICAS)	<b>7.980</b>
	6.3 ALTA COMPLEXIDADE (ACIMA DE 10 PEÇAS)	<b>SOB CONSULTA</b>
<p><i>Desenvolvimento de peças individuais (layout e arte final).</i></p>	6.4 LAYOUT DE MODELOS (MOCKUPS OU DESENHOS)	<b>750 (POR ITEM)</b>

*O manual de identidade visual é um documento mais completo, que traz as informações contidas no manual de marca (descrito acima), além dos layouts de modelos das peças gráficas, conforme a demanda. O manual de identidade visual poderá ser de: baixa, média ou alta complexidade. Isso dependerá dos modelos solicitados pelo cliente, ou sugeridos pelo designer.*

## 7 PAPELARIA INSTITUCIONAL

DESCRIÇÃO	PRODUTOS	VALOR MÉDIO (R\$)
DIVERSOS	7.1 ARTE FINAL DE PEÇA EXISTENTE	<b>A PARTIR DE 50% DO VALOR DE CRIAÇÃO</b>
<p><i>PEÇAS DE PAPELARIA INSTITUCIONAL</i></p> <p><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></p>	7.2 BLOCO DE ANOTAÇÕES	<b>280</b>
	7.3 CARTÃO DE AGRADECIMENTO / ANIVERSÁRIO	<b>720</b>
	7.4 CARTÃO DE VISITA	<b>520</b>
	7.5 CRACHÁ (LAYOUT)	<b>280</b>
	7.6 CRACHÁ (IMPLEMENTAÇÃO DE DADOS VARIÁVEIS – POR UNIDADE)	<b>150</b>
	7.7 ENVELOPE SACO OU OFÍCIO (COM FACA DE CORTE)	<b>1.010</b>
	7.8 ETIQUETA	<b>270</b>
	7.9 FORMULÁRIO SIMPLES (LAYOUT – POR PÁGINA)	<b>150</b>
	7.10 FORMULÁRIO COMPLEXO (LAYOUT – POR PÁGINA)	<b>750</b>
	7.11 PAPEL TIMBRADO	<b>720</b>
	7.12 PASTA (SIMPLES)	<b>370</b>
	7.13 PASTA (COM FACA DE CORTE)	<b>1.350</b>

## 8 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>	8.1 MICROEMPRESA	<b>6.500</b>
	8.2 PEQUENA EMPRESA	<b>10.500</b>
	8.3 MÉDIA EMPRESA	<b>16.500</b>
	8.4 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>	8.5 MICROEMPRESA	<b>10.000</b>
	8.6 PEQUENA EMPRESA	<b>15.000</b>
	8.7 MÉDIA EMPRESA	<b>20.000</b>
	8.8 GRANDE EMPRESA	<b>SOB CONSULTA</b>
<p><i>PDV COMPLETO</i></p> <p><i>Produto: sob consulta.</i></p>	8.9 MICROEMPRESA	<b>SOB CONSULTA</b>
	8.10 PEQUENA EMPRESA	
	8.11 MÉDIA EMPRESA	
	8.12 GRANDE EMPRESA	

## 9 DESIGN DE PEÇAS PROMOCIONAIS / DIVULGAÇÃO



**Atenção!**

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

Considera-se a aplicação da identidade visual na peça.

DESCRIÇÃO	PRODUTOS	VALOR MÉDIO (R\$)	
		IDENTIDADE VISUAL	DESIGN DA PEÇA
DESIGN DE PEÇAS PARA PDV / PROMOCIONAL	9.1 ADESIVO (CHÃO OU TETO)	1.000	-
	9.2 ADESIVO (PARA VITRINE)	1.500	-
	9.3 ADESIVO SIMPLES	300	-
	9.4 AGENDA PERSONALIZADA (PROJETO GRÁFICO)	2.000	-
	9.5 AGENDA PERSONALIZADA (EDITORAÇÃO – POR PÁGINA)	40	-
	9.6 BALCÃO DE DEGUSTAÇÃO	2.500	3.050
	9.7 BANDEIRA OU FLÂMULA	830	-
	9.8 BARALHO (CAIXA E CARTAS)	2.500	3.050
	9.9 BOTTON / PIN	550	-
	9.10 CADERNO (PROJETO GRÁFICO E DIAGRAMAÇÃO)	2.500	-
	9.11 CALENDÁRIO DE BOLSO	850	800
	9.12 CALENDÁRIO DE MESA (PROJETO GRÁFICO)	2.350	-
	9.13 CALENDÁRIO DE MESA (EDITORAÇÃO – POR LÂMINA)	325	-
	9.14 CALENDÁRIO DE PAREDE (PROJETO GRÁFICO)	2.350	-
	9.15 CALENDÁRIO DE PAREDE (EDITORAÇÃO – POR LÂMINA)	320	-
	9.16 CAPA DE ANTENA (RFID PARA ALARME DE LOJA)	2.000	-
	9.17 CARDÁPIO (EDITORAÇÃO – POR LÂMINA)	450	-
	9.18 CARDÁPIO (PROJETO GRÁFICO)	2.350	-
	9.19 CARTÃO POSTAL	925	-
	9.20 CARTAZ	2.300	-





DESCRIÇÃO	PRODUTOS	VALOR MÉDIO (R\$)	
		IDENTIDADE VISUAL	DESIGN DA PEÇA
<i>DESIGN DE PEÇAS PARA PDV / PROMOCIONAL (continuação)</i>	9.21 CERTIFICADO (DIAGRAMAÇÃO COM DADOS VARIÁVEIS – POR UNIDADE)	150	-
	9.22 CERTIFICADO (LAYOUT)	750	-
	9.23 CONVITE (COM RECURSOS ESPECIAIS)	1500	1050
	9.24 CONVITE (SIMPLES)	750	-
	9.25 CONVITE PARA CASAMENTO	1.500	1.200
	9.26 COOLER PROMOCIONAL	1.500	-
	9.27 CUBO	1.500	1.200
	9.28 DANGLER OU WOBBLER	1.500	1.200
	9.29 DISPLAY (BALCÃO OU MESA)	2.000	2.250
	9.30 DISPLAY (COMPUTADOR OU TABLET)	2.000	2.250
	9.31 DISPLAY (EXPOSITOR)	2.000	2.250
	9.32 DISPLAY (MONITORES DE COMPUTADOR)	2.000	2.250
	9.33 DISPLAY (PONTA DE GÔNDOLA)	2.000	2.250
	9.34 DISPLAY (VITRINE)	2.750	3000
	9.35 ETIQUETA (LAYOUT)	200	-
	9.36 ETIQUETA (ARTE FINAL COM DADOS VARIÁVEIS – POR UNIDADE)	150	-
	9.37 FACHADA DE LOJA	8.750	-
	9.38 FAIXA DE GÔNDOLA	2.000	2.100
9.39 FAIXA DE RUA	600	-	

DESCRIÇÃO	PRODUTOS	VALOR MÉDIO (R\$)	
		IDENTIDADE VISUAL	DESIGN DA PEÇA
DESIGN DE PEÇAS PARA PDV / PROMOCIONAL (continuação)	9.40 FOLDER (PROJETO GRÁFICO E DIAGRAMAÇÃO)	1.750	1.300
	9.41 FOLHETO OU LÂMINA	1.075	-
	9.42 INGRESSO	1.075	1.075
	9.43 JOGO AMERICANO	1.075	-
	9.44 MALA DIRETA	1.075	-
	9.45 MARCADOR DE PÁGINA	1.075	950
	9.46 MEDALHA	1.075	750
	9.47 MÓBILE	1.750	1.300
	9.48 ORGANIZADOR DE GÔNDOLA	2.500	1.750
	9.49 QUIOSQUE	8.750	9.750
	9.50 RÉGUA DE GÔNDOLA	925	900
	9.51 RISQUE E RABISQUE	1.250	900
	9.52 PORTA COPOS ("BOLACHA")	500	-
	9.53 STOPPER	1.750	1.350
	9.54 TAKE ONE	1.750	1.350
	9.55 TIRA STRIP	1.750	1.350
	9.56 TOTEM PROMOCIONAL / TRIEDRO	2.000	1.550
	9.57 TROFÉU	1.650	1.750
9.58 SELO COMEMORATIVO	1.200		
APLICAÇÃO DE MARCA EM PEÇAS JÁ EXISTENTES (EX.: BRINDES / MATERIAIS PROMOCIONAIS DIVERSOS)	9.59 BLIMP, BOLSA / MOCHILA, BONÉ / CHAPÉU, CANECA /COPO, CANETA, CANIVETE, CHAVEIRO, CINZEIRO, GUARDANAPO, GUARDA- SOL, LÁPIS, LEQUE, MÁSCARA, MOUSE PAD, PEN DRIVE, RÉGUA, RELÓGIO DE PAREDE, SQUEESE E VISEIRA (VALOR POR PEÇA)	350	

## 10 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>	10.1 MAPEAMENTO (BAIXA COMPLEXIDADE)	<b>3.000</b>
	10.2 MAPEAMENTO (MÉDIA COMPLEXIDADE)	<b>7.500</b>
	10.3 MAPEAMENTO (ALTA COMPLEXIDADE)	<b>SOB CONSULTA</b>
	10.4 IDENTIDADE VISUAL (BAIXA COMPLEXIDADE)	<b>3.000</b>
	10.5 IDENTIDADE VISUAL (MÉDIA COMPLEXIDADE)	<b>7.500</b>
	10.6 IDENTIDADE VISUAL (ALTA COMPLEXIDADE)	<b>SOB CONSULTA</b>
	10.7 DESIGN DA PEÇA (BAIXA COMPLEXIDADE) – POR UNIDADE	<b>400</b>
	10.8 IDENTIDADE VISUAL (MÉDIA COMPLEXIDADE) – POR UNIDADE	<b>800</b>
	10.9 IDENTIDADE VISUAL (ALTA COMPLEXIDADE) POR UNIDADE	<b>SOB CONSULTA</b>
	10.10 SUPERVISÃO DE PRODUÇÃO	<b>3.000</b>
DIVERSOS	10.11 PLACA DE OBRA	<b>1.200</b>
	10.12 PLACA INDICATIVA (POR UNIDADE)	<b>700</b>
	10.13 PLACA DE SETOR (POR UNIDADE)	<b>700</b>
	10.14 PICTOGRAMA (POR UNIDADE)	<b>600</b>
	10.15 TOTEM (INFORMATIVO OU DIRECIONAL – POR UNIDADE)	<b>2.000</b>
VEÍCULOS (ENVELOPAMENTO) LAYOUT + ARTE-FINAL  Não inclui a produção.	10.16 CARRO DE PASSEIO	<b>2.500</b>
	10.17 CAMINHÃO / VAGÃO (METRÔ OU TREM)	<b>3.500</b>
	10.18 ÔNIBUS	<b>3.000</b>
	10.19 MOTOCICLETA	<b>1.000</b>
	10.20 VEÍCULO UTILITÁRIO	<b>2.500</b>

## 11 MÍDIA INTERNA E EXTERNA

DESCRIÇÃO	PRODUTOS	VALOR MÉDIO (R\$)
LAYOUT + ARTE-FINAL Valores referentes somente à identidade visual.	11.1 ADESIVO PARA ELEVADOR (PORTA E PARTE INTERNA)	3.350
	11.2 ADESIVO PARA FLOOR DOOR	1.650
	11.3 ADESIVO PARA JANELA (ENVELOPAMENTO)	1.650
	11.4 ADESIVO PARA PORTA (ENVELOPAMENTO)	1.650
	11.5 ADESIVO PARA MESA (ENVELOPAMENTO)	1.650
	11.6 BACKDROP	1.850
	11.7 BACKBUS	2.230
	11.8 BANNER	2.700
	11.9 BANNER FUNDO DE PALCO	4.100
	11.10 BLIMP	1.150
	11.11 BUSDOOR	3.650
	11.12 EMPENA P/ EDIFÍCIO	6.700
	11.13 FAIXA DE RUA	4.400
	11.14 LETREIRO / TESTEIRA	3.650
	11.15 LIXEIRA	2.700
	11.16 LUMINOSO (TETO DE TÁXI)	3.450
	11.17 OUTDOOR	4.750
	11.18 PAINEL BACK-LIGHT E FRONT-LIGHT	4.750
	11.19 PONTO DE ÔNIBUS	3.700
	11.20 PONTO DE TÁXI	3.700
	11.21 PÚLPITO	1.200
	11.22 SIDEBUS	2.600

## 12 EDITORIAL (PUBLICAÇÕES)

DESCRIÇÃO	PRODUTOS	VALOR MÉDIO (R\$)
<b>criação de capa</b> <i>(layout e finalização)</i>	12.1 CAPA P/ PUBLICAÇÃO ÚNICA	<b>1.100</b>
	12.2 CAPA PARA COLEÇÃO	<b>1.800</b>
<b>criação de projeto gráfico e diagramação</b> <i>(layout e montagem de arquivo template em Adobe Indesign ou similar)</i>	12.3 LIVRO DE ARTE (PROJETO GRÁFICO)	<b>6.350</b>
	12.4 LIVRO DE ARTE (DIAGRAMAÇÃO) – POR PÁGINA	<b>100</b>
	12.5 LIVRO SOMENTE COM TEXTOS (PROJETO GRÁFICO)	<b>1.250</b>
	12.6 LIVRO SOMENTE COM TEXTOS (DIAGRAMAÇÃO) – POR PÁGINA	<b>35</b>
	12.7 LIVRO COM ELEMENTOS GRÁFICOS* (PROJETO GRÁFICO)	<b>4.450</b>
	12.8 LIVRO COM ELEMENTOS GRÁFICOS* (DIAGRAMAÇÃO) – POR PÁGINA	<b>70</b>
	12.9 CARTILHA, GUIA OU LIVRETO (PROJETO GRÁFICO)	<b>3.250</b>
	12.10 CARTILHA, GUIA OU LIVRETO (DIAGRAMAÇÃO) – POR PÁGINA	<b>195</b>
	12.11 CATÁLOGO (PROJETO GRÁFICO)	<b>3.850</b>
	12.12 CATÁLOGO (DIAGRAMAÇÃO) – POR PÁGINA	<b>150</b>
	12.13 JORNAL (PROJETO GRÁFICO)	<b>4.300</b>
	12.14 JORNAL (DIAGRAMAÇÃO) – POR PÁGINA	<b>350</b>
	12.15 JORNAL INFORMATIVO** (PROJETO GRÁFICO)	<b>3.300</b>
	12.16 JORNAL INFORMATIVO** (DIAGRAMAÇÃO) – POR PÁGINA	<b>450</b>
	12.17 NEWSLETTER IMPRESSO (PROJETO GRÁFICO)	<b>1.800</b>
	12.18 NEWSLETTER IMPRESSO (DIAGRAMAÇÃO) – POR PÁGINA	<b>900</b>
	12.19 PERFIL INSTITUCIONAL (PROJETO GRÁFICO)	<b>4.600</b>
	12.20 PERFIL INSTITUCIONAL (DIAGRAMAÇÃO) – POR PÁGINA	<b>190</b>

!   
*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!**  
*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.*



**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.

DESCRIÇÃO	PRODUTOS	VALOR MÉDIO (R\$)
CRIAÇÃO DE PROJETO GRÁFICO E DIAGRAMAÇÃO (layout e montagem de arquivo template em Adobe Indesign ou similar)	12.21 RELATÓRIO ANUAL (PROJETO GRÁFICO)	8.800
	12.22 RELATÓRIO ANUAL (DIAGRAMAÇÃO) – POR PÁGINA	190
CRIAÇÃO DE PROJETO GRÁFICO E DIAGRAMAÇÃO (layout e montagem de arquivo template em Adobe Indesign ou similar)	12.23 REVISTA SOMENTE COM TEXTOS (PROJETO GRÁFICO)	3.850
	12.24 REVISTA SOMENTE COM TEXTOS (DIAGRAMAÇÃO) – POR PÁGINA	150
	12.25 REVISTA COM ELEMENTOS GRÁFICOS* (PROJETO GRÁFICO)	6.350
	12.26 REVISTA COM ELEMENTOS GRÁFICOS* (DIAGRAMAÇÃO) – POR PÁGINA	190
	12.27 PORTFÓLIO (PROJETO GRÁFICO)	3.850
	12.28 PORTFÓLIO (DIAGRAMAÇÃO) – POR PÁGINA	190
CURRÍCULO	12.29 CURRÍCULO	550
FECHAMENTO DE ARQUIVOS DE PUBLICAÇÃO EXISTENTE	12.30 FECHAMENTO DE ARQUIVOS	SOB CONSULTA

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

### 13 EDITORIAL (CD/DVD)

DESCRIÇÃO	PRODUTOS	VALOR MÉDIO (R\$)
Projetos para design para CD e DVD com formatos diferenciados e/ou acabamentos especiais.	13.1 PROJETO GRÁFICO (PROJETOS PERSONALIZADOS)	4.590
	13.2 DIAGRAMAÇÃO E ARTES-FINAIS	3.750
Projetos de design para CD e DVD com formato padrão de mercado.	13.3 CAPA	1.480
	13.4 CONTRACAPA	760
	13.5 ENCARTE (PROJETO GRÁFICO E DIAGRAMAÇÃO)	4.720
	13.6 LABEL	780
DIVERSOS	13.7 IMPRESSÃO DO LABEL NO CD/DVD OU ETIQUETA	SOB CONSULTA
	13.8 DUPLICAÇÃO DE CD/DVD	SOB CONSULTA

## 14 EDITORIAL (DIVERSOS)



**Atenção!**

Item 14.2 – considera-se que já existe um idioma diagramado pelo mesmo designer e ele aproveitará parte do idioma existente.



Item 14.17 – 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.

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>	14.1 ORGANOGRAMA / FLUXOGRAMA – POR UNIDADE	950
	14.2 DIAGRAMAÇÃO PARA OUTROS IDIOMAS	<b>DE 50% A 70% DO VALOR DA DIAGRAMAÇÃO ORIGINAL</b>
	14.3 GRÁFICOS SIMPLES – POR UNIDADE	600
	14.4 GRÁFICOS COMPLEXOS – POR UNIDADE	950
	14.5 TABELAS SIMPLES – POR UNIDADE	250
	14.6 TABELAS COMPLEXAS – POR UNIDADE	550
<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>	14.7 EMENDAS DE TEXTO – ATÉ A SEGUNDA REVISÃO	<b>INCLUÍDA NA DIAGRAMAÇÃO</b>
	14.8 EMENDAS DE TEXTO – A PARTIR DA TERCEIRA REVISÃO	<b>ACRÉSCIMO DE PELO MENOS 30% DO VALOR TOTAL DE EDITORAÇÃO</b>
	14.9 SOMENTE EMENDAS DE TEXTO E GERAÇÃO DE PDF – POR HORA	120
<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>	14.10 PUBLICAÇÕES SOMENTE COM ESTILOS DE TEXTO	700
	14.11 PUBLICAÇÕES COM ESTILOS DE TEXTO, GRÁFICOS, FIGURAS E OUTROS ELEMENTOS GRÁFICOS	1.200
	14.12 REVISTAS, JORNAIS E JORNAIS INFORMATIVOS	2.700
<b>DIVERSOS</b>	14.13 ADAPTAÇÃO DE PROJETO GRÁFICO*	<b>ATÉ 60% DO VALOR DO PROJETO GRÁFICO</b>
	14.14 LAYOUT DE CINTA PARA LIVROS	450
	14.15 SCANNER DE IMAGEM – ALTA RESOLUÇÃO – POR UNIDADE	250
	14.16 RETOQUE / TRATAMENTO DE IMAGEM – POR HORA	350
	14.17 "REFAÇÃO" OU REDIAGRAMAÇÃO DE CONTEÚDO POR MOTIVO REENVIO DE MATERIAL	<b>ACRÉSCIMO DE ATÉ 50% DO VALOR DE EDITORAÇÃO</b>

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.

## 15 VESTUÁRIO

DESCRIÇÃO	PRODUTOS	VALOR MÉDIO (R\$)
<b>DESENVOLVIMENTO DE LINHA DE UNIFORMES (LAYOUT + ARTE-FINAL)</b>  <i>Geralmente limita-se ao modelo de uniforme com até três postos de trabalho. Não contempla a confecção.</i>	15.1 MICROEMPRESA	<b>2.500</b>
	15.2 PEQUENA EMPRESA	<b>3.500</b>
	15.3 MÉDIA EMPRESA	<b>5.500</b>
	15.4 GRANDE EMPRESA	<b>SOB CONSULTA</b>
	15.5 APLICAÇÃO DE MARCA EM MODELO DE VESTUÁRIO EXISTENTE (LAYOUT E ARTE-FINAL – POR PEÇA)	<b>650</b>
	15.6 COLETE / JALECO	<b>2.500</b>
<b>DIVERSOS</b>	15.7 ESTAMPA PARA CAMISETA	<b>1.150</b>
	15.8 ESTAMPA PADRONAGEM PARA TECIDOS	<b>4.350</b>
	UNIFORMES ESPORTIVOS (PRINCIPAL, SECUNDÁRIO, 3º UNIFORME – VALOR POR MODELO)*	
	15.9 EQUIPES AMADORAS	<b>4.550</b>
	15.10 EQUIPES PROFISSIONAIS	<b>9.790</b>
	15.11 EQUIPES PROFISSIONAIS DE RENOME	<b>SOB CONSULTA</b>
	15.12 DESENHO TIPOGRÁFICO – NÚMERO DA CAMISA (NÚMEROS DE 0 A 9)**	<b>7.350</b>
<i>Obs.: *No caso de uniformes para times de futebol, costumeiramente, temos até três uniformes. O primeiro é o modelo principal; o segundo é o modelo para uso quando o time é visitante e o mandante tem uniforme similar ao time mandante do jogo. O terceiro uniforme é muito utilizado para momentos especiais, como jogos amistosos, comemorativos ou até mesmo com objetivo comercial específico. ** O desenho tipográfico dos números das camisas podem ser personalizados, sendo criados os caracteres de 0 a 9. Já para o eventual uso de nomes dos atletas, usa-se uma tipografi</i>		



## 16 EMBALAGEM

DESCRIÇÃO	PRODUTOS	IDENTIDADE VISUAL	DESIGN DA PEÇA
DIVERSOS	16.1 BLISTER (EX.: EMBALAGEM PARA PILHAS)	<b>1.500</b>	<b>1.000</b>
	16.2 CAIXA CARTUCHO (EX.: CAIXA DE SABÃO EM PÓ)	<b>2.100</b>	<b>2.500</b>
	16.3 CAIXA FLIP TOP (TAMPA PRESA À EMBALAGEM)	<b>2.100</b>	<b>2.500</b>
	16.4 CAIXA MASTER (EX.: CAIXA PARA BARRAS DE CEREAL)	<b>2.100</b>	<b>2.500</b>
	16.5 CAIXA SIMPLES (EX.: CAIXA DE CAMISA)	<b>2.100</b>	<b>2.500</b>
	16.6 CARTELA (EX.: EMBALAGEM DE MEIA)	<b>1.500</b>	<b>1.000</b>
	16.7 EMBALAGEM FLOW PACK (EX.: SACO DE FEIJÃO)	<b>1.500</b>	<b>2.500</b>
	16.8 ESTOJO (EX.: CAIXA PARA LÁPIS DE COR)	<b>2.100</b>	<b>1.100</b>
DIVERSOS (continuação)	16.9 KIT EDITORIAL (EX.: EMBALAGEM PARA COLEÇÃO DE LIVROS)	<b>5.500</b>	<b>4.500</b>
	16.10 LINHA DE EMBALAGENS – POR PRODUTO	<b>8.500</b>	<b>7.500</b>
	16.11 RÓTULO/MANGA OU SLEEVE (EX.: GARRAFA PET, SHAMPOO, FRASCOS DIVERSOS)	<b>1.900</b>	-
	16.12 SACHÊ (EX.: SOPA EM PÓ)	<b>2.500</b>	<b>1.000</b>
	16.13 SACOLA	<b>2.500</b>	<b>2.000</b>

## 17 SERVIÇOS DIGITAIS • MÍDIAS INTERATIVAS

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>	17.1 PROJETO GRÁFICO	<b>SOB CONSULTA</b>
	17.2 DIAGRAMAÇÃO	<b>SOB CONSULTA</b>
<b>E-BOOK</b> <i>Trata-se de livros e revistas para smartphones e tablets, montados em softwares de editoração eletrônica, tendo como resultado aplicativos (APP) a serem distribuídos pelas tradicionais lojas de aplicativos on-line.</i>	17.3 PROJETO GRÁFICO	<b>4.500</b>
	17.4 DIAGRAMAÇÃO – POR PÁGINA	<b>250</b>
<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>	17.5 SOMENTE TEXTO (UMA LAUDA CORRESPONDE A 1.400 CARACTERES DE TEXTO)	<b>A PARTIR DE 20 (POR LAUDA)</b>
	17.6 ÁUDIO E VÍDEO (SOMENTE A INSERÇÃO DO ARQUIVO DE ÁUDIO E/OU VÍDEO NO TRABALHO – POR UNIDADE)	<b>100</b>
<b>E-PUB DE LAYOUT FIXO</b> <i>É uma variação do formato ePUB dedicado para leitura no aplicativo iBooks, da Apple.</i>	17.7 PROJETO GRÁFICO	<b>4.500</b>
	17.8 DIAGRAMAÇÃO – POR PÁGINA	<b>150</b>
	17.9 ÁUDIO E VÍDEO (SOMENTE A INSERÇÃO DO ARQUIVO DE ÁUDIO E/OU VÍDEO NO TRABALHO – POR UNIDADE)	<b>100</b>
<b>DIVERSOS</b>	17.10 IMAGENS, TABELAS E GRÁFICOS	<b>VER ITEM 13 (EDITORIAL / DIVERSOS)</b>
	17.11 CONVERSÃO DE ARQUIVO INDESIGN PARA PUBLICAÇÃO DIGITAL (E-BOOK / E-PUB)	<b>A PARTIR DE 50% DO VALOR DA DIAGRAMAÇÃO – POR PÁGINA</b>

## 18 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>18.1 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>18.2 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>18.3 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>18.4 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>			

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

	PRODUTOS	VALOR MÉDIO (R\$)
POSTS (REDES SOCIAIS)	19.1 POST (FEED) – INDIVIDUAL	980
	19.2 STORY INDIVIDUAL (SEM ANIMAÇÃO) – INDIVIDUAL	1250
	19.3 STORY INDIVIDUAL (ANIMADO) – INDIVIDUAL	2250
	19.4 POST CARROSSEL (COM 2 A 10 TELAS)	3250
<i>Obs.: recomenda-se a aplicação de valores com desconto para "pacotes" semanais ou mensais. São entregues apenas o arquivo da imagem ou vídeo para inserção nas redes sociais.</i>		
DIVERSOS	19.5 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	750
	19.6 CARTÃO DIGITAL (POR PEÇA)	650
	19.7 PANFLETO DIGITAL (POR PEÇA)	1350
	19.8 CARDÁPIO DIGITAL (POR PEÇA)	1950
MOBILE APP	19.9 DESENVOLVIMENTO DE APLICATIVO MOBILE	45.000
<i>Obs.: reformatação de posts já criados: 60% do valor acima, por unidade. O cliente deverá fornecer os arquivos abertos para edição do(s) post(s).</i>		

## 20 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>	20.1 MICROEMPREENDEDOR INDIVIDUAL (MEI)	<b>5.850</b>
	20.2 MICROEMPRESA	<b>8.450</b>
	20.3 PEQUENA EMPRESA	<b>11.700</b>
	20.4 MÉDIA EMPRESA	<b>19.500</b>
	20.5 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.	20.6 MICROEMPREENDEDOR INDIVIDUAL (MEI)	<b>4.095</b>
	20.7 MICROEMPRESA	<b>5.915</b>
	20.8 PEQUENA EMPRESA	<b>8.190</b>
	20.9 MÉDIA EMPRESA	<b>13.650</b>
	20.10 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.	20.11 MICROEMPREENDEDOR INDIVIDUAL (MEI)	<b>3.510</b>
	20.12 MICROEMPRESA	<b>5.070</b>
	20.13 PEQUENA EMPRESA	<b>7.020</b>
	20.14 MÉDIA EMPRESA	<b>11.700</b>
	20.15 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.	20.16 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>	20.17 PRODUÇÃO DE CONTEÚDO	SOB CONSULTA
	20.18 LAYOUT E PRODUÇÃO DE HTML	3.650
	20.19 SOMENTE A PRODUÇÃO DE HTML	650
	20.20 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>	20.21 PRODUÇÃO DE CONTEÚDO	SOB CONSULTA
	20.22 LAYOUT E PRODUÇÃO DE HTML	2.450
	20.23 SOMENTE A PRODUÇÃO DE HTML	650
	20.24 DISPARO E GESTÃO	SOB CONSULTA

## 21 SERVIÇOS DIGITAIS – MULTIMÍDIA E APRESENTAÇÕES

DESCRIÇÃO	PRODUTOS	VALOR MÉDIO (R\$)
<b>APRESENTAÇÃO</b> <i>(Powerpoint ou similar)</i>	21.1 PROJETO GRÁFICO / DESIGN CONCEITO (INCLUI CRIAÇÃO DE TEMPLATE)	6.450
	21.2 DESIGN DE CAPA	1.150
	21.3 LAYOUT DE SLIDES (BAIXA COMPLEXIDADE): TEXTOS E ELEMENTOS GRÁFICOS SIMPLES – POR SLIDE	150
	21.4 LAYOUT DE SLIDES (MÉDIA COMPLEXIDADE): TEXTOS, IMAGENS, GRÁFICOS E / OU TABELAS ÁUDIO E VÍDEO – POR SLIDE	450
	21.5 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>	21.6 PROJETO GRÁFICO / DESIGN CONCEITO (INCLUI CRIAÇÃO DE TEMPLATE)	6.450
	21.7 INTERFACE PARA NAVEGAÇÃO DO CD/DVD	SOB CONSULTA

## 22 UX DESIGN – ENTREGÁVEIS

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

DESCRIÇÃO	ENTREGÁVEIS / PRODUTOS	VALOR MÉDIO (R\$)
<i>Entendimento do negócio (imersão)</i>	22.1 INVENTÁRIO DE CONTEÚDO	<b>4.000</b>
	22.2 MAPA DO SITE	<b>6.000</b>
	22.3 RELATÓRIO DE ANÁLISE DA CONCORRÊNCIA	<b>20.000</b>
	22.4 LEVANTAMENTO E ANÁLISE DAS INFORMAÇÕES E DAS FUNCIONALIDADES NECESSÁRIAS NO PROJETO	<b>24.000</b>
	22.5 IDENTIFICAÇÃO DO FLUXO PRINCIPAL E DOS FLUXOS AUXILIARES DOS PROCESSOS DE NEGÓCIO	<b>30.000</b>
<i>Pesquisa do usuário</i>	22.6 IDENTIFICAÇÃO DAS PERSONAS	<b>10.000</b>
	22.7 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>	22.8 BAIXA COMPLEXIDADE (DE UM A CINCO ETAPAS)	<b>6.000</b>
	22.9 MÉDIA COMPLEXIDADE (DE CINCO A 15 ETAPAS)	<b>14.000</b>
	22.10 ALTA COMPLEXIDADE (ACIMA DE 15 ETAPAS)	<b>SOB CONSULTA</b>
<b>DIAGNÓSTICO – LEVANTAMENTO E VALIDAÇÃO DE HIPÓTESES DE SOLUÇÕES</b>		
<i>Ideação</i>	22.11 BRAINSTORMING	<b>2.000</b>
	22.12 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>

DESCRIÇÃO	ENTREGÁVEIS / PRODUTOS	VALOR MÉDIO (R\$)
<i>Prototipação</i>	22.13 PROTÓTIPOS DE BAIXA FIDELIDADE NÃO FUNCIONAL	<b>6.000</b>
	22.14 PROTÓTIPOS DE BAIXA FIDELIDADE FUNCIONAL	<b>9.000</b>
	22.15 PROTÓTIPOS DE ALTA FIDELIDADE NÃO FUNCIONAL	<b>10.000</b>
	22.16 PROTÓTIPOS DE ALTA FIDELIDADE FUNCIONAL	<b>30.000</b>
<b>APLICAÇÃO E ACOMPANHAMENTO DE RESULTADOS DA SOLUÇÃO</b>		
DESCRIÇÃO	ENTREGÁVEIS (PRODUTOS)	VALOR MÉDIO (R\$)
<i>Implementação</i>	22.17 DEFINIÇÃO DE ALINHAMENTO E TIPOGRAFIA DAS FUNCIONALIDADES DO SISTEMA/PORTAL	<b>30.000</b>
	22.18 CRIAR E ORGANIZAR A ESTRUTURA DE ESTILOS (CSS) DOS PROJETOS DE SOFTWARE	<b>10.000</b>
	22.19 GARANTIR QUE A INTERFACE DO SISTEMA/PORTAL SEJA TOTALMENTE RESPONSIVA	<b>20.000</b>
	22.20 ADEQUAR PÁGINAS HTML AOS REQUISITOS DE ACESSIBILIDADE (PADRÃO EMAG)	<b>10.000</b>
<i>Avaliação</i>	22.21 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>	22.22 WIREFRAME ESTÁTICO	<b>6.000</b>
	22.23 FLUXOGRAMA / DIAGRAMA DE ATIVIDADE	<b>10.000</b>
	22.24 MOCKUP VISUAL	<b>8.000</b>
	22.25 MODELO CONCEITUAL	<b>20.000</b>
	22.26 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>		



## 23 CONSULTORIA EM DESIGN

HORA TÉCNICA	NÍVEL DE QUALIFICAÇÃO DO PROFISSIONAL	VALOR MÉDIO (R\$)
	23.1 TECNÓLOGO EM DESIGN	120
	23.2 TRAINEE	120
	23.3 DESIGNER JÚNIOR	165
	23.4 DESIGNER PLENO	225
	23.5 DESIGNER SÊNIOR	310
	23.6 DESIGNER COORDENADOR	395

## 24 MENTORIA

HORA TÉCNICA	NÍVEL DE QUALIFICAÇÃO DO PROFISSIONAL	VALOR MÉDIO (R\$)
	24.1 DESIGNER PLENO	315
	24.2 DESIGNER SÊNIOR	434
	24.3 DESIGNER COORDENADOR	553

*A mentoria é o processo de crescimento profissional, acompanhado por um mentor. Um profissional mais experiente ou referência na área acompanha outro profissional "menos experiente", com o objetivo de passar conhecimento, dar opiniões ou direção sobre um projeto. Pode ser presencial ou à distância, individual ou em grupo. O mentor pode ajudar um grupo propondo soluções num projeto de design, por exemplo. Mas ele não resolve o problema, apenas orienta, compartilha experiências e avalia o projeto.*

*Se é designer renomado (ou de referência na área) pode aplicar valores maiores que os sugeridos acima. Pois os valores são referenciais.*

## 25 ILUSTRAÇÃO

PRODUTO	VALOR MÉDIO (R\$)			
	CAPA	PÁGINA SIMPLES	VINHETA	INFOGRÁFICO
25.1 CARTILHAS E MANUAIS	1.500	1.000	250	1.000
25.2 JORNAL	2.500	900	250	1.000
25.3 HOUSE ORGAN	2.500	1.000	400	1.000
25.4 REVISTA	5.000	1.000	250	1.000
25.5 LIVRO	3.000	800	250	1.500
25.6 LIVRO INFANTIL / JUVENIL	3.000	800	250	1.200
25.7 LIVRO DIDÁTICO / IDIOMAS	3.000	800	250	1.000
25.8 RELATÓRIO ANUAL	5.000	1.800	900	1.500
<b>DIVERSOS</b>				
PRODUTO				VALOR MÉDIO (R\$)
25.9 CARTÃO POSTAL				3.100
25.10 CHARGE / CARTOON / CARICATURA				1.500
25.11 MAPA (COMPLEXO)				4.500
25.12 MAPA (SIMPLES)				1.500
25.13 ILUSTRAÇÃO PUBLICITÁRIA				2.500
25.14 PERSONAGEM / MASCOTE – MICROEMPRESA				1.900
25.15 PERSONAGEM / MASCOTE – PEQUENA EMPRESA				2.500
25.16 PERSONAGEM / MASCOTE – MÉDIA EMPRESA				3.750
25.17 PERSONAGEM / MASCOTE – GRANDE EMPRESA				SOB CONSULTA
25.18 STICKER				1.500
Obs.: valores por unidade.				

# DEGRAF



**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).

## **DIRETORIA 2020-2022**

*Presidente: Marcos Moreira*

*Diretora de Relações Públicas: Fátima Leão*

*Diretora Administrativa: Lilyan Gutierrez*

*Diretor Financeiro: David Arantes*

### **CONSELHO FISCAL**

*Cláudia Elmoor*

*Eduardo Meneses*

*Fernando Rabello*

### **CONSELHO DELIBERATIVO**

*Alessandra Maia*

*Eneida Figueiredo*

*Paulo Bertoni*

### **PROJETO GRÁFICO:**

*Wagner Alves*

### **COLABORADORES – TABELA ADEGRAF:**

*Andrea Castello Branco Judice*

*Bruno Schurmann*

*Caio Porto*

*Carlos Neri*

*Cláudia El-moor*

*David Arantes*

*David Borges*

*Eduardo Meneses*

*Eneida Figueiredo*

*Fátima Leão*

*Leonardo Antonialli*

*Marcelo Judice*

*Marcelo Terraza*

*Maurício Borges*

*Oni Design de Negócios*

*Paulo Bertoni*

*Priscilla Campos*

*Thiago Gualberto*

*Wagner Alves*

*Walter Mattos*

*Wesley Rocha*

TABELA REFERENCIAL DE VALORES 2021/2022

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

WWW.ADEGRAF.ORG.BR • FACEBOOK: ADEGRAF