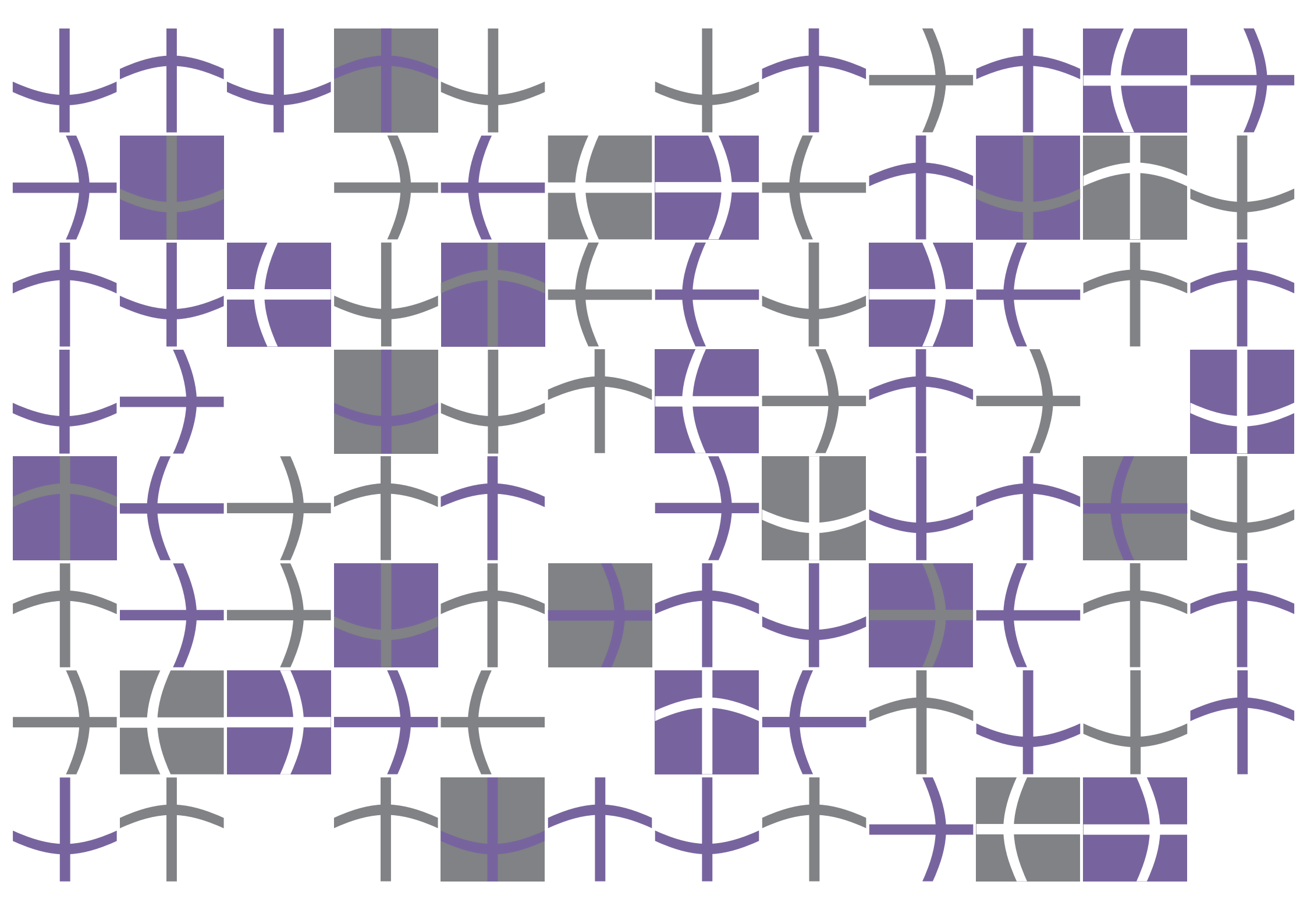


TABELA REFERENCIAL DE VALORES 2025/2026

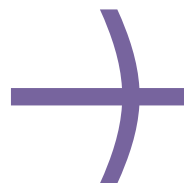
**ADEGRAF** ASSOCIAÇÃO DOS  
DESIGNERS GRÁFICOS  
DO DISTRITO FEDERAL

WWW.ADEGRAF.ORG.BR • INSTAGRAM: @ADEGRAF\_DF

Versão 1/2025



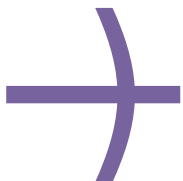
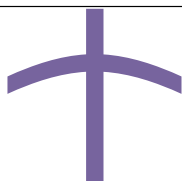
**ADEGRAF**



**TABELA REFERENCIAL DE VALORES 2025/2026**

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

*WWW.ADEGRAF.ORG.BR • INSTAGRAM: @ADEGRAF\_DF*





A Associação dos Designers Gráficos do DF é uma sociedade civil sem fins lucrativos cuja finalidade é congrega profissionais e estudantes de Design, oferecendo capacitação, orientação e apoio aos associados, bem como contribuir na elevação do padrão de excelência do Design, por meio da promoção de empresas e profissionais competentes, do respeito aos padrões éticos da profissão e de ferramentas que ajudem a regular as relações entre os profissionais e o mercado.

**Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)**  
**(Câmara Brasileira do Livro, SP, Brasil)**

Tabela referencial de valores de serviços de design 2025/2026 [livro eletrônico] : um guia de precificação para designers e clientes / Associação dos Designers Gráficos do DF - ADEGRAF. -- Brasília, DF : Ed. dos Autores, 2025. -- (Tabela referencial de valores ; 9) PDF

Vários colaboradores.  
ISBN 978-65-01-41048-7

1. Design 2. Design - Aspectos econômicos  
3. Preços I. Associação dos Designers Gráficos do DF - ADEGRAF. II. Série.

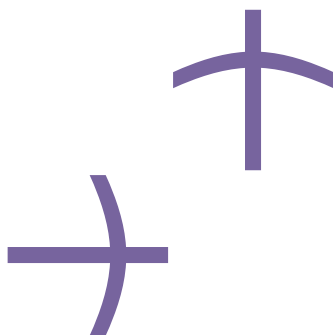
25-264140

CDD-740.023

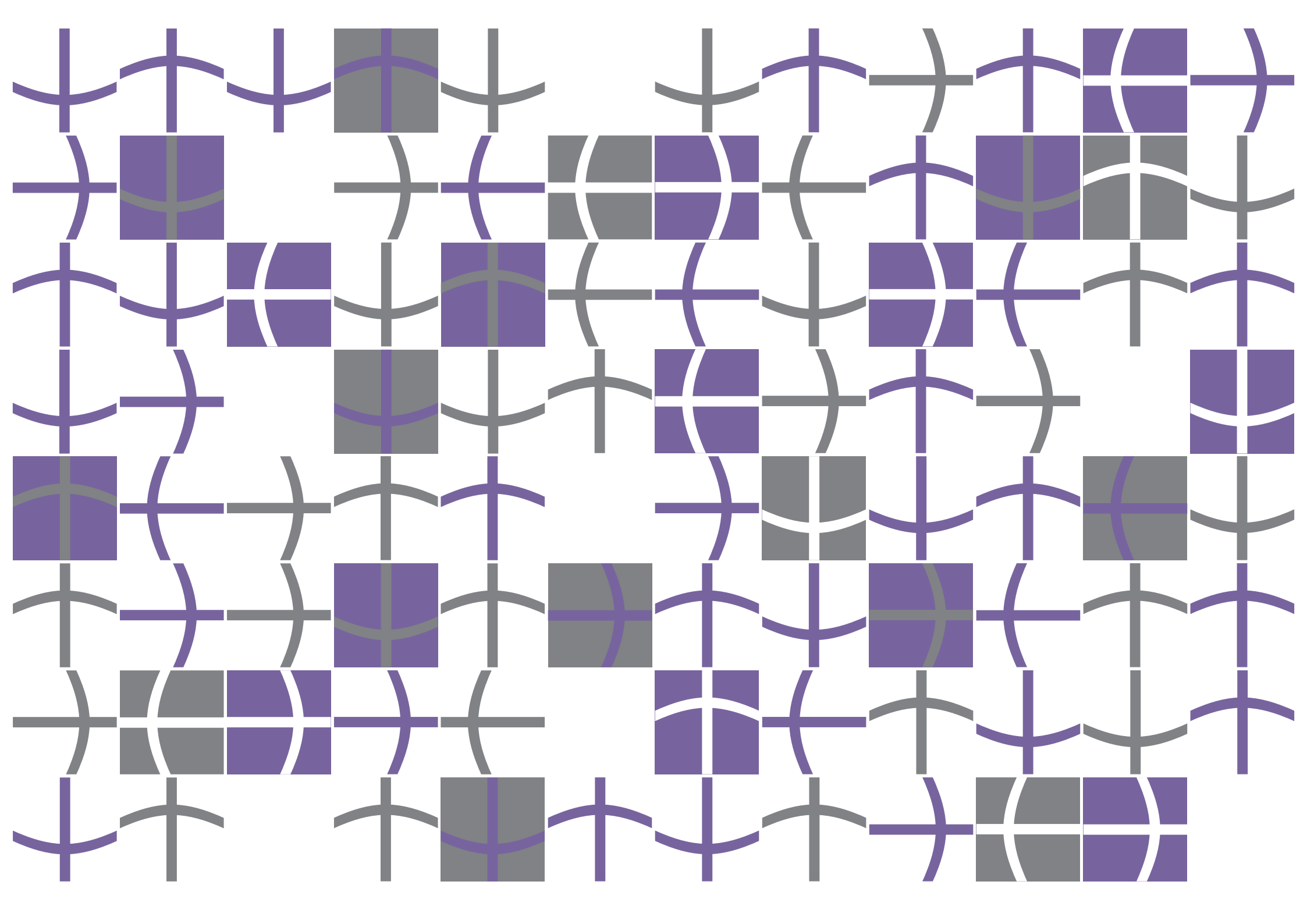
**Índices para catálogo sistemático:**

1. Design : Valores de serviços 740.023

Eliete Marques da Silva - Bibliotecária - CRB-8/9380



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 PARA CAMPANHAS	11
6	MANUAL DE IDENTIDADE VISUAL / MANUAL DE MARCA / BRAND BOOK	12
7	PAPELARIA INSTITUCIONAL	13
8	PROJETOS DE DESIGN PARA PONTO DE VENDA (PDV)	14
9	DESIGN DE PEÇAS PROMOCIONAIS/DIVULGAÇÃO/IMPRESSOS	15
10	SINALIZAÇÃO	19
11	MÍDIA INTERNA E EXTERNA	20
12	EDITORIAL (PUBLICAÇÕES)	21
13	EDITORIAL (DIVERSOS)	22
14	VESTUÁRIO	24
15	EMBALAGEM	25
16	SERVIÇOS DIGITAIS • MÍDIAS INTERATIVAS	26
17	SERVIÇOS DIGITAIS • REDES SOCIAIS	27
18	SERVIÇOS DIGITAIS • PEÇAS REDES SOCIAIS	28
19	SERVIÇOS DIGITAIS • UI DESIGN	29
20	SERVIÇOS DIGITAIS • MULTIMÍDIA E APRESENTAÇÕES	30
21	SERVIÇOS DIGITAIS • DIVERSOS	31
22	ANIMAÇÃO/MOTION DESIGN	32
23	UX DESIGN	33
24	CONSULTORIA EM DESIGN	35
25	MENTORIA	35
26	ILUSTRAÇÃO	36



## INTRODUÇÃO

*A Tabela Referencial de Valores da Associação dos Designers Gráficos do Distrito Federal (ADEGRAF) foi criada com o propósito de apoiar designers na construção de propostas financeiras mais justas, conscientes e valorizadas.*

*Chegamos à 9ª edição, atualizada em março de 2025, reafirmando nosso compromisso com a valorização da profissão e com o fortalecimento de uma cultura de precificação mais clara, transparente e coerente com a realidade do mercado brasileiro.*

*Os serviços e produtos aqui listados refletem as demandas mais recorrentes do dia a dia profissional. Nós sabemos que o design está sempre em movimento — por isso, novos serviços poderão ser incorporados em futuras atualizações, mantendo esta ferramenta sempre viva, útil e atualizada.*

*É importante lembrar que os valores sugeridos têm caráter referencial. Cada profissional ou empresa deve adaptar suas propostas considerando sua trajetória, experiência, estrutura de custos, urgência dos projetos, complexidade das entregas, aquisição de recursos*

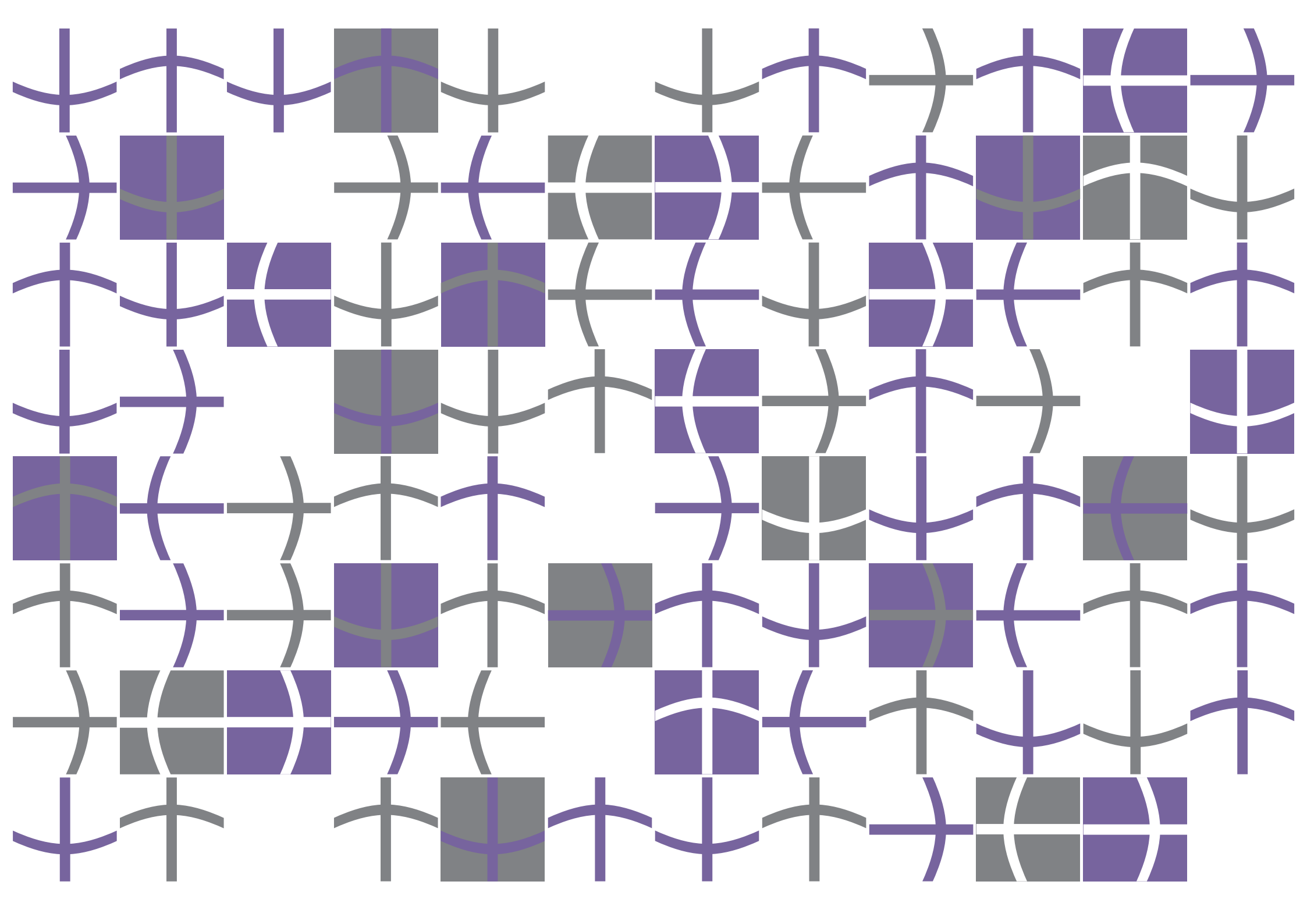
*específicos (como fontes e imagens comerciais) e, se necessário, terceirização de serviços ou acompanhamento gráfico da produção final.*

*Outros fatores também influenciam o orçamento final, como o porte e o perfil do cliente, a quantidade de peças produzidas e a visibilidade do material entregue. Para auxiliar nessa análise, sugerimos a classificação de empresas com base nos critérios utilizados por instituições como o Sebrae.*

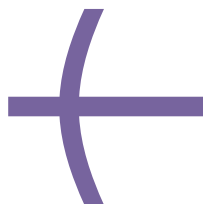
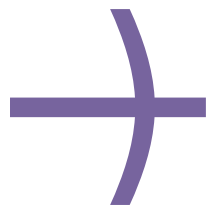
*Embora esta tabela tenha como referência o mercado do DF, ela é amplamente consultada por profissionais de todo o país. Sabemos que há diferenças regionais nos valores praticados. Ainda assim, acreditamos que a qualidade dos serviços prestados deve ser sempre o principal parâmetro para que possamos, juntos, construir um mercado mais equilibrado, justo e valorizado.*

*A ADEGRAF acredita no poder do design como força transformadora na economia criativa. E é com esse espírito colaborativo que convidamos você a utilizar esta tabela como ferramenta de orientação, reflexão e valorização do design e do seu trabalho, designer.*









## OBSERVAÇÕES IMPORTANTES

### ACOMPANHAMENTO GRÁFICO E RESPONSABILIDADE DO DESIGNER

**O percentual de acompanhamento gráfico é de aproximadamente 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.

### DIFERENÇA ENTRE O DESIGN DA PEÇA E O DESIGN GRÁFICO DA PEÇA

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.

### 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. É recomendado que o designer oriente sobre esse custo antes de começar o serviço, valorizando o compromisso firmado, a fim de não gerar ônus indesejado

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

Microempreendedor Individual (MEI)	Para poder se enquadrar, é necessário receber receita bruta de até R\$ 81.000,00 desde 2018. Além de outros requisitos.
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	São as empresas que faturam mais do que os R\$ 360.000,00 podendo ganhar até R\$4,8 milhões anuais.
Empresa de médio porte	Os critérios das médias e grandes empresas ocorrem de acordo com órgãos públicos ou de fiscalização. O BNDS (Banco Nacional do Desenvolvimento) classifica o tamanho da empresa, utilizando o faturamento: Empresa média – Entre R\$ 16 milhões, até R\$ 90 milhões anuais.
Empresa de grande porte	Empresas de grande porte com faturamento acima R\$ 300 milhões anuais.

1 BRANDING / GESTÃO DE MARCAS		
DESCRIÇÃO	PRODUTO	VALOR MÉDIO (R\$)
1.1 ELABORAÇÃO DE DIAGNÓSTICOS E ESTRATÉGIAS	MICROEMPREENDEDOR INDIVIDUAL (MEI)	6.814
	MICROEMPRESA	12.894
	PEQUENA EMPRESA	29.877
	MÉDIA EMPRESA	50.528
	GRANDE EMPRESA	SOB CONSULTA
1.2 CRIAÇÃO DAS EXPRESSÕES FÍSICAS E COMPORTAMENTAIS DA MARCA - IDENTIDADES VISUAIS, VERBAIS E SENSORIAIS	MICROEMPREENDEDOR INDIVIDUAL (MEI)	5.346
	MICROEMPRESA	8.596
	PEQUENA EMPRESA	21.490
	MÉDIA EMPRESA	33.860
	GRANDE EMPRESA	SOB CONSULTA
1.3 ELABORAÇÃO DO BRANDBOOK - SÍNTESE DE TODO PROJETO E MANUAIS DE USO	MICROEMPREENDEDOR INDIVIDUAL (MEI)	3.355
	MICROEMPRESA	6.552
	PEQUENA EMPRESA	11.007
	MÉDIA EMPRESA	23.587
	GRANDE EMPRESA	SOB CONSULTA
1.4 CRIAÇÃO DE CAMPANHAS DE DISSEMINAÇÃO DA MARCA (SEM CUSTOS DE PRODUÇÃO)	MICROEMPREENDEDOR INDIVIDUAL (MEI)	5.346
	MICROEMPRESA	12.684
	PEQUENA EMPRESA	25.369
	MÉDIA EMPRESA	42.246
	GRANDE EMPRESA	SOB CONSULTA



**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.



**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)	3.984
	2.2 MICROEMPRESA	6.919
	2.3 PEQUENA EMPRESA	9.854
	2.4 MÉDIA EMPRESA	19.079
	2.5 GRANDE EMPRESA	SOB CONSULTA
DIVERSOS	2.6 PRODUTOS OU SERVIÇOS	12.999
	2.7 EVENTO	15.829
	2.8 SLOGAN/TAGLINE	10.797

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; 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 E GRANDE EMPRESA	20.200
	3.5 GRANDE EMPRESA	SOB CONSULTA
<b>PIV (INTERMEDIÁRIO)</b> Produtos sugeridos: a) desenho da marca, conforme PIV Básico; 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	4.256
	3.7 PEQUENA EMPRESA	8.544
	3.8 MÉDIA EMPRESA	12.160
	3.9 GRANDE EMPRESA	21.176

DESCRIÇÃO	PRODUTOS	VALOR MÉDIO (R\$)
<b>PIV (COMPLETO)</b> <i>Produto: a definir entre as partes.</i>	3.10 MICRO, PEQUENA, MÉDIA E GRANDE EMPRESA	<b>SOB CONSULTA</b>
<b>REDESIGN DE MARCA</b>	3.11 PROJETO DE REDESIGN DE MARCA	<b>50% A MAIS DO VALOR DE PVI NOVO</b>
<b>ANÁLISE DE MARCA</b>	3.12 MICROEMPRESA	<b>3.774</b>
	3.13 PEQUENA EMPRESA	<b>6.038</b>
	3.14 MÉDIA EMPRESA	<b>9.216</b>
	3.15 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>	3.16 EVENTO PERIÓDICO	<b>10.875</b>
	3.17 EVENTO ÚNICO	<b>15.234</b>
<b>PIV PARA EVENTOS (INTERMEDIÁRIO)</b> <i>Produtos sugeridos: criação de identidade visual + o design entre oito a doze peças gráficas*.</i>	3.18 EVENTO PERIÓDICO	<b>15.598</b>
	3.19 EVENTO ÚNICO	<b>21.838</b>
<b>PIV PARA EVENTOS (COMPLETO)</b> <i>Sob consulta</i>	3.20 EVENTO PERIÓDICO	<b>SOB CONSULTA</b>
	3.21 EVENTO ÚNICO	<b>SOB CONSULTA</b>
<i>*Exemplos de peças gráficas desenvolvidas para eventos: adesivos, avental, backdrop, 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>		
<b>VETORIZAÇÃO DE MARCA</b>	3.22 VETORIZAÇÃO DE MARCA JÁ EXISTENTE	<b>1.206</b>
<b>DESENVOLVIMENTO DE PEÇAS INDIVIDUAIS (LAYOUT E ARTE FINAL).</b>	3.23 LAYOUT DE MODELOS (MOCKUPS OU DESENHOS ESQUEMÁTICOS)	<b>750 (POR ITEM)</b>
<i>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.</i>		



#### 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\$)
<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>  <i>Sugere-se a inclusão de até cinco exemplos de aplicação de marca em peças gráfica, combinados com o cliente.</i>	4.1 MARCA PARA CAMPANHA PROMOCIONAL	5.598
	4.2 MARCA COMEMORATIVA	4.256
	4.3 MARCA PARA EMPREENDIMENTO IMOBILIÁRIO	6.437
	4.4 MARCA PARA EVENTO PERIÓDICO	3.480
	4.5 MARCA PARA EVENTO ÚNICO	4.644
	4.6 MARCA PARA PRODUTO	7.946

## 5 CRIAÇÃO DE IDENTIDADE VISUAL PARA CAMPANHAS\*

DESCRIÇÃO	PRODUTOS	A PARTIR DE (R\$)
<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 a marca e o Manual de Marca (MM).</b></i>	5.1 IDV (BAIXA COMPLEXIDADE)	11.124
	5.2 IDV (MÉDIA E ALTA COMPLEXIDADE)	SOB CONSULTA
<i>Kit de campanha 1: marca + 1 santinho, 1 adesivo de carro, 1 cartaz ou banner, 1 folder, 1 outdoor, 1 camiseta, 3 faixas e tratamento de imagem do candidato.</i>	5.3 KIT IDV (BAIXA COMPLEXIDADE)	21.136
<i>Kit de campanha 2: Peças do Kit 1 + peças a combinar</i>	5.4 KIT IDV (MÉDIA E ALTA COMPLEXIDADE)	SOB CONSULTA

Obs.: em geral, considera-se projeto de baixa complexidade (projetos locais/municipais), de média complexidade (projetos regionais/estaduais) e de alta complexidade (projetos nacionais).

\* Campanhas políticas, para associações, entidades de classe, sindicatos etc.

## 6 MANUAL DE IDENTIDADE VISUAL / MANUAL DE MARCA / BRANDBOOK

MANUAL DE IDENTIDADE VISUAL (MIV)	LAYOUTS, DIAGRAMAÇÃO E FINALIZAÇÃO DO MANUAL	
	6.1 MICROEMPREENDEDOR INDIVIDUAL (MEI)	5.189
	6.2 MICROEMPRESA	8.365
	6.3 PEQUENA, MÉDIA E GRANDE EMPRESA	SOB CONSULTA
MANUAL DE MARCA (MM)	6.4 MICROEMPREENDEDOR INDIVIDUAL (MEI)	2.076
	6.5 MICROEMPRESA	2.906
	6.6 PEQUENA, MÉDIA E GRANDE EMPRESA	SOB CONSULTA
BRANDBOOK (BB)	6.7 MICRO, PEQUENA, MÉDIA E GRANDE EMPRESA	SOB CONSULTA

Esse item é previsto para a criação de **MIV**, **MM** ou **BB** de marca já existente. Quando o designer está desenvolvendo o projeto de marca, espera-se que já está contemple esse item no serviço. Pra isso, os valores seriam um pouco menores. Em razão do designer não ter criado a marca, ele normalmente não conhece o histórico, razões que levaram ao desenho, bem como as especificidades existentes da empresa, exigindo uma análise da marca criada para prever os parâmetros e diretrizes que melhor se adequam no projeto.

O **MIV** contém as orientações gerais do uso correto de uma marca e sua identidade. Em geral, contempla o desenho da marca/logotipo, com as versões (cor 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 temos a marca/logotipo e suas variações (versões).

O **MM** é o documento que traz as informações básicas para a reprodução da marca, protegendo as características definidas na concepção do projeto. Ele contém apenas as informações pertinentes à marca, não apresentando modelos de peças gráficas.

O **BB** é um projeto mais complexo, além dos itens do MIV, ele considera o tom de voz e orientações da linguagem utilizada, é mais profundo na apresentação da missão e valores da empresa. Além disso, envolve de forma mais profunda a integração com o marketing, administração e publicidade da empresa. Entram de forma mais evidente os aspectos: arquitetura de marca, diagnóstico de marca e o seu posicionamento. Elementos que contribuem de forma direta contribui de forma direta com a gestão da marca.

Obs.: a complexidade e quantidade de peças gráficas desenvolvidas dependerá de cada caso.

## 7 PAPELARIA INSTITUCIONAL

DESCRIÇÃO	PRODUTOS	VALOR MÉDIO (R\$)
<b>PEÇAS DE PAPELARIA INSTITUCIONAL</b>  <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>	7.1 BLOCO DE ANOTAÇÕES	<b>658</b>
	7.2 CARTÃO DE AGRADECIMENTO / ANIVERSÁRIO	<b>755</b>
	7.3 CARTÃO DE VISITA SIMPLES (POR UNIDADE)	<b>466</b>
	7.4 CARTÃO DE VISITA COM RECURSOS ESPECIAIS (POR UNIDADE)	<b>755</b>
	7.5 CARTÃO DE VISTAS (IMPLEMENTAÇÃO DE DADOS VARIÁVEIS – POR UNIDADE)	<b>52</b>
	7.6 CRACHÁ (SIMPLES)	<b>466</b>
	7.7 CRACHÁ (COM DADOS VARIÁVEIS – POR UNIDADE)	<b>157</b>
	7.8 ENVELOPE SACO OU OFÍCIO SIMPLES (FACA FORNECIDA)	<b>755</b>
	7.9 ENVELOPE SACO OU OFÍCIO (COM FACA DE CORTE)	<b>2.264</b>
	7.10 ETIQUETA	<b>283</b>
	7.11 FORMULÁRIO SIMPLES (LAYOUT – POR PÁGINA)	<b>157</b>
	7.12 FORMULÁRIO COMPLEXO (LAYOUT – POR PÁGINA)	<b>786</b>
	7.13 PAPEL TIMBRADO (A4/CARTA)	<b>755</b>
	7.14 PAPEL TIMBRADO VERSÃO (CONVERSÃO PARA WORD)	<b>466</b>
	7.15 PASTA (SIMPLES)	<b>755</b>
	7.16 PASTA (COM FACA DE CORTE)	<b>2.264</b>
<b>DIVERSOS</b>	7.17 ARTE FINAL DE PEÇA EXISTENTE*	<b>262 POR UNIDADE</b>
	7.18 ALTERAÇÕES TEXTUAIS EM PEÇA EXISTENTE**	<b>157 POR PEÇA</b>
	7.19 REFAÇÃO*** (APÓS A 3ª REVISÃO)	<b>ADICIONAL DE 30% A 50%</b>

\* Na arte final, o cliente necessita enviar o arquivo editável, com fontes e links. Contudo, é importante atentar-se para o caso de tipografia comercial (paga). Neste caso, deve-se incluir os custos de aquisição da mesma.

\*\* Alterações de nome ou endereço. \*\*\* O percentual depende da quantidade de alterações, podendo cobrar-se o valor de até 100% do serviço, no caso de alteração por completo.

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

DESCRIÇÃO	PRODUTOS	VALOR MÉDIO (R\$)
<b>PDV BÁSICO</b>  <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>  <i>Desenvolvimento de até cinco peças gráficas de PDV a combinar.</i>  <i>Obs.: não contempla o projeto de decoração ou obras para o ambiente.</i>	8.1 MICROEMPRESA	<b>6.814</b>
	8.2 PEQUENA EMPRESA	<b>11.007</b>
	8.3 MÉDIA EMPRESA	<b>17.297</b>
	8.4 GRANDE EMPRESA	<b>SOB CONSULTA</b>
<b>PDV INTERMEDIÁRIO</b>  <i>Produto: mesmo do PDV básico + desenvolvimento de seis a nove peças gráficas de PDV, a combinar.</i>	8.5 MICROEMPRESA	<b>10.483</b>
	8.6 PEQUENA EMPRESA	<b>15.725</b>
	8.7 MÉDIA EMPRESA	<b>20.966</b>
	8.8 GRANDE EMPRESA	<b>SOB CONSULTA</b>
<b>PDV COMPLETO</b>  <i>Produto: sob consulta.</i>	8.9 MICROEMPRESA	<b>SOB CONSULTA</b>
	8.10 PEQUENA EMPRESA	
	8.11 MÉDIA EMPRESA	
	8.12 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.



## 9 DESIGN DE PEÇAS PROMOCIONAIS/DIVULGAÇÃO/IMPRESSOS

DESCRIÇÃO	PRODUTOS	VALOR MÉDIO (R\$)	
		IDENTIDADE VISUAL	DESIGN DA PEÇA
DESIGN DE PEÇAS PARA PDV / PROMOCIONAL	9.1 ADESIVO (CHÃO OU TETO)	1.048	-
	9.2 ADESIVO (PARA VITRINE)	1.572	-
	9.3 ADESIVO SIMPLES	314	-
	9.4 AGENDA PERSONALIZADA (PROJETO GRÁFICO)	2.097	-
	9.5 AGENDA PERSONALIZADA (EDITORÇÃO – POR PÁGINA)	42	-
	9.6 BALCÃO DE DEGUSTAÇÃO	2.621	3.050
	9.7 BANDEIRA, BANDEIROLA OU FLÂMULA	870	-
	9.8 BARALHO (CAIXA E CARTAS)	2.621	3.050
	9.9 BOTTON / PIN	576	-
	9.10 BULA DE REMÉDIO	1.816	-
	9.11 CADERNO (PROJETO GRÁFICO E DIAGRAMAÇÃO)	2.621	-
	9.12 CALENDÁRIO DE BOLSO	2.621	1.500
	9.13 CALENDÁRIO DE MESA (PROJETO GRÁFICO)	2.464	-
	9.14 CALENDÁRIO DE MESA (EDITORÇÃO – POR LÂMINA)	340	-
	9.15 CALENDÁRIO DE PAREDE (PROJETO GRÁFICO)	2.464	-
	9.16 CALENDÁRIO DE PAREDE (EDITORÇÃO – POR LÂMINA)	335	-
	9.17 CAPA DE ANTENA (RFID PARA ALARME DE LOJA)	2.097	-
	9.18 CARDÁPIO (EDITORÇÃO – POR LÂMINA)	471	-

DESCRIÇÃO	PRODUTOS	VALOR MÉDIO (R\$)	
		IDENTIDADE VISUAL	DESIGN DA PEÇA
<b>DESIGN DE PEÇAS PARA PDV / PROMOCIONAL</b> (CONTINUAÇÃO)	9.19 CARDÁPIO (PROJETO GRÁFICO)	<b>2.464</b>	-
	9.20 CARTÃO POSTAL	<b>970</b>	-
	9.21 CARTAZ INSTITUCIONAL	<b>2.411</b>	-
	9.22 CARTAZ PROMOCIONAL/EVENTO	<b>1.688</b>	-
	9.23 CARTAZETE	<b>1.447</b>	-
	9.24 CARNÊ (CAPA E MIOLO)	<b>2.411</b>	-
	9.25 CARTEIRINHA (LAYOUT)	<b>628</b>	-
	9.26 CARTEIRINHA (DIAGRAMAÇÃO COM DADOS VARIÁVEIS – POR UNIDADE)	<b>42</b>	-
	9.27 CERTIFICADO (DIAGRAMAÇÃO COM DADOS VARIÁVEIS – POR UNIDADE)	<b>157</b>	-
	9.28 CERTIFICADO (LAYOUT)	<b>786</b>	-
	9.29 CONVITE (COM RECURSOS ESPECIAIS)	<b>1.572</b>	<b>1.258</b>
	9.30 CONVITE (SIMPLES)	<b>786</b>	-
	9.31 CONVITE PARA CASAMENTO	<b>1.572</b>	<b>1.258</b>
	9.32 COOLER PROMOCIONAL	<b>1.572</b>	-
	9.33 CUBO	<b>1.572</b>	<b>1.258</b>
	9.34 DANGLER OU WOBBLER	<b>1.572</b>	<b>1.258</b>
	9.35 DISPLAY (BALCÃO OU MESA)	<b>2.097</b>	<b>2.359</b>
	9.36 DISPLAY (COMPUTADOR OU TABLET)	<b>2.097</b>	<b>2.359</b>
	9.37 DISPLAY (EXPOSITOR)	<b>2.097</b>	<b>2.359</b>

DESCRIÇÃO	PRODUTOS	VALOR MÉDIO (R\$)	
		IDENTIDADE VISUAL	DESIGN DA PEÇA
<b>DESIGN DE PEÇAS PARA PDV / PROMOCIONAL</b> (CONTINUAÇÃO)	9.38 DISPLAY (MONITORES DE COMPUTADOR)	<b>2.097</b>	<b>2.359</b>
	9.39 DISPLAY (PONTA DE GÔNDOLA)	<b>2.097</b>	<b>2.359</b>
	9.40 DISPLAY (VITRINE)	<b>2.883</b>	<b>3.145</b>
	9.41 ETIQUETA (LAYOUT)	<b>210</b>	-
	9.42 ETIQUETA (ARTE FINAL COM DADOS VARIÁVEIS – POR UNIDADE)	<b>157</b>	-
	9.43 FACHADA DE LOJA	<b>9.173</b>	-
	9.44 FAIXA DE GÔNDOLA	<b>2.097</b>	<b>2.201</b>
	9.45 FAIXA DE RUA	<b>629</b>	-
	9.46 FOLDER (PROJETO GRÁFICO E DIAGRAMAÇÃO)	<b>1.835</b>	<b>1.363</b>
	9.47 FOLHETO OU LÂMINA	<b>1.127</b>	-
	9.48 INGRESSO	<b>1.127</b>	<b>1.127</b>
	9.49 JOGO AMERICANO	<b>1.127</b>	-
	9.50 MALA DIRETA	<b>1.127</b>	-
	9.51 MARCADOR DE PÁGINA	<b>1.127</b>	<b>996</b>
	9.52 MEDALHA	<b>1.127</b>	<b>786</b>
	9.53 MÓBILE	<b>1.835</b>	<b>1.363</b>
	9.54 ORGANIZADOR DE GÔNDOLA	<b>2.621</b>	<b>1.835</b>
	9.55 QUIOSQUE	<b>9.173</b>	<b>10.221</b>
	9.56 RÉGUA DE GÔNDOLA	<b>970</b>	<b>943</b>
	9.57 RISQUE E RABISQUE	<b>1.310</b>	<b>943</b>

DESCRIÇÃO	PRODUTOS	VALOR MÉDIO (R\$)	
		IDENTIDADE VISUAL	DESIGN DA PEÇA
<b>DESIGN DE PEÇAS PARA PDV / PROMOCIONAL</b> (CONTINUAÇÃO)	9.58 PORTA COPOS ("BOLACHA")	<b>524</b>	-
	9.59 STOPPER	<b>1.835</b>	<b>1.415</b>
	9.60 TAKE ONE	<b>1.835</b>	<b>1.415</b>
	9.61 TIRA STRIP	<b>1.835</b>	<b>1.415</b>
	9.62 TOTEM PROMOCIONAL / TRIEDRO	<b>2.097</b>	<b>1.625</b>
	9.63 TROFÉU	<b>1.730</b>	<b>1.835</b>
	9.64 SANTINHO	<b>608</b>	-
	9.65 SELO COMEMORATIVO	<b>2.516</b>	
<i>APLICAÇÃO DE MARCA EM PEÇAS JÁ EXISTENTES (EX.: BRINDES / MATERIAIS PROMOCIONAIS DIVERSOS)</i>	9.66 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)	<b>367</b>	
<i>DIVERSOS</i>	9.67 CARTA/CIRCULAR	<b>577</b>	
	9.68 BRAÇADEIRA	<b>472</b>	

## 10 SINALIZAÇÃO

DESCRIÇÃO	PRODUTOS	VALOR MÉDIO (R\$)
<p><i>O projeto de sinalização percorre as seguintes etapas de trabalho:</i></p> <p><i>a) mapeamento: estudo e levantamento de dados do ambiente, fluxo / comportamento das pessoas, necessidades e expectativas da empresa;</i></p> <p><i>b) criação de identidade visual: definições estéticas, definição de cores, tipografia, necessidades funcionais e formais das peças gráficas;</i></p> <p><i>c) design de peças: elaboração do desenho técnico das peças físicas, escolha de materiais, acabamentos e definição das medidas reais dos objetos;</i></p> <p><i>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.</i></p>	10.1 MAPEAMENTO (BAIXA COMPLEXIDADE)	3.145
	10.2 MAPEAMENTO (MÉDIA COMPLEXIDADE)	7.500
	10.3 MAPEAMENTO (ALTA COMPLEXIDADE)	SOB CONSULTA
	10.4 IDENTIDADE VISUAL (BAIXA COMPLEXIDADE)	3.145
	10.5 IDENTIDADE VISUAL (MÉDIA COMPLEXIDADE)	7.500
	10.6 IDENTIDADE VISUAL (ALTA COMPLEXIDADE)	SOB CONSULTA
	10.7 DESIGN DA PEÇA (BAIXA COMPLEXIDADE) – POR UNIDADE	419
	10.8 IDENTIDADE VISUAL (MÉDIA COMPLEXIDADE) – POR UNIDADE	839
	10.9 IDENTIDADE VISUAL (ALTA COMPLEXIDADE) POR UNIDADE	SOB CONSULTA
	10.10 SUPERVISÃO DE PRODUÇÃO	3.145
DIVERSOS	10.11 PLACA DE OBRA	1.258
	10.12 PLACA INDICATIVA (POR UNIDADE)	734
	10.13 PLACA DE SETOR (POR UNIDADE)	734
	10.14 PICTOGRAMA (POR UNIDADE)	629
	10.15 TOTEM (INFORMATIVO OU DIRECIONAL – POR UNIDADE)	2.097
VEÍCULOS (ENVELOPAMENTO) LAYOUT + ARTE-FINAL  <i>Não inclui a produção.</i>	10.16 CARRO DE PASSEIO	2.621
	10.17 CAMINHÃO/VAGÃO (METRÔ OU TREM)	3.669
	10.18 ÔNIBUS	3.145
	10.19 MOTOCICLETA	1.048
	10.20 VEÍCULO UTILITÁRIO	2.621

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)	3.512
	11.2 ADESIVO PARA FLOOR DOOR	1.730
	11.3 ADESIVO PARA JANELA/PORTA/MESA (ENVELOPAMENTO)	1.730
	11.4 BACKDROP	1.939
	11.5 BACKBUS	2.338
	11.6 BANNER	2.830
	11.7 BANNER FUNDO DE PALCO	4.298
	11.8 BUSDOOR	3.826
	11.9 EMPENA P/ EDIFÍCIO	7.024
	11.10 FAIXA DE RUA	4.613
	11.11 LETREIRO / TESTEIRA	3.826
	11.12 LIXEIRA	2.830
	11.13 LUMINOSO (TETO DE TÁXI)	3.617
	11.14 OUTDOOR	4.979
	11.15 PAINEL BACK-LIGHT E FRONT-LIGHT	4.979
	11.16 PONTO DE ÔNIBUS	3.879
	11.17 PONTO DE TÁXI	3.879
	11.18 PÓRTICO	7.024
	11.19 PÚLPITO	1.258
	11.20 SIDEBUS	2.726



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.

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.

## 12 EDITORIAL (PUBLICAÇÕES)

DESCRIÇÃO	PRODUTOS	VALOR MÉDIO (R\$)
CRIAÇÃO DE CAPA (layout e finalização)	12.1 CAPA P/ PUBLICAÇÃO ÚNICA	1.153
	12.2 CAPA PARA COLEÇÃO	1.887
CRIAÇÃO DE PROJETO GRÁFICO E DIAGRAMAÇÃO (layout e montagem de arquivo template em Adobe Indesign ou similar)	12.3 LIVRO DE ARTE (PROJETO GRÁFICO)	6.657
	12.4 LIVRO DE ARTE (DIAGRAMAÇÃO) – POR PÁGINA	105
	12.5 LIVRO SOMENTE COM TEXTOS (PROJETO GRÁFICO)	1.310
	12.6 LIVRO SOMENTE COM TEXTOS (DIAGRAMAÇÃO) – POR PÁGINA	37
	12.7 LIVRO COM ELEMENTOS GRÁFICOS* (PROJETO GRÁFICO)	4.665
	12.8 LIVRO COM ELEMENTOS GRÁFICOS* (DIAGRAMAÇÃO) – POR PÁGINA	73
	12.9 CARTILHA, GUIA OU LIVRETO (PROJETO GRÁFICO)	3.407
	12.10 CARTILHA, GUIA OU LIVRETO (DIAGRAMAÇÃO) – POR PÁGINA	204
	12.11 CATÁLOGO (PROJETO GRÁFICO)	4.036
	12.12 CATÁLOGO (DIAGRAMAÇÃO) – POR PÁGINA	157
	12.13 JORNAL (PROJETO GRÁFICO)	4.508
	12.14 JORNAL (DIAGRAMAÇÃO) – POR PÁGINA	367
	12.15 JORNAL INFORMATIVO** (PROJETO GRÁFICO)	3.459
	12.16 JORNAL INFORMATIVO** (DIAGRAMAÇÃO) – POR PÁGINA	472
	12.17 NEWSLETTER IMPRESSO (PROJETO GRÁFICO)	1.887
	12.18 NEWSLETTER IMPRESSO (DIAGRAMAÇÃO) – POR PÁGINA	943
	12.19 PERFIL INSTITUCIONAL (PROJETO GRÁFICO)	4.822
	12.20 PERFIL INSTITUCIONAL (DIAGRAMAÇÃO) – POR PÁGINA	199

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)	9.225
	12.22 RELATÓRIO ANUAL (DIAGRAMAÇÃO) – POR PÁGINA	199
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)	4.036
	12.24 REVISTA SOMENTE COM TEXTOS (DIAGRAMAÇÃO) – POR PÁGINA	157
	12.25 REVISTA COM ELEMENTOS GRÁFICOS* (PROJETO GRÁFICO)	6.657
	12.26 REVISTA COM ELEMENTOS GRÁFICOS* (DIAGRAMAÇÃO) – POR PÁGINA	199
	12.27 PORTFÓLIO (PROJETO GRÁFICO)	4.036
	12.28 PORTFÓLIO (DIAGRAMAÇÃO) – POR PÁGINA	199

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 (DIVERSOS)

DESCRIÇÃO	PRODUTOS	VALOR MÉDIO (R\$)
LAYOUT DE ELEMENTOS GRÁFICOS  Uma publicação pode conter elementos gráficos como: tabelas, gráficos, ilustrações, organogramas/fluxogramas, etc.  Caso o serviço não esteja englobado na diagramação da publicação, sugere-se a cobrança dos valores por unidade, conforme ao lado.	13.1 ORGANOGRAMA / FLUXOGRAMA – POR UNIDADE	996
	13.2 DIAGRAMAÇÃO PARA OUTROS IDIOMAS	DE 50% A 70% DO VALOR DA DIAGRAMAÇÃO
	13.3 GRÁFICOS SIMPLES – POR UNIDADE	629
	13.4 GRÁFICOS COMPLEXOS – POR UNIDADE	996
	13.5 TABELAS SIMPLES – POR UNIDADE	262
	13.6 TABELAS COMPLEXAS – POR UNIDADE	577
EMENDAS DE TEXTO  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.	13.7 EMENDAS DE TEXTO – A PARTIR DA TERCEIRA REVISÃO	ACRÉSCIMO DE PELO MENOS 30% DO VALOR TOTAL DE EDITORAÇÃO
	13.8 SOMENTE EMENDAS DE TEXTO E GERAÇÃO DE PDF – POR HORA	126



**Atenção!**  
Item 13.2 – considera-se que já existe um idioma diagramado pelo mesmo designer e ele aproveitará parte do idioma existente.





Item 13.16 – 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.



RECONSTRUÇÃO DE ARQUIVOS ELETRÔNICOS  <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>	13.9 PUBLICAÇÕES SOMENTE COM ESTILOS DE TEXTO	734
	13.10 PUBLICAÇÕES COM ESTILOS DE TEXTO, GRÁFICOS, FIGURAS E OUTROS ELEMENTOS GRÁFICOS	1.258
	13.11 REVISTAS, JORNAIS E JORNAIS INFORMATIVOS	2.830
DIVERSOS	13.12 ADAPTAÇÃO DE PROJETO GRÁFICO*	ATÉ 60% DO VALOR DE CRIAÇÃO DO PROJETO GRÁFICO
	13.13 LAYOUT DE CINTA PARA LIVROS	472
	13.14 SCANNER DE IMAGEM – ALTA RESOLUÇÃO – POR UNIDADE	262
	13.15 RETOQUE / TRATAMENTO DE IMAGEM – POR HORA	367
	13.16 “REFAÇÃO” OU REDIAGRAMAÇÃO POR MOTIVO DE REENVIO DE MATERIAL	ACRÉSCIMO DE ATÉ 50% DO VALOR DE EDITORAÇÃO
	13.17 DIAGRAMAÇÃO DE CURRÍCULO (1 A 3 PÁGINAS)	367
CURRÍCULO	13.18 CURRÍCULO	577
FECHAMENTO DE ARQUIVOS DE PUBLICAÇÃO EXISTENTE	13.19 FECHAMENTO DE ARQUIVOS	ATÉ 10% DO VALOR DA DIAGRAMAÇÃO
LAYOUT PARA PROPOSTA (PATROCÍNIO/TÉCNICA/ DE PROJETO/PROPOSTA COMERCIAL)*	LAYOUT PARA PROPOSTA (PATROCÍNIO/TÉCNICA/DE PROJETO/PROPOSTA COMERCIAL)	50 (POR PÁGINA)
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. * Contempla projeto gráfico e diagramação.		

## 14 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>	14.1 MICROEMPRESA	<b>2.621</b>
	14.2 PEQUENA EMPRESA	<b>3.669</b>
	14.3 MÉDIA EMPRESA	<b>5.766</b>
	14.4 GRANDE EMPRESA	<b>SOB CONSULTA</b>
	14.5 APLICAÇÃO DE MARCA EM MODELO DE VESTUÁRIO EXISTENTE (LAYOUT E ARTE-FINAL – POR PEÇA)	<b>681</b>
	14.6 COLETE / JALECO	<b>2.621</b>
<b>DIVERSOS</b>	14.7 ESTAMPA PARA CAMISETA	<b>1.206</b>
	14.8 ESTAMPA PADRONAGEM PARA TECIDOS	<b>4.560</b>
	UNIFORMES ESPORTIVOS (PRINCIPAL, SECUNDÁRIO, 3º UNIFORME – VALOR POR MODELO)*	
	14.9 EQUIPES AMADORAS	<b>4.770</b>
	14.10 EQUIPES PROFISSIONAIS	<b>10.263</b>
	14.11 EQUIPES PROFISSIONAIS DE RENOME	<b>SOB CONSULTA</b>
	14.12 DESENHO TIPOGRÁFICO – NÚMERO DA CAMISA (NÚMEROS DE 0 A 9)**	<b>7.705</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 camisetas podem ser personalizados, sendo criados os caracteres de 0 a 9. Já para o eventual uso de nomes dos atletas, usa-se uma tipografia.</i>		

## 15 EMBALAGEM

DESCRIÇÃO	PRODUTOS	IDENTIDADE VISUAL	DESIGN DA PEÇA
DIVERSOS	15.1 ADAPTAÇÃO/REDESIN DE EMBALAGEM (JÁ EXISTENTE)*	2.097	2.621
	15.2 BERÇO	1.572	2.621
	15.3 BLISTER (EX.: EMBALAGEM PARA PILHAS)	2.201	2.621
	15.4 CAIXA CARTUCHO (EX.: CAIXA DE SABÃO EM PÓ)	2.201	2.621
	15.5 CAIXA FLIP TOP (TAMPA PRESA À EMBALAGEM)	2.201	2.621
	15.6 CAIXA MASTER (EX.: CAIXA PARA BARRAS DE CEREAL)	2.201	2.621
	15.7 CAIXA SIMPLES (EX.: CAIXA DE CAMISA)	2.201	2.621
	15.8 CINTA PARA EMBALAGEM	262	-
	15.9 CARTELA (EX.: EMBALAGEM DE MEIA)	1.572	1.048
	15.10 EMBALAGEM FLOW PACK (EX.: SACO DE FEIJÃO)	1.572	2.621
	15.11 EMBALAGEM COM FACA DE CORTE (NÃO MENCIONADA NOS ITENS DESTA TABELA)	2.359	2.359
	15.12 ESTOJO (EX.: CAIXA PARA LÁPIS DE COR)	2.201	1.153
	15.13 KIT EDITORIAL (EX.: EMBALAGEM PARA COLEÇÃO DE LIVROS)	5.766	4.717
	15.14 LINHA DE EMBALAGENS – POR PRODUTO	8.911	7.862
	15.15 LUVA PARA EMBALAGEM	1.572	2.621
	15.16 RÓTULO/MANGA OU SLEEVE (EX.: GARRAFA PET, SHAMPOO, FRASCOS DIVERSOS)	1.992	-
	15.17 SACHÊ (EX.: SOPA EM PÓ)	2.621	1.048
	15.18 SACOLA	2.621	2.097

\* O cliente deve fornecer o arquivo digital da embalagem, caso contrário o valor cobrado é o da criação da peça.

## 16 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>	16.1 PROJETO GRÁFICO	<b>SOB CONSULTA</b>
	16.2 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>	16.3 PROJETO GRÁFICO	<b>4.717</b>
	16.4 DIAGRAMAÇÃO – POR PÁGINA	<b>262</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>	16.5 SOMENTE TEXTO (UMA LAUDA CORRESPONDE A 1.400 CARACTERES DE TEXTO)	<b>A PARTIR DE 20 (POR LAUDA)</b>
	16.6 ÁUDIO E VÍDEO (SOMENTE A INSERÇÃO DO ARQUIVO DE ÁUDIO E/OU VÍDEO NO TRABALHO – POR UNIDADE)	<b>105</b>
<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	<b>4.717</b>
	16.8 DIAGRAMAÇÃO – POR PÁGINA	<b>157</b>
	16.9 ÁUDIO E VÍDEO (SOMENTE A INSERÇÃO DO ARQUIVO DE ÁUDIO E/OU VÍDEO NO TRABALHO – POR UNIDADE)	<b>105</b>
<b>MOBILE APP</b>	16.10 DESENVOLVIMENTO DE APLICATIVO MOBILE	<b>47.174</b>
<b>DIVERSOS</b>	16.11 IMAGENS, TABELAS E GRÁFICOS	<b>VER ITEM 13 (EDITORIAL / DIVERSOS)</b>
	16.12 CONVERSÃO DE ARQUIVO INDESIGN PARA PUBLICAÇÃO DIGITAL (E-BOOK / E-PUB)	<b>A PARTIR DE 50% DO VALOR DA DIAGRAMAÇÃO – POR PÁGINA</b>

## 17 SERVIÇOS DIGITAIS • REDES SOCIAIS

### DIAGNÓSTICO

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.

#### 17.1 DIAGNÓSTICO

- Levantamento de dados sobre o cliente, os concorrentes e área de atuação nas redes sociais
- Levantamento do posicionamento atual da empresa nas redes sociais
- Delimitação de stakeholders

**17.297**

### PLANEJAMENTO

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.

#### 17.2 PLANEJAMENTO

- Planejamento da empresa nas redes sociais
- Escolha das plataformas e dos canais de comunicação na web
- Definição da periodicidade e da frequência das publicações
- Definição das métricas de acompanhamento e das ferramentas de desempenho

**18.345**

### GESTÃO

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

#### 17.3 CRIAÇÃO E GESTÃO DE CONTEÚDO

- Criação e publicação de conteúdos conforme a fase de planejamento
- Planejamento recorrente dos
- Temas abordados no mês
- Gerenciamento de fluxo de aprovação de conteúdo pelo cliente
- Volumetria de redes sociais\*

**15.725(POR MÊS)**

#### 17.4 GESTÃO DE MONITORAMENTO

- Análise das menções da marca e repercussão das ações
- Monitoramento das atividades e das interações pelos usuários
- Monitoramento dos resultados das ações
- Indicações de desempenho
- Elaboração de relatório mensal

**9.959 (POR MÊS)**

\* Sugere-se as seguintes quantidades mínimas: publicação em pelo menos 3 redes sociais (pelo menos 3 publicações no Facebook por semana; Instagram, pelo menos 2 posts por semana; e ao menos 1 post no Twitter por semana). Porém, na fase do planejamento deve-se definir melhor as datas e as quantidades adequadas a cada projeto.

## 18 SERVIÇOS DIGITAIS • PEÇAS REDES SOCIAIS

	PRODUTOS	VALOR MÉDIO (R\$)
POSTS (REDES SOCIAIS - INDIVIDUAL)	18.1 POST (FEED) – INDIVIDUAL	980
	18.2 STORY – INDIVIDUAL	1.750
	18.3 POST CARROSSEL (COM 2 A 20 TELAS)	1.750
	18.4 REELS (INDIVIDUAL)	SOB CONSULTA
	18.5 ANÚNCIO	SOB CONSULTA
POSTS (REDES SOCIAIS - PACOTES)	18.6 PACOTE SEMANAL	SOB CONSULTA
	18.7 PACOTE MENSAL	SOB CONSULTA
CAPA E IMAGEM DE PERFIL	18.8 CAPA E IMAGEM DE PERFIL	480
VÍDEOS E ANIMAÇÕES	18.9 CRIAÇÃO E FINALIZAÇÃO DE VÍDEOS E ANIMAÇÕES	SOB CONSULTA

Os designers que trabalham com redes sociais criam uma variedade de peças visuais que são fundamentais para a comunicação e o engajamento das marcas. Aqui estão algumas das principais peças que eles podem desenvolver:

- **Posts para Feed:** layouts que aparecem no feed das redes sociais, projetados para atrair a atenção e gerar interações.
- **Stories:** conteúdos temporários que aparecem nas plataformas, como Instagram e Facebook, geralmente mais dinâmicos e interativos.
- **Reels:** recurso do Instagram que permite criar e compartilhar vídeos curtos em formato vertical, com duração de até 90 segundos.
- **Anúncios:** criação de peças publicitárias que podem ser veiculadas em diferentes formatos, como imagens, vídeos ou carrosséis, visando promover produtos ou serviços.
- **Infográficos:** representações visuais de informações ou dados que ajudam a transmitir mensagens complexas de forma clara e atraente.
- **Capa e Imagem de Perfil:** design de elementos que representam marcas e personalidades nas redes sociais, como a imagem de perfil e a capa de páginas.
- **Vídeos e Animações:** conteúdos em movimento que podem ser usados para contar histórias, apresentar produtos ou engajar o público de maneira mais envolvente.

Obs.:

O profissional pode oferecer pacotes com preços diferenciados, tornando o valor individual mais acessível. Recomenda-se a publicação de, no mínimo, 2 posts por semana, com a possibilidade de ajustes conforme o planejamento das redes sociais do cliente.

A reformatação de posts já criados têm um valor médio 50% do valor da criação. Essa adaptação ocorre pela mudança de formato da arte no formato padrão da rede social.

O cliente deverá fornecer os arquivos abertos para edição do(s) post(s) quando o designer não tiver feito o projeto para as redes sociais.

## 19 SERVIÇOS DIGITAIS • UI DESIGN

<b>SITE INSTITUCIONAL</b> <i>Criados para apresentar uma empresa, seus serviços e valores, pode ter os itens abaixo:</i>	<b>PRODUTOS</b>	<b>VALOR MÉDIO (R\$)</b>
<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 BAIXA COMPLEXIDADE	6.223
	19.2 MÉDIA COMPLEXIDADE	15.557
	19.3 ALTA COMPLETIDADE	SOB CONSULTA
<b>HOTSITE</b> <i>É bastante utilizado para divulgar eventos, produtos ou serviços.</i>	19.4 BAIXA COMPLEXIDADE	4.978
	19.5 MÉDIA COMPLEXIDADE	15.557
	19.6 ALTA COMPLEXIDADE	SOB CONSULTA
<b>BLOG</b> <i>O blog é um website com foco na divulgação de informações, muitas vezes pessoais, com a possibilidade de alterações rápidas.</i>	19.7 BAIXA COMPLEXIDADE	7.778
	19.8 MÉDIA COMPLEXIDADE	15.557
	19.9 ALTA COMPLETIDADE	SOB CONSULTA
<b>LANDING PAGE</b> <i>A landing page é uma página cujo intuito é atender a uma única campanha específica.</i>	19.10 LANDING PAGE	4.667
<b>PORTAL</b> <i>Um portal é uma página da internet que serve como ponto de acesso a diversos serviços e informações. Ele organiza conteúdos como e-mails, notícias e entretenimento em um único local, facilitando a navegação do usuário.</i>	19.11 PORTAL	SOB CONSULTA
<b>E-COMMERCE</b> <i>Plataformas de venda online que permitem transações comerciais.</i>	19.12 E-COMMERCE	SOB CONSULTA
<b>PORTFÓLIOS</b> <i>Usados por profissionais para mostrar seus trabalhos e habilidades.</i>	19.13 PORTFÓLIOS	SOB CONSULTA
Obs.: é extremamente recomendável que um projeto de UI seja responsivo, para que ele se adapte em todos os meios de acesso (Smartphones, Tablets e Computadores).		

## 20 SERVIÇOS DIGITAIS • MULTIMÍDIA E APRESENTAÇÕES

DESCRIÇÃO	PRODUTOS	VALOR MÉDIO (R\$)
<b>APRESENTAÇÃO</b> (Powerpoint ou similar)	20.1 PROJETO GRÁFICO / DESIGN CONCEITO (INCLUI CRIAÇÃO DE TEMPLATE)	<b>6.762</b>
	20.2 DESIGN DE CAPA	<b>1.206</b>
	20.3 LAYOUT DE SLIDES (BAIXA COMPLEXIDADE): TEXTOS E ELEMENTOS GRÁFICOS SIMPLES – POR SLIDE	<b>157</b>
	20.4 LAYOUT DE SLIDES (MÉDIA COMPLEXIDADE): TEXTOS, IMAGENS, GRÁFICOS E/OU TABELAS ÁUDIO E VÍDEO – POR SLIDE	<b>472</b>
	20.5 LAYOUT DE SLIDES (ALTA COMPLEXIDADE): COM TEXTOS, IMAGENS, GRÁFICOS E / OU TABELA, ANIMAÇÃO, ÁUDIO E VÍDEO – POR SLIDE	<b>1.101</b>
<i>Autoração para CD / DVD / Pen Drive</i>	20.6 PROJETO GRÁFICO / DESIGN CONCEITO (INCLUI CRIAÇÃO DE TEMPLATE)	<b>6.762</b>
	20.7 INTERFACE PARA NAVEGAÇÃO DO CD/DVD	<b>SOB CONSULTA</b>



## 21 SERVIÇOS DIGITAIS • DIVERSOS

<b>DIVERSOS</b>	21.1 CARTÃO DIGITAL (POR PEÇA)	<b>650</b>
	21.2 PANFLETO DIGITAL (POR PEÇA)	<b>1.350</b>
	21.3 CARDÁPIO DIGITAL (POR PEÇA)	<b>2.650</b>
<b>WEBSITE</b> <i>Em geral, o website possui estrutura básica conforme abaixo:</i>	21.4 PRODUÇÃO DE CONTEÚDO	<b>SOB CONSULTA</b>
	21.5 LAYOUT E PRODUÇÃO DE HTML	<b>3.826</b>
	21.6 SOMENTE A PRODUÇÃO DE HTML	<b>681</b>
	21.7 DISPARO E GESTÃO	<b>SOB CONSULTA</b>
<b>E-MAIL MARKETING</b> <i>E-mail marketing é gerado para promoção de produtos e serviços por meio de e-mails</i>	21.8 PRODUÇÃO DE CONTEÚDO	<b>SOB CONSULTA</b>
	21.9 LAYOUT E PRODUÇÃO DE HTML	<b>2.568</b>
	21.10 SOMENTE A PRODUÇÃO DE HTML	<b>681</b>
	21.11 DISPARO E GESTÃO	<b>SOB CONSULTA</b>
<b>PEÇAS INDIVIDUAIS</b>	21.12 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	<b>SOB CONSULTA</b>

\* Sugere-se as seguintes quantidades mínimas: publicação em pelo menos 3 redes sociais (pelo menos 3 publicações no Facebook por semana; Instagram, pelo menos 2 posts por semana; e ao menos 1 post no Twitter por semana). Porém, na fase do planejamento deve-se definir melhor as datas e as quantidades adequadas a cada projeto.

22 ANIMAÇÃO/MOTION DESIGN				
DESCRIÇÃO	PRODUTOS	VALOR MÉDIO (R\$)		
		BAIXA COMPLEXIDADE	MÉDIA COMPLEXIDADE	ALTA COMPLEXIDADE
<b>ANIMAÇÃO 2D</b> (POR MINUTO DE VÍDEO)	22.1 CENA E OBJETOS	3.150	4.410	SOB CONSULTA
	22.2 PERSONAGENS	1.950	2.730	SOB CONSULTA
	22.3 ÍCONE	980	1.372	SOB CONSULTA
	22.4 MAQUETE ELETRÔNICA	3.500	4.900	SOB CONSULTA
	22.5 MARCA	1.050	1.470	SOB CONSULTA
<b>ANIMAÇÃO 3D</b> (POR MINUTO DE VÍDEO)	22.6 CENA E OBJETOS	SOB CONSULTA	SOB CONSULTA	SOB CONSULTA
	22.7 PERSONAGENS	SOB CONSULTA	SOB CONSULTA	SOB CONSULTA
	22.8 ÍCONE	SOB CONSULTA	SOB CONSULTA	SOB CONSULTA
	22.9 MAQUETE ELETRÔNICA	SOB CONSULTA	SOB CONSULTA	SOB CONSULTA
	22.10 MARCA	SOB CONSULTA	SOB CONSULTA	SOB CONSULTA
<b>MOTION DESIGN</b> (POR MINUTO DE VÍDEO)	22.11 EDIÇÃO DE VÍDEO	3.000	4.200	SOB CONSULTA
Obs.: A complexidade do serviço depende de vários fatores, como a duração do vídeo, a quantidade de telas para animar, tempo de renderização, quando for o caso, ter ou não uma identidade visual criada etc. Caso não tenha uma identidade visual, deve-se prever esse serviço na proposta. Cada serviço deve ser avaliado para poder chegar no valor mais adequado. <b>Não contempla nos valores acima: captação, roteiro, locução, ilustrações, storyboard, aquisição de imagens, animações ou vídeos de bancos pagos.</b> Em alguns casos, cobra-se por segundo de vídeo.				

## 23 UX DESIGN

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

DESCRIÇÃO	ENTREGÁVEIS / PRODUTOS	VALOR MÉDIO (R\$)
ENTENDIMENTO DO NEGÓCIO (IMERSÃO)	23.1 INVENTÁRIO DE CONTEÚDO	4.193
	23.2 MAPA DO SITE	6.290
	23.3 RELATÓRIO DE ANÁLISE DA CONCORRÊNCIA	20.966
	23.4 LEVANTAMENTO E ANÁLISE DAS INFORMAÇÕES E DAS FUNCIONALIDADES NECESSÁRIAS NO PROJETO	25.159
	23.5 IDENTIFICAÇÃO DO FLUXO PRINCIPAL E DOS FLUXOS AUXILIARES DOS PROCESSOS DE NEGÓCIO	31.449
PESQUISA DO USUÁRIO	23.6 IDENTIFICAÇÃO DAS PERSONAS	10.483
	23.7 DESCRITIVO COM O LEVANTAMENTO DOS ASPECTOS PESSOAIS, SOCIAIS E CULTURAIS (FRUSTRAÇÕES E EXPECTATIVAS)	4.193
CUSTOMER JOURNEY MAPS (MAPA DA EXPERIÊNCIA)	23.8 BAIXA COMPLEXIDADE (DE UM A CINCO ETAPAS)	6.290
	23.9 MÉDIA COMPLEXIDADE (DE CINCO A 15 ETAPAS)	14.676
	23.10 ALTA COMPLEXIDADE (ACIMA DE 15 ETAPAS)	SOB CONSULTA

### DIAGNÓSTICO – LEVANTAMENTO E VALIDAÇÃO DE HIPÓTESES DE SOLUÇÕES

DESCRIÇÃO	ENTREGÁVEIS / PRODUTOS	VALOR MÉDIO (R\$)
IDEAÇÃO	23.11 BRAINSTORMING	2.097
	23.12 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	10.483

Prototipação	23.13 PROTÓTIPOS DE BAIXA FIDELIDADE NÃO FUNCIONAL	6.290	
	23.14 PROTÓTIPOS DE BAIXA FIDELIDADE FUNCIONAL	9.435	
	23.15 PROTÓTIPOS DE ALTA FIDELIDADE NÃO FUNCIONAL	10.483	
	23.16 PROTÓTIPOS DE ALTA FIDELIDADE FUNCIONAL	31.449	
APLICAÇÃO E ACOMPANHAMENTO DE RESULTADOS DA SOLUÇÃO			
	DESCRIÇÃO	ENTREGÁVEIS (PRODUTOS)	VALOR MÉDIO (R\$)
Implementação		23.17 DEFINIÇÃO DE ALINHAMENTO E TIPOGRAFIA DAS FUNCIONALIDADES DO SISTEMA/PORTAL	31.449
		23.18 CRIAR E ORGANIZAR A ESTRUTURA DE ESTILOS (CSS) DOS PROJETOS DE SOFTWARE	10.483
		23.19 GARANTIR QUE A INTERFACE DO SISTEMA/PORTAL SEJA TOTALMENTE RESPONSIVA	20.966
		23.20 ADEQUAR PÁGINAS HTML AOS REQUISITOS DE ACESSIBILIDADE (PADRÃO EMAG)	10.483
Avaliação		23.21 RELATÓRIO DE USABILIDADE CONTENDO: RESUMO (O QUE FOI TESTADO, QUANDO E COMO, EQUIPAMENTOS E FERRAMENTAS UTILIZADAS E QUEM FOI ENVOLVIDO), METODOLOGIA, RESULTADOS E RECOMENDAÇÕES	SOB CONSULTA
Design de interface		23.22 WIREFRAME ESTÁTICO	6.290
		23.23 FLUXOGRAMA / DIAGRAMA DE ATIVIDADE	10.483
		23.24 MOCKUP VISUAL	8.386
		23.25 MODELO CONCEITUAL	20.966
		23.26 MOOD BOARD (PAINEL SEMÂNTICO)	6.290
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.			

## 24 CONSULTORIA EM DESIGN

HORA TÉCNICA	NÍVEL DE QUALIFICAÇÃO DO PROFISSIONAL	VALOR MÉDIO (R\$)
	24.1 TECNÓLOGO EM DESIGN	126
	24.2 TRAINEE	126
	24.3 DESIGNER JÚNIOR	173
	24.4 DESIGNER PLENO	236
	24.5 DESIGNER SÊNIOR	325
	24.6 DESIGNER ESPECIALISTA	414

## 25 MENTORIA

HORA TÉCNICA	NÍVEL DE QUALIFICAÇÃO DO PROFISSIONAL	VALOR MÉDIO (R\$)
	25.1 DESIGNER PLENO	330
	25.2 DESIGNER SÊNIOR	455
	25.3 DESIGNER ESPECIALISTA	580

A mentoria é o processo em que um profissional mais experiente 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 propondo soluções, mas não necessariamente resolvendo o problema. Apenas orienta, compartilha experiências e avalia o projeto. A quantidade de encontros é definida conforme cada necessidade.

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

## 26 ILUSTRAÇÃO

PRODUTO	VALOR MÉDIO (R\$)				
	CAPA	PÁGINA SIMPLES	PÁGINA DUPLA	VINHETA OU SELO	INFOGRÁFICO
26.1 CARTILHAS E MANUAIS	1.572	1.048	1.782	262	1.048
26.2 JORNAL (PEQUENA CIRCULAÇÃO)	1.363	839	1.258	367	1.258
26.3 JORNAL (MÉDIA E GRANDE CIRCULAÇÃO)	2.097	1.258	1.572	367	1.363
26.4 HOUSE ORGAN / PUBLICAÇÕES INSTITUCIONAIS	2.621	1.363	2.621	524	1.363
26.5 REVISTA (MÉDIA CIRCULAÇÃO)	2.621	943	2.097	367	1.363
26.6 REVISTA (GRANDE CIRCULAÇÃO - NACIONAL)	5.242	1.363	2.097	367	1.363
26.7 LIVRO	4.193	838	1.363	366	1.572
26.8 LIVRO INFANTIL / JUVENIL	4.193	1.048	1.572	367	1.572
26.9 LIVRO DIDÁTICO / IDIOMAS	4.193	1.048	1.572	366	1.363
26.10 RELATÓRIO ANUAL	6.814	3.145	4.193	1.258	1.363
DIVERSOS	26.11 CARTÃO POSTAL			3.250	
	26.12 CHARGE / CARTOON / CARICATURA			1.572	
	26.13 MAPA (BAIXA COMPLEXIDADE)			1.572	
	26.14 MAPA (MÉDIA COMPLEXIDADE)			3.814	
	26.15 MAPA (ALTA COMPLEXIDADE)			SOB CONSULTA	
	26.16 PERSONAGEM/MASCOTE (BAIXA COMPLEXIDADE)			2.621	
	26.17 PERSONAGEM/MASCOTE (MÉDIA COMPLEXIDADE)			1.992	
	26.18 PERSONAGEM/MASCOTE (MÉDIA COMPLEXIDADE)			2.621	
	26.19 PERSONAGEM/MASCOTE (ALTA COMPLEXIDADE)			3.931	
	26.20 STICKER			1.572	

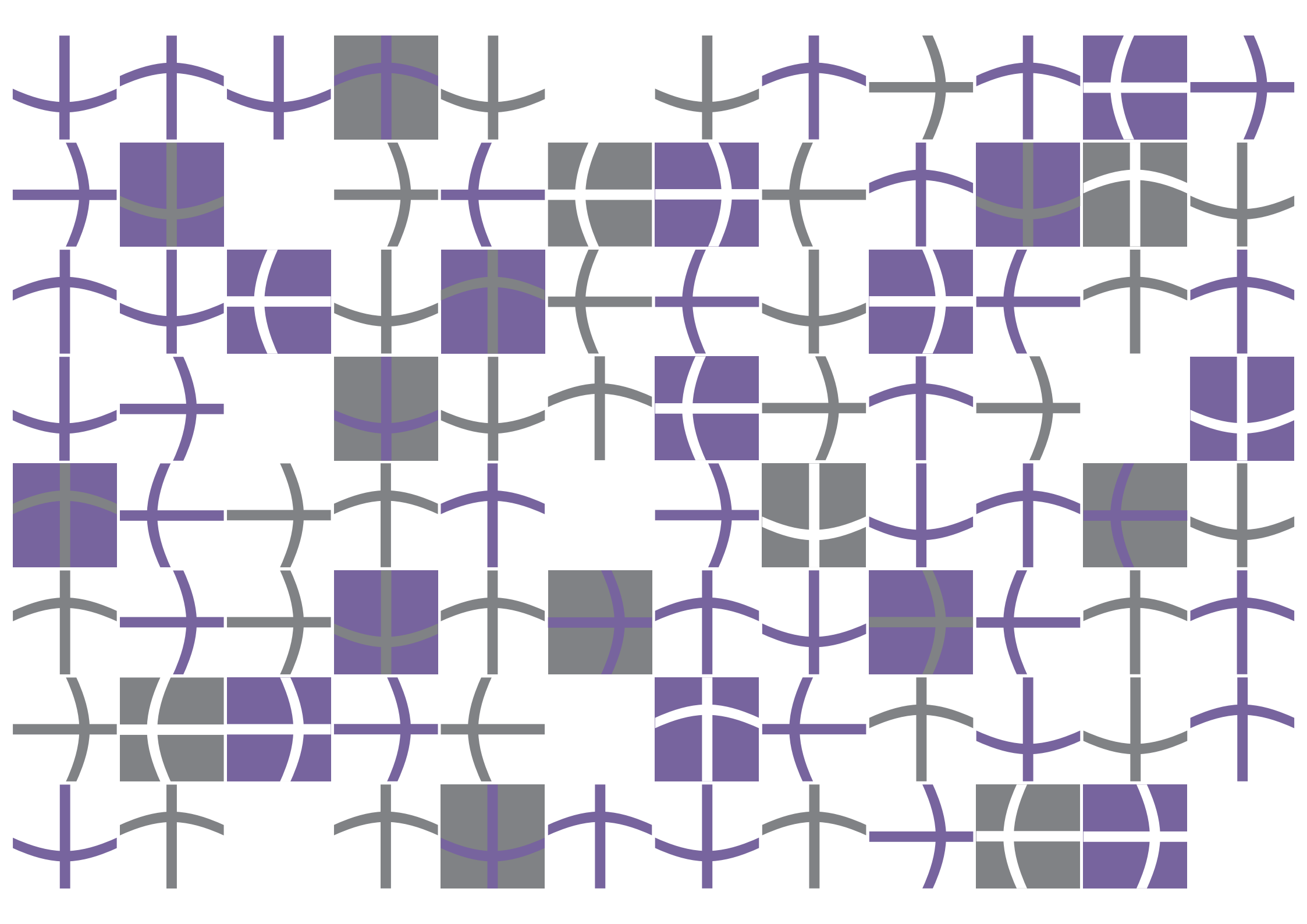
Obs.: os valores acima são médios, podem mudar conforme o serviço, a quantidade ou o prazo de entrega. São por unidade.



### 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 2024-2026**

**Presidente:** Alessandra Pinheiro

**Vice-presidente:** Marcos Moreira

**Diretor de Inovação:** Marcelo Ortega

**Diretor Administrativo e Financeiro:** Eduardo Meneses

**Diretor de Relações Públicas:** Wagner Alves

### **CONSELHO FISCAL**

Eneida Figueiredo

Leandro Bessa

Vinícius Junqueira

### **PROJETO GRÁFICO:**

Wagner Alves

### **ORGANIZAÇÃO E DIAGRAMAÇÃO:**

Eduardo Meneses

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

Ana Karolina Alves Ferreira

Andrea Castello Branco Judice

Bruno Schurmann

Caio Porto

Carlos Neri

Cláudia El-moor

David Arantes

David Borges

Eduardo Meneses

Eneida Figueiredo

Fátima Leão

Leandro Bessa

Leonardo Antonialli

Lilyan Gutierrez

Marcelo Judice

Marcelo Terraza

Marcus Vinícius Santos

Maurício Borges

Oni Design de Negócios

Paulo Bertoni

Peter Pelisnki

Priscilla Campos

Thiago Gualberto

Wagner Alves

Walter Mattos

Wesley Rocha

TABELA REFERENCIAL DE VALORES 2025/2026

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

WWW.ADEGRAF.ORG.BR • INSTAGRAM: @ADEGRAF\_DF