

TABELA REFERENCIAL DE VALORES 2025/2026



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

Versão 1/2025

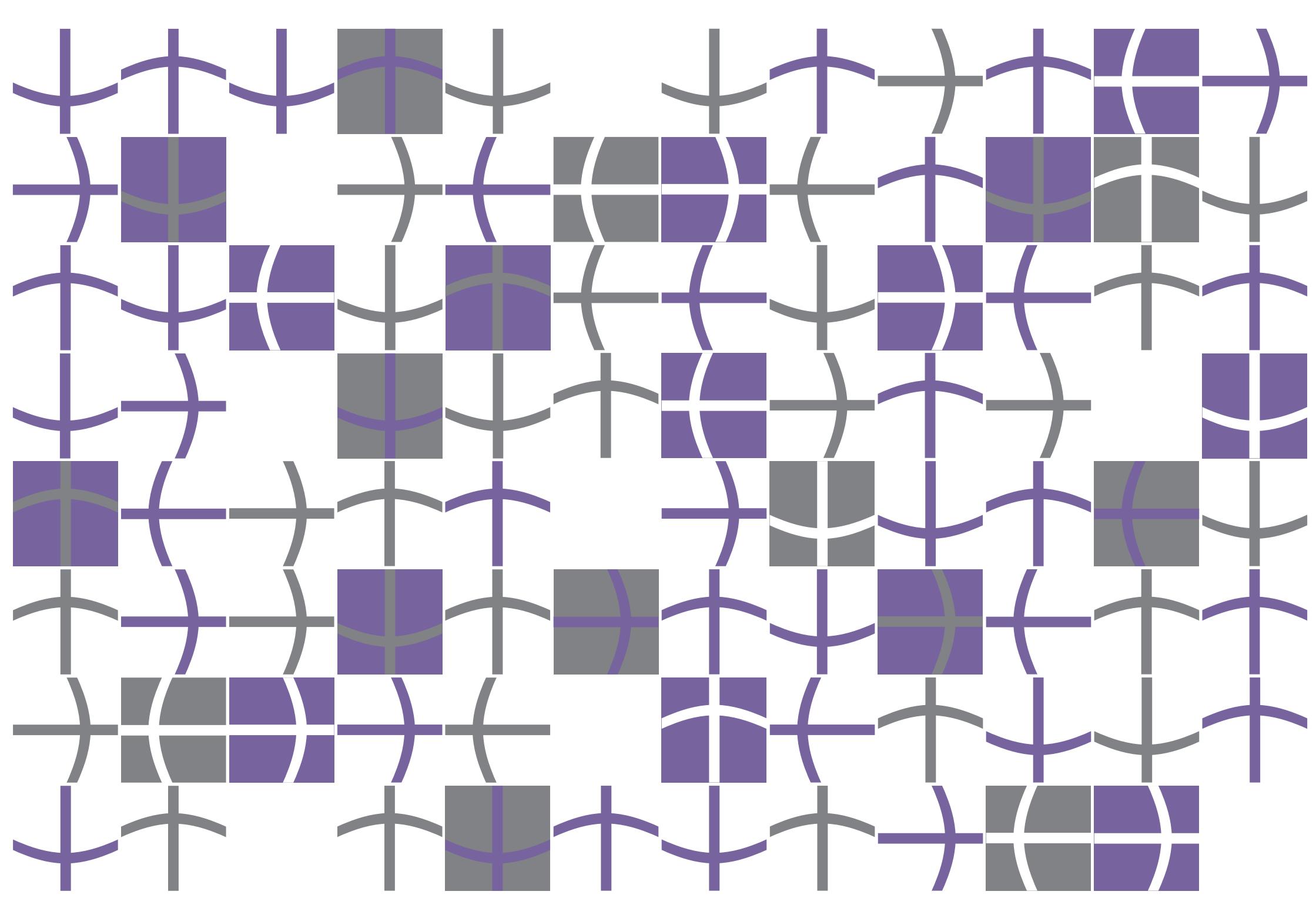
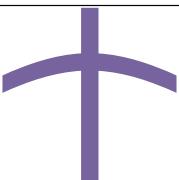




TABELA REFERENCIAL DE VALORES 2025/2026

**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 congregar 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 especificação 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.

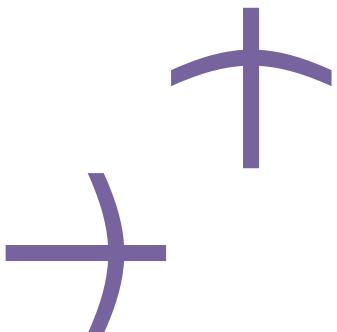
25-264140

CDD-740.023

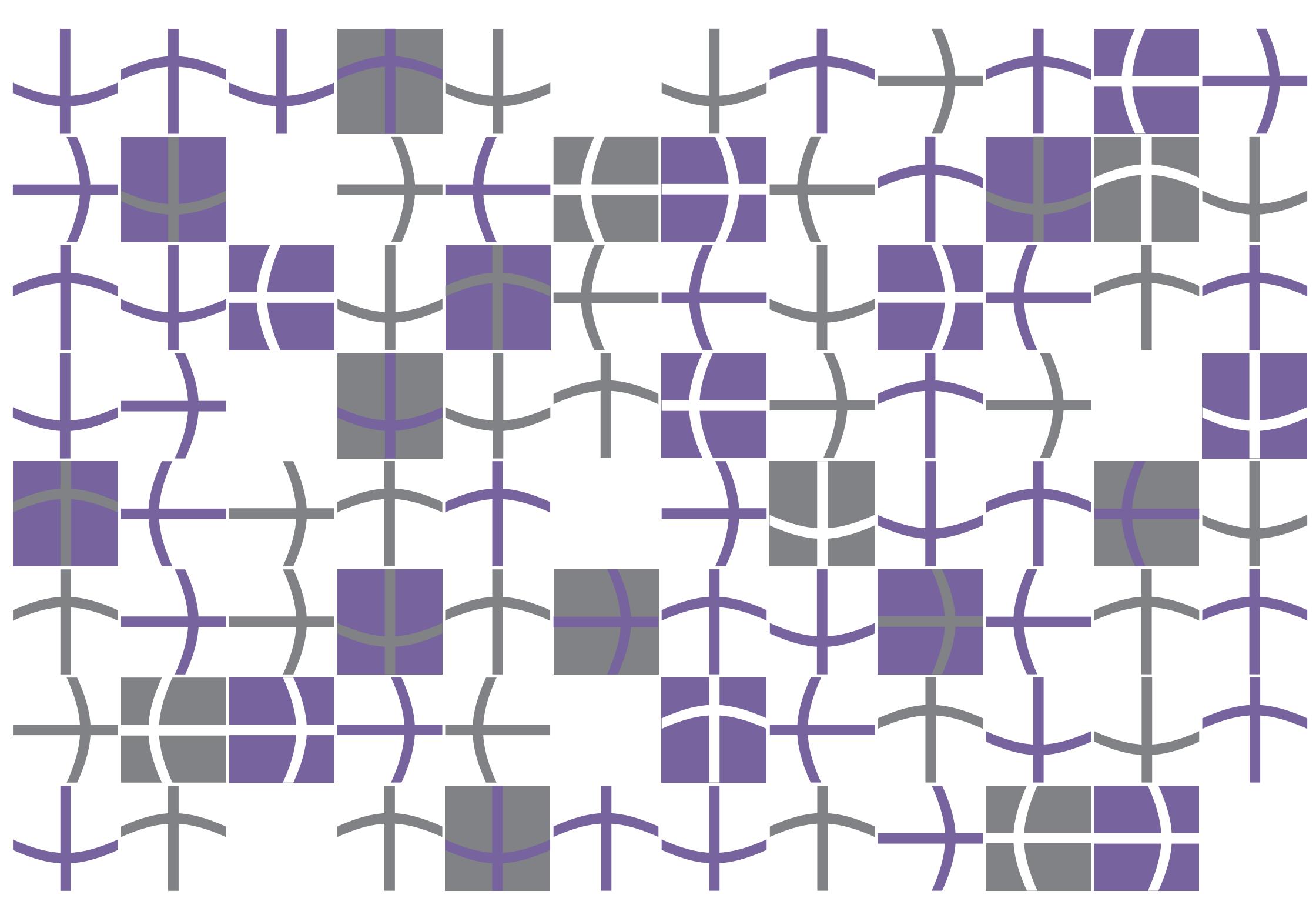
**Índices para catálogo sistemático:**

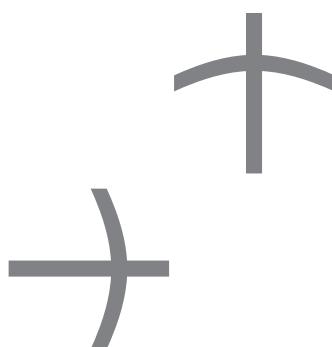
1. Design : Valores de serviços 740.023

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 9<sup>a</sup> 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

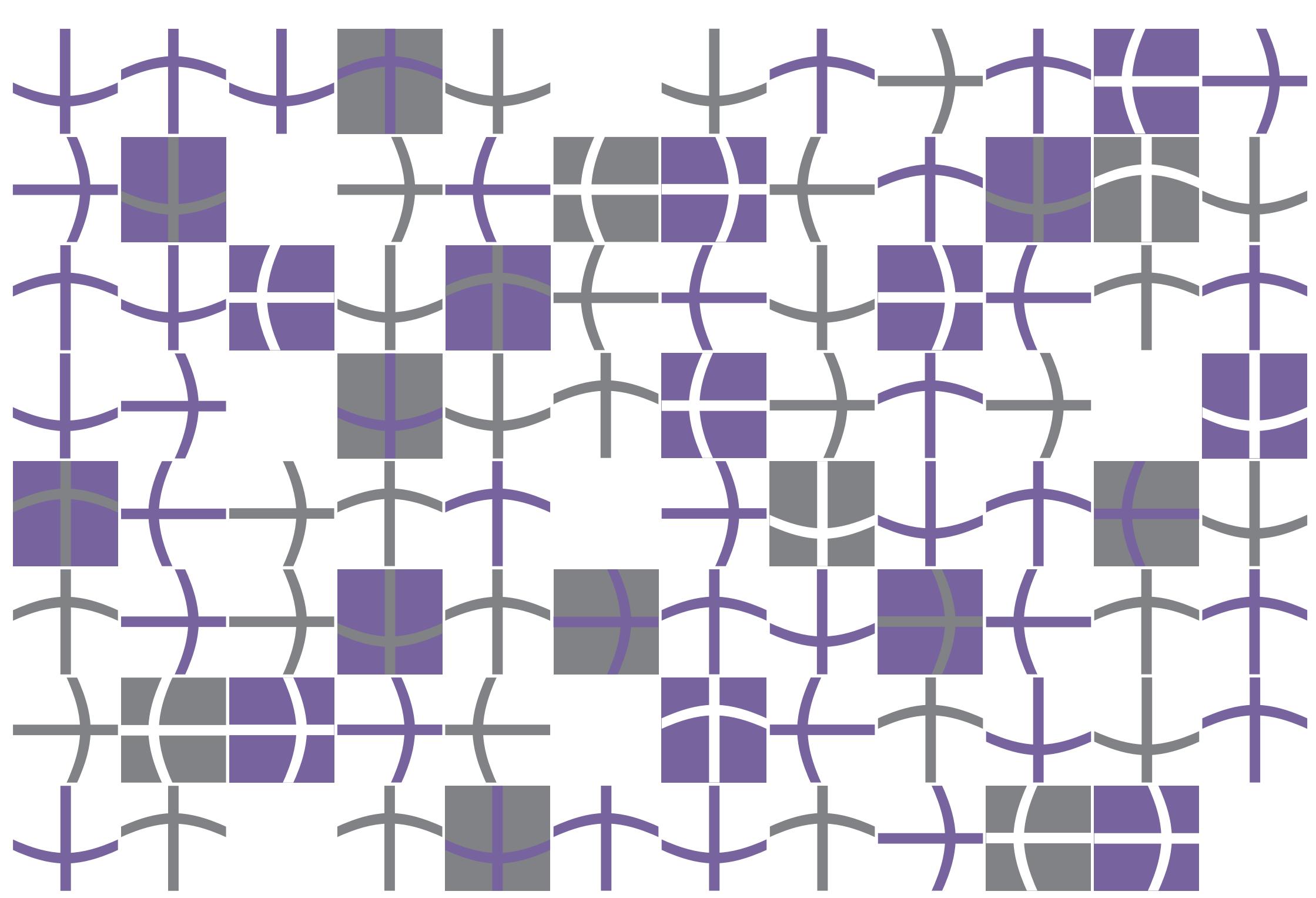
específicos (como fontes e imagens comerciais) e, se necessário, terceirização de serviços ou acompanhamento gráfico da produção final.

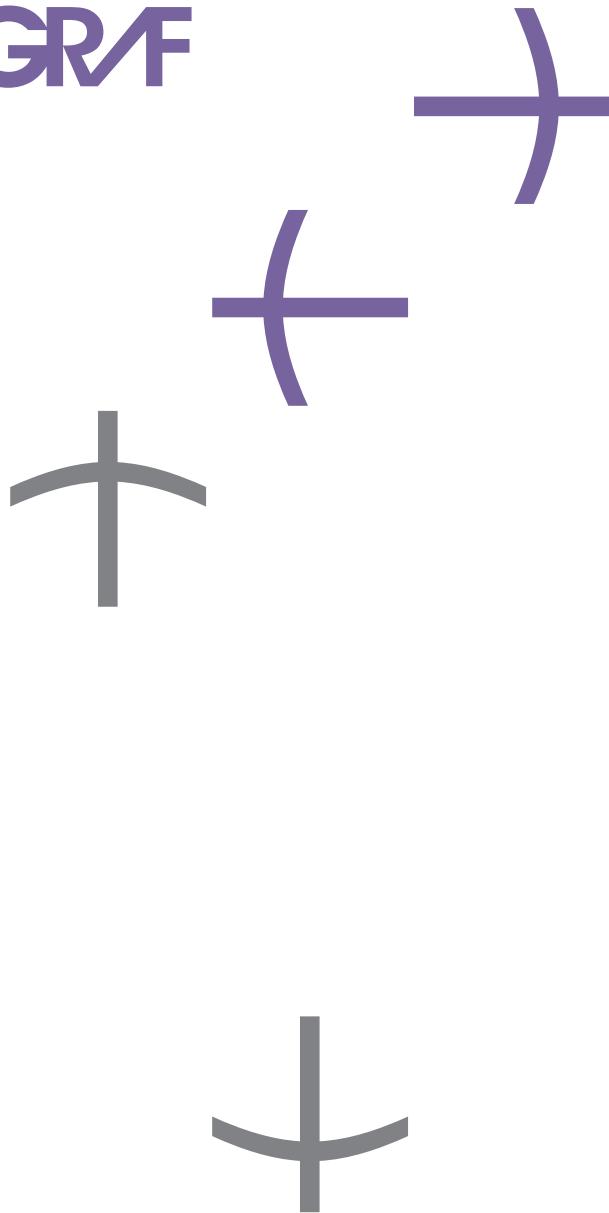
Outros fatores também influenciam o orçamento final, como o porte e o perfil do cliente, a quantidade de peças produzidas e a visibilidade do material entregue. Para auxiliar nessa análise, sugerimos a classificação de empresas com base nos critérios utilizados por instituições como o Sebrae.

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	
<b>ACOMPANHAMENTO GRÁFICO E RESPONSABILIDADE DO DESIGNER</b>	
<p><b>O percentual de acompanhamento gráfico é de aproximadamente 15% sobre o valor dos serviços dos fornecedores.</b> 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.</p> <p>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.</p>	
<b>TAXA DE URGÊNCIA OU TAXAS EXTRAS</b>	
<p>Ocorre quando os prazos para a criação/editação/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.</p>	
<b>DIFERENÇA ENTRE O DESIGN DA PEÇA E O DESIGN GRÁFICO DA PEÇA</b>	
<p>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.</p>	
<b>CUSTO DE RETRABALHO OU REAVALIAÇÃO DE CUSTOS</b>	
<p>Sugere-se a reavaliação dos valores nos seguintes casos:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) quando o serviço tenha mudança de complexidade após briefing aprovado;</li> <li>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.</li> </ol>	
<b>CLASSIFICAÇÃO DE EMPRESAS (DE ACORDO COM O SEBRAE) – RESUMO</b>	
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

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



**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

DESCRÍÇÃO	PRODUTOS	VALOR MÉDIO (R\$)
INSTITUCIONAL	2.1 MICROEMPREENDEDOR INDIVIDUAL (MEI)	<b>3.984</b>
	2.2 MICROEMPRESA	<b>6.919</b>
	2.3 PEQUENA EMPRESA	<b>9.854</b>
	2.4 MÉDIA EMPRESA	<b>19.079</b>
	2.5 GRANDE EMPRESA	<b>SOB CONSULTA</b>
DIVERSOS	2.6 PRODUTOS OU SERVIÇOS	<b>12.999</b>
	2.7 EVENTO	<b>15.829</b>
	2.8 SLOGAN/TAGLINE	<b>10.797</b>

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)

DESCRÍÇÃO	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)	<b>4.060</b>
	3.2 MICROEMPRESA	<b>8.150</b>
	3.3 PEQUENA EMPRESA	<b>11.600</b>
	3.4 MÉDIA EMPRESA E GRANDE EMPRESA	<b>20.200</b>
	3.5 GRANDE EMPRESA	<b>SOB CONSULTA</b>
<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	<b>4.256</b>
	3.7 PEQUENA EMPRESA	<b>8.544</b>
	3.8 MÉDIA EMPRESA	<b>12.160</b>
	3.9 GRANDE EMPRESA	<b>21.176</b>

DESCRÍÇÃO	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>
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.		
<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>
*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), pôrtico de entrada/saída, outdoor, windbanner.		
Obs.: também é possível incluir peças digitais, de acordo com a necessidade do cliente.		
<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>
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.		

## 4 CRIAÇÃO DE MARCAS PROMOCIONAIS

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

## 5 CRIAÇÃO DE IDENTIDADE VISUAL PARA CAMPANHAS\*

DESCRÍÇÃO	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)	<b>11.124</b>
	5.2 IDV (MÉDIA E ALTA COMPLEXIDADE)	<b>SOB CONSULTA</b>
<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)	<b>21.136</b>
<i>Kit de campanha 2: Peças do Kit 1 + peças a combinar</i>	5.4 KIT IDV (MÉDIA E ALTA COMPLEXIDADE)	<b>SOB CONSULTA</b>

*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

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

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 contemplando 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.

12

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

DESCRÍÇÃO	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 3 <sup>a</sup> 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>  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.).  Desenvolvimento de até cinco peças gráficas de PDV a combinar.  Obs.: não contempla o projeto de decoração ou obras para o ambiente.	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>  Produto: mesmo do PDV básico + desenvolvimento de seis a nove peças gráficas de PDV, a combinar.	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>  Produto: sob consulta.	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

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

DESCRÍÇÃO	PRODUTOS	VALOR MÉDIO (R\$)	
		IDENTIDADE VISUAL	DESIGN DA PEÇA
	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>

**DESIGN DE PEÇAS PARA  
PDV / PROMOCIONAL  
(CONTINUAÇÃO)**

DESCRÍÇÃO	PRODUTOS	VALOR MÉDIO (R\$)	
		IDENTIDADE VISUAL	DESIGN DA PEÇA
	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>

**DESIGN DE PEÇAS PARA  
PDV / PROMOCIONAL  
(CONTINUAÇÃO)**

DESCRÍÇÃO	PRODUTOS	VALOR MÉDIO (R\$)	
		IDENTIDADE VISUAL	DESIGN DA PEÇA
<b>DESIGN DE PEÇAS PARA PDV / PROMOCIONAL (CONTINUAÇÃO)</b>	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>	
18 APLICAÇÃO DE MARCA EM PEÇAS JÁ EXISTENTES (EX: BRINDES / MATERIAIS PROMOCIONAIS DIVERSOS)	9.66 BLIMP, BOLSA / MOCHILA, BONÉ / CHAPÉU, CANECA / COPO, CANETA, CANIVETE, CHAVEIRO, CINZEIRO, GUARDANAPO, GUARDASOL, LÁPIS, LEQUE, MÁSCARA, MOUSE PAD, PEN DRIVE, RÉGUA, RELÓGIO DE PAREDE, SQUEESE E VISEIRA (VALOR POR PEÇA)	<b>367</b>	
DIVERSOS	9.67 CARTA/CIRCULAR	<b>577</b>	
	9.68 BRAÇADEIRA	<b>472</b>	

## 10 SINALIZAÇÃO

DESCRÍÇÃO	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) 10.2 MAPEAMENTO (MÉDIA COMPLEXIDADE) 10.3 MAPEAMENTO (ALTA COMPLEXIDADE) 10.4 IDENTIDADE VISUAL (BAIXA COMPLEXIDADE) 10.5 IDENTIDADE VISUAL (MÉDIA COMPLEXIDADE) 10.6 IDENTIDADE VISUAL (ALTA COMPLEXIDADE) 10.7 DESIGN DA PEÇA (BAIXA COMPLEXIDADE) – POR UNIDADE 10.8 IDENTIDADE VISUAL (MÉDIA COMPLEXIDADE) – POR UNIDADE 10.9 IDENTIDADE VISUAL (ALTA COMPLEXIDADE) POR UNIDADE 10.10 SUPERVISÃO DE PRODUÇÃO	<b>3.145</b> <b>7.500</b> <b>SOB CONSULTA</b> <b>3.145</b> <b>7.500</b> <b>SOB CONSULTA</b> <b>419</b> <b>839</b> <b>SOB CONSULTA</b> <b>3.145</b> <b>1.258</b> <b>734</b> <b>734</b> <b>629</b> <b>2.097</b> <b>2.621</b> <b>3.669</b> <b>3.145</b> <b>1.048</b> <b>2.621</b>
DIVERSOS	10.11 PLACA DE OBRA 10.12 PLACA INDICATIVA (POR UNIDADE) 10.13 PLACA DE SETOR (POR UNIDADE) 10.14 PICTOGRAMA (POR UNIDADE) 10.15 TOTEM (INFORMATIVO OU DIRECIONAL – POR UNIDADE)	<b>1.258</b> <b>734</b> <b>734</b> <b>629</b> <b>2.097</b>
VEÍCULOS (ENVELOPAMENTO) LAYOUT + ARTE-FINAL  Não inclui a produção.	10.16 CARRO DE PASSEIO 10.17 CAMINHÃO/VAGÃO (METRÔ OU TREM) 10.18 ÔNIBUS 10.19 MOTOCICLETA 10.20 VEÍCULO UTILITÁRIO	<b>2.621</b> <b>3.669</b> <b>3.145</b> <b>1.048</b> <b>2.621</b>

## 11 MÍDIA INTERNA E EXTERNA

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



## 12 EDITORIAL (PUBLICAÇÕES)

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

### 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.





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

DESCRÍÇÃO	PRODUTOS	VALOR MÉDIO (R\$)
<i>CRIAÇÃO DE PROJETO GRÁFICO E DIAGRAMAÇÃO (layout e montagem de arquivo template em Adobe InDesign ou similar)</i>	12.21 RELATÓRIO ANUAL (PROJETO GRÁFICO)	<b>9.225</b>
	12.22 RELATÓRIO ANUAL (DIAGRAMAÇÃO) – POR PÁGINA	<b>199</b>
<i>CRIAÇÃO DE PROJETO GRÁFICO E DIAGRAMAÇÃO (layout e montagem de arquivo template em Adobe InDesign ou similar)</i>	12.23 REVISTA SOMENTE COM TEXTOS (PROJETO GRÁFICO)	<b>4.036</b>
	12.24 REVISTA SOMENTE COM TEXTOS (DIAGRAMAÇÃO) – POR PÁGINA	<b>157</b>
	12.25 REVISTA COM ELEMENTOS GRÁFICOS* (PROJETO GRÁFICO)	<b>6.657</b>
	12.26 REVISTA COM ELEMENTOS GRÁFICOS* (DIAGRAMAÇÃO) – POR PÁGINA	<b>199</b>
	12.27 PORTFÓLIO (PROJETO GRÁFICO)	<b>4.036</b>
	12.28 PORTFÓLIO (DIAGRAMAÇÃO) – POR PÁGINA	<b>199</b>

*Obs.: valores não contemplam a produção e a revisão de textos.*

*\*Com textos, figuras, tabelas, gráficos e imagens. \*\* Jornal com até 16 páginas.*

22

## 13 EDITORIAL (DIVERSOS)

DESCRÍÇÃO	PRODUTOS	VALOR MÉDIO (R\$)
<i>LAYOUT DE ELEMENTOS GRÁFICOS</i>  <i>Uma publicação pode conter elementos gráficos como: tabelas, gráficos, ilustrações, organogramas/fluxogramas, etc.</i>  <i>Caso o serviço não esteja englobado na diagramação da publicação, sugere-se a cobrança dos valores por unidade, conforme ao lado.</i>	13.1 ORGANOGRAMA / FLUXOGRAMA – POR UNIDADE	<b>996</b>
	13.2 DIAGRAMAÇÃO PARA OUTROS IDIOMAS	<b>DE 50% A 70% DO VALOR DA DIAGRAMAÇÃO</b>
	13.3 GRÁFICOS SIMPLES – POR UNIDADE	<b>629</b>
	13.4 GRÁFICOS COMPLEXOS – POR UNIDADE	<b>996</b>
	13.5 TABELAS SIMPLES – POR UNIDADE	<b>262</b>
	13.6 TABELAS COMPLEXAS – POR UNIDADE	<b>577</b>
<i>EMENDAS DE TEXTO</i>  <i>Emendas de texto são as correções pontuais em textos que necessitam ser trocados ou corrigidos. O valor da diagramação contempla até a segunda revisão. A partir da terceira versão, recomenda-se a cobrança dos serviços.</i>	13.7 EMENDAS DE TEXTO – A PARTIR DA TERCEIRA REVISÃO	<b>ACRÉSCIMO DE PELO MENOS 30% DO VALOR TOTAL DE EDITORAÇÃO</b>
	13.8 SOMENTE EMENDAS DE TEXTO E GERAÇÃO DE PDF – POR HORA	<b>126</b>



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.

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

*\* Contempla projeto gráfico e diagramação.*

## 14 VESTUÁRIO

DESCRIÇÃO	PRODUTOS	VALOR MÉDIO (R\$)
DESENVOLVIMENTO DE LINHA DE UNIFORMES (LAYOUT + ARTE-FINAL)  Geralmente limita-se ao modelo de uniforme com até três postos de trabalho. Não contempla a confecção.	14.1 MICROEMPRESA	<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>
DIVERSOS	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>

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.

## 15 EMBALAGEM

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

\* 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

DESCRÍÇÃO	PRODUTOS	VALOR MÉDIO (R\$)
<b>APP</b> Aplicativo para dispositivos móveis. Trata-se do design gráfico para softwares com funcionalidades e complexidades específicas.	16.1 PROJETO GRÁFICO	<b>SOB CONSULTA</b>
	16.2 DIAGRAMAÇÃO	<b>SOB CONSULTA</b>
<b>E-BOOK</b> 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.	16.3 PROJETO GRÁFICO	<b>4.717</b>
	16.4 DIAGRAMAÇÃO – POR PÁGINA	<b>262</b>
<b>E-PUB</b> 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.	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> É uma variação do formato ePUB dedicado para leitura no aplicativo iBooks, da Apple.	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

<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.	<b>17.1 DIAGNÓSTICO</b>	<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>	<b>17.297</b>
<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.	<b>17.2 PLANEJAMENTO</b>	<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>	<b>18.345</b>
<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	<b>17.3 CRIAÇÃO E GESTÃO DE CONTEÚDO</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Criação e publicação de conteúdos conforme a fase de planejamento</li> <li>Planejamento recorrente dos</li> <li>Temas abordados no mês</li> <li>Gerenciamento de fluxo de aprovação de conteúdo pelo cliente</li> <li>Volumetria de redes sociais*</li> </ul>	<b>15.725 (POR MÊS)</b>
	<b>17.4 GESTÃO DE MONITORAMENTO</b>	<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>	<b>9.959 (POR MÊS)</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; 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	<b>980</b>
	18.2 STORY – INDIVIDUAL	<b>1.750</b>
	18.3 POST CARROSEL (COM 2 A 20 TELAS)	<b>1.750</b>
	18.4 REELS (INDIVIDUAL)	<b>SOB CONSULTA</b>
	18.5 ANÚNCIO	<b>SOB CONSULTA</b>
POSTS (REDES SOCIAIS - PACOTES)	18.6 PACOTE SEMANAL	<b>SOB CONSULTA</b>
	18.7 PACOTE MENSAL	<b>SOB CONSULTA</b>
CAPA E IMAGEM DE PERFIL	18.8 CAPA E IMAGEM DE PERFIL	<b>480</b>
VÍDEOS E ANIMAÇÕES	18.9 CRIAÇÃO E FINALIZAÇÃO DE VÍDEOS E ANIMAÇÕES	<b>SOB CONSULTA</b>

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 reformulação 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>PRODUTOS</b>	<b>VALOR MÉDIO (R\$)</b>
<b>SITE INSTITUCIONAL</b> Criados para apresentar uma empresa, seus serviços e valores, pode ter os itens abaixo: • área institucional; • área de contato; • área de conteúdo (cadastro de serviços e produtos, etc.); • área informativa (notícias, eventos, etc.).	<b>19.1 BAIXA COMPLEXIDADE</b> <b>19.2 MÉDIA COMPLEXIDADE</b> <b>19.3 ALTA COMPLETIDADE</b>	<b>6.223</b> <b>15.557</b> <b>SOB CONSULTA</b>
<b>HOT SITE</b> É bastante utilizado para divulgar eventos, produtos ou serviços.	<b>19.4 BAIXA COMPLEXIDADE</b> <b>19.5 MÉDIA COMPLEXIDADE</b> <b>19.6 ALTA COMPLEXIDADE</b>	<b>4.978</b> <b>15.557</b> <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.	<b>19.7 BAIXA COMPLEXIDADE</b> <b>19.8 MÉDIA COMPLEXIDADE</b> <b>19.9 ALTA COMPLETIDADE</b>	<b>7.778</b> <b>15.557</b> <b>SOB CONSULTA</b>
<b>LANDING PAGE</b> A landing page é uma página cujo intuito é atender a uma única campanha específica.	<b>19.10 LANDING PAGE</b>	<b>4.667</b>
<b>PORTAL</b> 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.	<b>19.11 PORTAL</b>	<b>SOB CONSULTA</b>
<b>E-COMMERCE</b> Plataformas de venda online que permitem transações comerciais.	<b>19.12 E-COMMERCE</b>	<b>SOB CONSULTA</b>
<b>PORTFÓLIOS</b> Usados por profissionais para mostrar seus trabalhos e habilidades.	<b>19.13 PORTFÓLIOS</b>	<b>SOB CONSULTA</b>
<i>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).</i>		

## 20 SERVIÇOS DIGITAIS • MULTIMÍDIA E APRESENTAÇÕES

DESCRÍÇÃO	PRODUTOS	VALOR MÉDIO (R\$)
<b>APRESENTAÇÃO</b> <i>(Powerpoint ou similar)</i>	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>
	21.8 PRODUÇÃO DE CONTEÚDO	<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>	21.9 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>
	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>
<p>* 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.</p>		

## 22 ANIMAÇÃO/MOTION DESIGN

DESCRÍÇÃO	PRODUTOS	VALOR MÉDIO (R\$)		
		BAIXA COMPLEXIDADE	MÉDIA COMPLEXIDADE	ALTA COMPLEXIDADE
<b>ANIMAÇÃO 2D (POR MINUTO DE VÍDEO)</b>	22.1 CENA E OBJETOS	<b>3.150</b>	<b>4.410</b>	<b>SOB CONSULTA</b>
	22.2 PERSONAGENS	<b>1.950</b>	<b>2.730</b>	<b>SOB CONSULTA</b>
	22.3 ÍCONE	<b>980</b>	<b>1.372</b>	<b>SOB CONSULTA</b>
	22.4 MAQUETE ELETRÔNICA	<b>3.500</b>	<b>4.900</b>	<b>SOB CONSULTA</b>
	22.5 MARCA	<b>1.050</b>	<b>1.470</b>	<b>SOB CONSULTA</b>
<b>ANIMAÇÃO 3D (POR MINUTO DE VÍDEO)</b>	22.6 CENA E OBJETOS	<b>SOB CONSULTA</b>	<b>SOB CONSULTA</b>	<b>SOB CONSULTA</b>
	22.7 PERSONAGENS	<b>SOB CONSULTA</b>	<b>SOB CONSULTA</b>	<b>SOB CONSULTA</b>
	22.8 ÍCONE	<b>SOB CONSULTA</b>	<b>SOB CONSULTA</b>	<b>SOB CONSULTA</b>
	22.9 MAQUETE ELETRÔNICA	<b>SOB CONSULTA</b>	<b>SOB CONSULTA</b>	<b>SOB CONSULTA</b>
	22.10 MARCA	<b>SOB CONSULTA</b>	<b>SOB CONSULTA</b>	<b>SOB CONSULTA</b>
<b>MOTION DESIGN (POR MINUTO DE VÍDEO)</b>	22.11 EDIÇÃO DE VÍDEO	<b>3.000</b>	<b>4.200</b>	<b>SOB CONSULTA</b>

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. **Não contempla nos valores acima: captação, roteiro, locução, ilustrações, storyboard, aquisição de imagens, animações ou vídeos de bancos pagos.** Em alguns casos, cobra-se por segundo de vídeo.

## 23 UX DESIGN

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

DESCRÍÇÃO	ENTREGÁVEIS / PRODUTOS	VALOR MÉDIO (R\$)
ENTENDIMENTO DO NEGÓCIO (IMERSÃO)	23.1 INVENTÁRIO DE CONTEÚDO	<b>4.193</b>
	23.2 MAPA DO SITE	<b>6.290</b>
	23.3 RELATÓRIO DE ANÁLISE DA CONCORRÊNCIA	<b>20.966</b>
	23.4 LEVANTAMENTO E ANÁLISE DAS INFORMAÇÕES E DAS FUNCIONALIDADES NECESSÁRIAS NO PROJETO	<b>25.159</b>
	23.5 IDENTIFICAÇÃO DO FLUXO PRINCIPAL E DOS FLUXOS AUXILIARES DOS PROCESSOS DE NEGÓCIO	<b>31.449</b>
PESQUISA DO USUÁRIO	23.6 IDENTIFICAÇÃO DAS PERSONAS	<b>10.483</b>
	23.7 DESCRIPTIVO COM O LEVANTAMENTO DOS ASPECTOS PESSOAIS, SOCIAIS E CULTURAIS (FRUSTRAÇÕES E EXPECTATIVAS)	<b>4.193</b>
CUSTOMER JOURNEY MAPS (MAPA DA EXPERIÊNCIA)	23.8 BAIXA COMPLEXIDADE (DE UM A CINCO ETAPAS)	<b>6.290</b>
	23.9 MÉDIA COMPLEXIDADE (DE CINCO A 15 ETAPAS)	<b>14.676</b>
	23.10 ALTA COMPLEXIDADE (ACIMA DE 15 ETAPAS)	<b>SOB CONSULTA</b>
DIAGNÓSTICO – LEVANTAMENTO E VALIDAÇÃO DE HIPÓTESES DE SOLUÇÕES		
DESCRÍÇÃO	ENTREGÁVEIS / PRODUTOS	VALOR MÉDIO (R\$)
IDEAÇÃO	23.11 BRAINSTORMING	<b>2.097</b>
	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	<b>10.483</b>

<i>Prototipação</i>	23.13 PROTÓTIPOS DE BAIXA FIDELIDADE NÃO FUNCIONAL	<b>6.290</b>
	23.14 PROTÓTIPOS DE BAIXA FIDELIDADE FUNCIONAL	<b>9.435</b>
	23.15 PROTÓTIPOS DE ALTA FIDELIDADE NÃO FUNCIONAL	<b>10.483</b>
	23.16 PROTÓTIPOS DE ALTA FIDELIDADE FUNCIONAL	<b>31.449</b>

**APLICAÇÃO E ACOMPANHAMENTO DE RESULTADOS DA SOLUÇÃO**

<b>DESCRÍÇÃO</b>	<b>ENTREGÁVEIS (PRODUTOS)</b>	<b>VALOR MÉDIO (R\$)</b>
<i>Implementação</i>	23.17 DEFINIÇÃO DE ALINHAMENTO E TIPOGRAFIA DAS FUNCIONALIDADES DO SISTEMA/PORTAL	<b>31.449</b>
	23.18 CRIAR E ORGANIZAR A ESTRUTURA DE ESTILOS (CSS) DOS PROJETOS DE SOFTWARE	<b>10.483</b>
	23.19 GARANTIR QUE A INTERFACE DO SISTEMA/PORTAL SEJA TOTALMENTE RESPONSIVA	<b>20.966</b>
	23.20 ADEQUAR PÁGINAS HTML AOS REQUISITOS DE ACESSIBILIDADE (PADRÃO EMAG)	<b>10.483</b>
<i>Avaliação</i>	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	<b>SOB CONSULTA</b>
<i>Design de interface</i>	23.22 WIREFRAME ESTÁTICO	<b>6.290</b>
	23.23 FLUXOGRAMA / DIAGRAMA DE ATIVIDADE	<b>10.483</b>
	23.24 MOCKUP VISUAL	<b>8.386</b>
	23.25 MODELO CONCEITUAL	<b>20.966</b>
	23.26 MOOD BOARD (PAINEL SEMÂNTICO)	<b>6.290</b>

*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

36

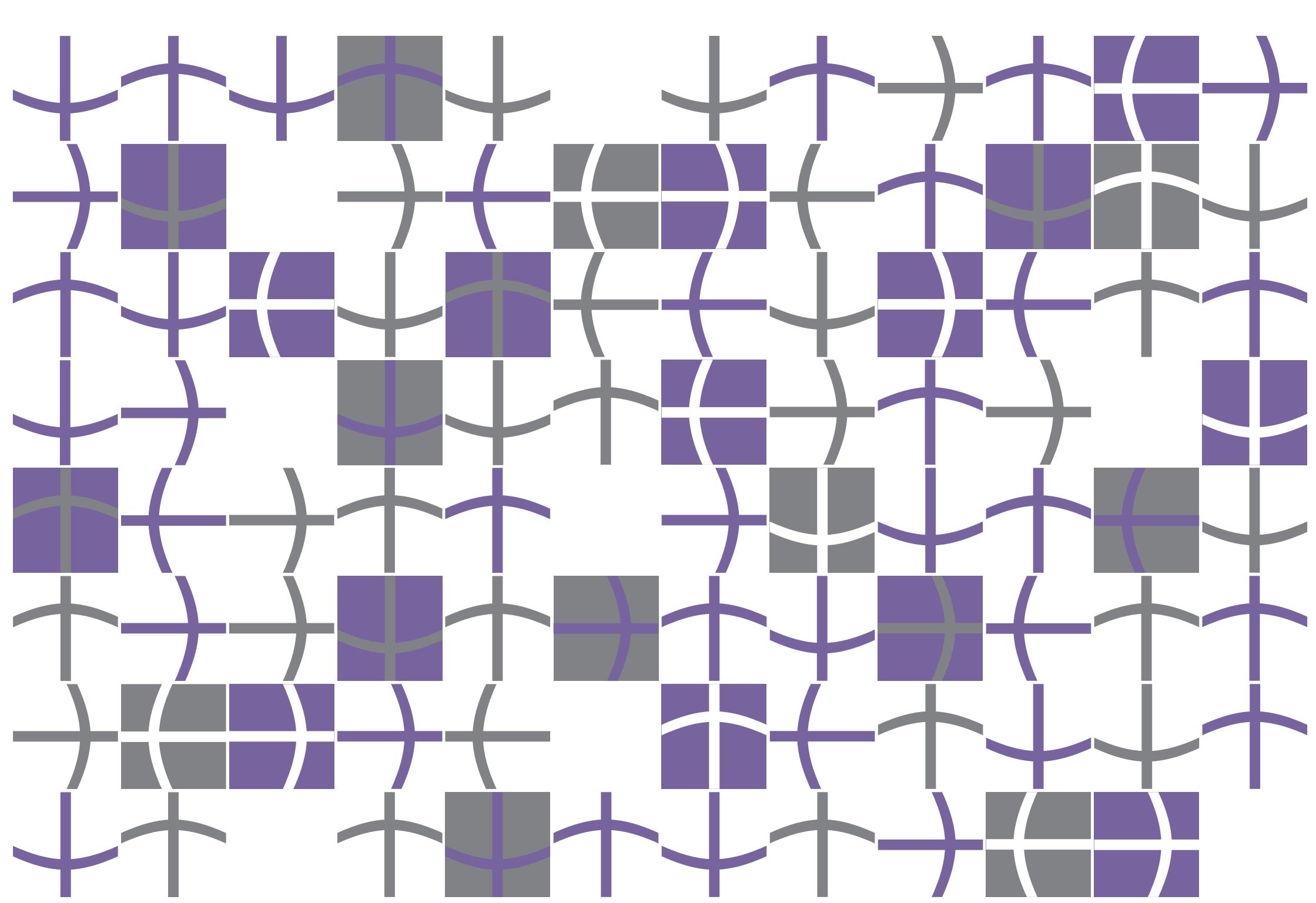
PRODUTO	VALOR MÉDIO (R\$)				
	CAPA	PÁGINA SIMPLES	PÁGINA DUPLA	VINHETA OU SELO	INFOGRÁFICO
26.1 CARTILHAS E MANUAIS	<b>1.572</b>	<b>1.048</b>	<b>1.782</b>	<b>262</b>	<b>1.048</b>
26.2 JORNAL (PEQUENA CIRCULAÇÃO)	<b>1.363</b>	<b>839</b>	<b>1.258</b>	<b>367</b>	<b>1.258</b>
26.3 JORNAL (MÉDIA E GRANDE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

*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 Antoniali

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



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