

A construção de um referencial de valor replicável para o design

Actas de Diseño (2022, abril),
Vol. 39, pp. 217-224. ISSN 1850-2032.
Fecha de recepción: julio 2015
Fecha de aceptación: agosto 2016
Versión final: abril 2022

Rodrigo Antônio Queiroz Costa y
Cristiane Linhares de Souza (*)

Resumo: A constituição de um *Referencial de Valor* tem como objetivo criar um parâmetro que estabeleça um ponto de partida para a discussão dos valores praticados por agentes do design e da comunicação para a cidade de Belo Horizonte por meio de uma metodologia que inclua uma estratégia para a escala do problema e outra para sua complexidade.

A metodologia aborda a escala ao constituir uma tabela parametrizada pela média dos recém-formados dos cursos de Comunicação e Design do UNIBH com atuação como *freelancer*; e provém subsídios para resolução da complexidade ao expor a metodologia usada para replicação individual.

Palavras chave: Tabela de Valores - Serviços – Design – Metodologia - Complexidade.

[Resúmenes en inglés y español y currículum en p. 224]

1. Introdução

Talvez um dos caminhos mais complexos na estruturação de um mercado de design seja a questão que envolve os valores a serem cobrados pelos serviços prestados por seus profissionais. A constituição de uma metodologia que permita a identificação e parametrização da relação entre os valores intangíveis do design e a percepção de seu valor financeiro para o contexto de Belo Horizonte exigiu uma abordagem sistêmica para concepção de um referencial de valores. A referência criada pode ser encarada como marco social, para esta localidade, caso consiga, acima de tudo, construir reflexões que permitam a construção de parâmetros individuais próximos da realidade do mercado dos indivíduos envolvidos.

Essa dinâmica, preocupada com as questões complexas do mercado vem do entendimento que este é um cenário contemporâneo dinâmico, onde constantes *feedbacks* são necessários às corretas tomadas de decisões, e que se encontra longe da realidade estática inerente ao modelo moderno, conforme aponta Costa e Souza, 2014, apud Moraes (2010).

Um dos motivadores deste projeto é que todos os anos, nas devolutivas do Congresso de Ensino Latino Americano de Design, realizado pela UP em Buenos Aires, é recorrente o reconhecimento de que a academia seja parte do complexo mercado de design e como aponta Cardoso (2012) as Instituições de Ensino seriam o elo mais fraco desta cadeia. Não é errado imaginar a necessidade de se assumir certo protagonismo, por parte da academia, na elaboração de algum tipo de empreendimento colaborativo como uma iniciativa para fomentar novos modelos parametrização de valores do design.

Duas questões frequentemente abordadas nas discussões sobre parametrização de valores por meio de tabelas, é que estas não abarcariam as múltiplas realidades individuais e menos ainda as realidades de cada projeto. É fato, contudo, que em locais onde ainda não existe pelo menos um parâmetro dos valores locais, como é o caso

de Belo Horizonte, a percepção de uma média geral fique prejudicada o que pode acentuar desigualdades na percepção dos valores de um serviço contribuindo, inclusive, para práticas desleais de mercado. Esta parametrização busca dar resposta à questão da percepção de valor massificada ou no âmbito da escala conforme nos apresenta Bar-Yam (2004), constituindo algum parâmetro geral para uma região ou localidade, neste caso, a cidade de Belo Horizonte.

Assim, a parametrização aqui proposta tem pela frente um desafio duplo. O de promover alguma referência para sua realidade local por meio desta tabela, que tende a se tornar colaborativa entre academia e mercado, e ao mesmo tempo disponibilizar uma metodologia que possa ser replicada individualmente para a construção de valores que alcancem a realidade do indivíduo na realidade complexa de cada projeto.

2. O preço do Design

Como toda atividade econômica a atividade do design envolve, entre outras coisas, a identificação da capacidade produtiva de um profissional ou escritório e a identificação dos custos de produção para a melhor gestão de seu negócio. É comum que as organizações de classe e os demais *stakeholders* envolvidos no design promovam alguma mensuração dos valores financeiros sem apontar de maneira aprofundada os parâmetros para a sua constituição. No design, costuma-se falar em “valor agregado” (Cardoso, 2012, p.113) como “diferenciação” dos demais produtos concorrentes diretos e indiretos.

Na administração profissional, há uma diferença entre custo e valor de um projeto. O custo refere-se à quantia que o escritório precisa obter para operar sem prejuízo e poder investir em equipamentos por exemplo. Já o valor refere-se a quanto vale o projeto

em termos de patrimônio para o cliente. E isto depende da complexidade do mercado em que o cliente atua, do seu porte, das características do segmento em que o produto ou serviço se inserem, de como o cliente vai capitalizar com o projeto, entre outros. (ADG BRASIL, 2004, p. 107)

As decisões de precificação devem ser coordenadas com o projeto, a distribuição e a promoção do produto, a fim de tornar o seu posicionamento coerente e eficaz conforme explica Basta (2005). O preço de um projeto deveria refletir-se em um sentimento de valor agregado (valor percebido X custos X benefícios) pelos clientes dos designers. Outra forma de percepção de valor também pode se estabelecer a partir da vivência com o objeto, uma relação *emocional* com o produto, uma relação de transferência associativa que vem sendo explorada de diversas maneiras pela comunicação e, nos últimos anos, mais fortemente pelo design.

Será que o preço do Rolex – dez ou vinte vezes mais alto que o dos outros – corresponde a uma superioridade proporcional em termos de precisão, conforto, segurança e durabilidade? Para a maioria das pessoas que quer adquirir um Rolex, nenhuma dessas questões é prioritária. O Rolex é desejado não por ser melhor como relógio, mas aquilo que significa independentemente de seu funcionamento e operacionalidade. (CARDOSO, 2012, p.103)

No entanto, não se deve buscar uma padronização dos preços, mas sim uma referência. É estranho pensar que embora o processo industrial venha se tornando mais complexo – conforme aponta Cardoso (2012), ao ponderar que o paradigma de produção em massa da indústria esteja mudando, a olhos vistos, para a produção flexível – o processo de parametrização de valores para os novos designers não se baseia em relações locais objetivas como a constituição do seu custo e sim na aplicação de uma resposta rápida a partir de algum valor tabelado.

Como forma de se dar algum norte a um mercado, que no Brasil não é regulamentado, a constituição de uma tabela de referência de valores regionais poderia ajudar a resolver o problema de parametrização de preços do ponto de vista da escala. Porém estas referências normalmente não refletem a totalidade das realidades locais, e muito menos as individuais, de onde são usadas. Ainda assim tendem a se tornar importantes ferramentas em realidades em que não há uma noção do valor monetário dos serviços e dos produtos de design.

Querendo ou não, vivemos em uma organização política em que o mercado é o mais importante instrumento para o suprimento de necessidades e para adequação de propostas sociais. Quase tudo que nos cerca encontra tradução direta em termos de valor de mercado; e tal valor, expresso monetariamente, detém peso considerável sobre a percepção de outros valores abstratos como qualidade, beleza, mérito. Ignorar o mercado é hoje, uma atitude temerária demais para o ensino de qualquer atividade – ainda mais uma como o design,

historicamente, muito ligada ao comércio e a indústria. (CARDOSO, 2012, p.249)

Uma das dificuldades na utilização de valores tabelados, e não somente referenciados, recai sobre a inerente realidade de que mesmo se regionalizando os parâmetros de preço, estes não atendam as necessidades ou realidades individuais, o que acaba por enfraquecer as definições estabelecidas. Cabe aqui ainda a reflexão de que as especificidades de um projeto podem aumentar ainda mais as discrepâncias na valoração dos serviços de design. A ADG Brasil (2004) chega a afirmar que o design de uma marca pode variar de 2 mil reais a 400 mil reais dependendo de sua finalidade, exposição, alcance e abrangência. Neste caso, a parametrização pede uma abordagem diferente como na resolução de problemas complexos.

São necessários sistemas complexos, que possam funcionar em ambientes que são eles próprios demasiado complexos para ser completamente previsto ou determinados. Em tais ambientes operacionais, relações analíticas precisas entre os parâmetros do sistema e os comportamentos de sistema são desconhecidos ou praticamente não podem ser determinados. Tais sistemas complexos tem de ser capaz de lidar com novas circunstâncias e com informações incompletas (*low observability*) e controle limitado (*poor controllability*). Além disso, este sistema têm de ser capaz de modificar, de maneira dinâmica, a forma como a informação sobre o ambiente externo incerto (incluindo mudanças nos requisitos iniciais do sistema) é representado dentro do sistema, e reconfigurar-se com base nessas modificações. E, uma vez que os problemas enfrentados pelo sistema não são totalmente previsíveis, todas as soluções para todas as contingências possíveis não pode ser inteiramente determinado com antecedência. (BRAHA, 2006, p.10)

3. Metodologia

Além do tabelamento de valores espera-se que a constituição de um referencial apoiado no custo de sua hora de trabalho seja passível de atender à complexidade inerente ao problema de precificação de projetos de design.

Os valores descritos partem de uma situação hipotética descrita abaixo e os tempos estimados para produção de cada projeto são projeções que advém da observação empírica como designer e professor de design. Não é o objetivo desse trabalho traçar uma média precisa do tempo de desenvolvimento de um projeto e sim uma descrição aproximada e razoável para que o indivíduo possa estabelecer um parâmetro mínimo da relação entre esforço e valor.

3.1 Cálculos realizados (valores descritos em Reais)

A metodologia utilizada para se encontrar os valores utiliza alguns parâmetros baseados em estimativa no sentido de simplificar a reprodução dos cálculos. Isso não

diminui a contribuição para se iniciar a parametrização para aqueles que não a tem. O objetivo maior, neste caso, é estimular o planejamento de novos empreendedores que, historicamente, não tem afinidade ao cálculo financeiro. A saber, os valores aqui tomados têm como referência pesquisas realizadas em novembro e dezembro de 2013.

3.1.1. Investimento

Considera-se como investimento tudo aquilo que gasto para exercer a profissão. Desde a formação, a montagem de um *home office* adequado e três meses de estimativa do custo fixo (explicamos o que é isto mais a frente) como capital de giro. O investimento é separado em três grandes grupos:

- a. Formação.
- b. Equipamentos e Infraestrutura.
- c. Capital de giro.

a. Formação:

Cálculo da média da formação para os cursos de comunicação e design no UNIBH.

Design de moda: R\$ 752,00 x 24 meses

Design Bacharelado: R\$ 831,00 x 42 meses

Design Gráfico: R\$ 669,00 x 24 meses

Jornalismo: R\$ 874,00 x 48 meses

Publicidade e propaganda: R\$ 886,00 x 48 meses

Produção multimídia: R\$ 573,00 x 24 meses

Média de investimento em uma graduação por 2 anos:

R\$ 764,00 valor médio da mensalidade + 120,00 transporte + 110,00 lanche + 220,00 material x 24 meses.

R\$ 29.136,00

Valor total investido (média dos cursos de comunicação e design): R\$ 29.136,00 para recuperação em 24 meses: R\$ 1.214,00/mês.

b. Equipamentos e Infraestrutura para Home Office:

Computador de boa qualidade: R\$ 3.500,00

Mesa: R\$ 450,00

Cadeiras: 1 Giratória R\$ 400,00 + 1 Fixa R\$ 140,00

Armário pequeno de escritório: R\$ 250,00

Estante: R\$ 300,00

Sofá-Cama: R\$ 700,00

Câmera digital: R\$ 900,00

Tablet ou Netbook: R\$ 1.300,00

Multifuncional: R\$ 550,00

Telefone sem fio: R\$ 250,00

Livros de Referência: R\$ 540,00

Decoração: R\$ 430,00

Investimento em softwares:

Sistema Operacional: R\$ 250,00

Antivírus: R\$ 100,00 (para 3 aparelhos)

Ferramentas: opção por freeware.

Valor Total Infraestrutura Home Office: R\$ 10.060,00 dividido por 24 meses: R\$ 419,17

c. Capital de giro:

Para capital de giro deve se considerar um mínimo de 3x custo fixo, ou seja, 3x R\$ 3.822,82 (Ver detalhamento no item 2.1.2).

Total capital de giro: R\$ 11.468,46 dividido por 24 meses: R\$ 477,85/mês

Total investido (Valor total da formação + Valor Total Infraestrutura Home Office + Capital de giro) = 50.664,46 Considerar uma estimativa de rentabilidade para o dinheiro aplicado por 2 anos como 7% ao ano = 58.005,74 Valor total do investimento a ser recuperado por mês: R\$ 2.416,91.

3.1.2. Custo fixo

É considerado custo fixo os valores necessários para manter a empresa funcionando. São gastos mensais com aluguel, luz, telefone, salários e serviços dentre outros. Para a composição do custo fixo foram considerados dois grandes grupos:

- a. Custos mensais da empresa.
- b. Pro-labore.

a. Custos empresa/mês*:

Estimativa de ajuda em casa como forma de aluguel: 70% salário mínimo. R\$ 474,60

Telefone fixo, internet e celular. R\$ 350,00

Alimentação, por dia, R\$20,00 x 22 dias = R\$ 440,00

Transporte (22 dias, considerar 2 corridas médias de taxi por semana):

Ônibus: R\$ 116,60

Taxi: R\$ 280,00

Limpeza, 1 vez por semana. (diarista + passagem) R\$ 85,30

Saúde: SUS (remédios, vacinas, etc.)

Assistência Médica: R\$ 150,00

Custo INSS empreendedor individual: R\$ 38,90

Materiais de divulgação (cartão de visita, domínio e servidor de site, portfólio e publicidade): R\$ 72,50

Fundo de manutenção (eventualidades com equipamentos): R\$ 200,00

Materiais de escritório: R\$ 30,00

Total custo empresa/mês: 2.237,90

*Valores tomados como referência em Dezembro de 2013.

b. Pro Labore:

Capacitação: pelo menos 1 congresso anual: R\$ 130,00

Imagem Pessoal (roupas, sapatos e acessórios): R\$ 150,00

Cuidados Pessoais (Cosméticos, salão, academia, etc...): R\$ 250,00

Entretenimento (valor médio para 4 fins de semana com alimentação, transporte e cinema. Medias: cinema + pipoca: R\$ 25,00, transporte: R\$ 50,00, lanche: R\$ 25,00, barzinho: R\$ 50,00): R\$ 600,00

Curso de línguas: R\$ 230,00

Seguro de vida (com cobertura de dias parados): R\$ 70,00

13º Salário (acumulado ao longo de um ano): R\$ 119,17
Férias (30% do pro labore ao longo de um ano): R\$ 35,75
Total Pro Labore: R\$ 1.584,92

Custo Fixo Total (Total custo empresa/mês+ Total Pro Labore): R\$ 3.822,82

3.1.3. Custo Variável

Depende do projeto, devem-se considerar questões como a inclusão da produção, elaboração de protótipos, alcance e complexidade do projeto, atendimento em outra cidade na alteração dos valores. Custos extras ou esporádicos podem ser computados como custo variável como, por exemplo, a necessidade de se comprar um equipamento ou software para execução de um projeto ou de se executar um projeto fora do horário comercial por urgência do cliente.

3.1.4 Valor por Hora

Valores para composição do custo da hora (investimento + custo fixo):

Valor do custo por mês: R\$ 6.239,73, dividido por 22 dias (média de dias úteis para um mês de 30 dias) = R\$ 283,62 de custo por dia.

R\$ 283,62 de custo por dia dividido por 8 horas diárias: R\$ 35,45 por hora. Custo de um projeto de 40 horas = 1.418,12.

Estimativa para composição da tabela considerando a margem de 30% de lucro:

Valor por mês: 6.239,73 somado a 30% de lucro (R\$ 1.871,92), Total: R\$ 8.111,65 por mês que dividido por 22 dias úteis R\$ 368,71 por dia. Dividido por 8 horas diárias: R\$ 46,08 por hora.

Valor estimado de um projeto com duração de 40 horas e 30% de lucro = R\$ 1.843,56.

3.1.4. Referencial de valores em função do tempo de projeto

O referencial a seguir foi montado em função da quantidade de horas trabalhadas por tipo de projeto. Estas horas seriam em horário comercial (8h às 18h considerando intervalo de almoço de 12h às 14h conforme a cultura brasileira). Para efeito de melhor exposição dos valores para leitores de outros países, além dos valores em Reais consideramos os cálculos também em dólares. Considerou-se o dólar médio de dezembro de 2013, cotado a R\$ 2,329.

Marcas Institucionais - itens: marca, aplicações em Cores, Escala de cinza, P&B e redução máxima:

Marca para microempresa; 40h; R\$ 1.843,56; US\$ 791,567 / Marca para pequena empresa; 64h; R\$ 2.949,12; US\$ 1266,260 / Marca para média empresa; 104h; R\$ 4.792,32; US\$ 2057,672 / Marca para grande empresa; 184h; R\$ 8.478,72; US\$ R\$ 3.640,498.

Marcas Diversas - Marca para evento periódico; 32h; R\$ 1.474,56; US\$ 633,130 / Marca para evento único; 16h; R\$ 737,28; US\$ 316,565 / Marca comemorativa; 24h; R\$ 1.105,92; US\$ 474,847 / Marca para produto; de 40 a 56h; de R\$ 1.843,20 a R\$ 2.580,48; de US\$ 791,412 a US\$ 1.107,977 / Marca para campanha; 16h; R\$ 737,28; US\$ 316,565 / Redesenho vetorial da marca; de 2 a 24h; de R\$ 92,16 a R\$ 1.105,92; de US\$ 39,570 a US\$474,847.

Manual de uso da marca - O manual de uso considera os seguintes conteúdos: capa, sumário, introdução, sistema de assinaturas, malha construtiva, redução máxima, área de proteção, tipografia, aplicações e padrões de cores, usos incorretos.

Projeto Gráfico; 24h; R\$ 1.105,92; US\$ 474,847 / Normatização; de 40h a 136h; de R\$ 1.843,20 a R\$ 6.266,88; de US\$ 791,412 a US\$ 2.690,802 / Diagramação (por página); 2,5 páginas por hora; R\$ 115,20; US\$ 49,463.

Naming Institucional - Microempresa; 32h; R\$ 1.474,56; US\$ 633,130 / Pequena empresa; 56h; R\$ 2.580,48; US\$ 1.107,977 / Média empresa; 96h; R\$ 4.423,68; US\$ 1.899,390 / Grande empresa; 176h; R\$ 8.110,08; US\$ 3.482,215.

Naming Diversos e Afins - Produtos ou serviços; 32h; R\$ 1.474,56; US\$ 633,130 / Evento; 16h; R\$ 737,28; US\$ 316,565 / Slogan/Tagline; A partir de 16h; A partir de R\$ 737,28; A partir de US\$ 316,565.

Projeto de Identidade Visual (PIV) Básico - itens: marca, manual de uso da marca, cartão de visita, papel timbrado, um modelo de envelope:

Microempresa; 72h; R\$ 3.317,76; US\$ 1.424,542 / Pequena empresa; 96h; R\$ 4.423,68; US\$ 1.899,390 / Média empresa; 136h; R\$ 6.266,88; US\$ 2.690,802 / Grande empresa; 216h; R\$ 9.953,28; US\$ 4.273,628.

PIV Intermediário - itens: marca, manual de uso da marca, cartão de visita, papel timbrado, envelopes fechados, etiqueta e pasta:

Microempresa; 92h; R\$ 4.239,36; US\$ 1.820,249 / Pequena empresa; 116h; R\$ 5.345,28; US\$ 2.295,096 / Média empresa; 156h; R\$ 7.188,48; US\$ 3.086,509 / Grande empresa; 236h; R\$ 10.874,88; US\$ 4.699,334.

PIV Completo - itens: os mesmos do PIV intermediários mais outros itens sob consulta. Valores e tempo sob consulta.

Papelaria Básica - Esses valores são referentes ao design das peças individuais. Sugerem-se descontos no valor total do conjunto de peças gráficas no caso de aplicação da mesma identidade visual:

Cartão de visita; 10h; R\$ 460,80; US\$ 197,853 / Envelope ofício (com face de corte); 16h; R\$ 737,28; US\$ 316,565 /

Envelope saco (com faca de corte); 16h; R\$ 737,28; US\$ 316,565 / Papel timbrado; 10h; R\$ 460,80; US\$ 197,853.

Itens de Identidade Visual - Esses valores são referentes ao design das peças individuais. Sugerem-se descontos no valor total do conjunto de peças gráficas no caso de aplicação da mesma identidade visual:

Bloco de anotações; 4h; R\$ 184,32; US\$ 79,141 / Capa simples para CD; 10h; R\$ 460,80; US\$ 197,853 / Cartão de agradecimento; 5h; R\$ 230,40; US\$ 98,926 / Crachá para identificação de empresa; 4h; R\$ 184,32; US\$ 79,141 / Etiqueta; 4h; R\$ 184,32; US\$ 79,141 / Folha de rosto para fax; 3h; R\$ 138,24; US\$ 59,355 / Formulário simples; 8h; R\$ 368,64; US\$ 158,282 / Label para CD; 6h; R\$ 276,48; US\$ 118,711 / Pasta com bolso; 10h; R\$ 460,80; US\$ 197,853 / Pasta simples; 8h; R\$ 368,64; US\$ 158,282.

Sinalética - Projeto de sinalização seguindo uma identidade visual própria conforme as NBR's (normas) vigentes, pictogramas, wayfinding e placas necessárias. Somente criação, não inclui pictogramas especiais:

Sinalização padrão pequena (Ex. Academia, escola com até 10 salas); de 96h a 220h; de R\$ 4.423,68 a R\$ 10.137,60; de US\$ 1.899,390 a US\$ 4.669,334.

Sinalização padrão média (Ex. Fábrica de médio porte, galeria ou shoppings com até 20 lojas, escolas com até 20 salas); a partir de 236h; a partir de R\$ 10.874,88; US\$ 4.699,334.

Sinalização padrão Grande (Ex.: órgãos governamentais, campus de faculdade, shoppings acima de 20 lojas); valores e tempo sob consulta.

Sinalização de veículos; Carro de passeio; de 28 a 50h; de R\$ 1.290,24 a R\$ 2.304,00; de US\$ 553,988 a US\$ 989,265. Caminhão; de 54 a 76h; de R\$ 2.488,32 a R\$ 3.502,08; de US\$ 1.283,091 a US\$ 1.503,683.

Ônibus; de 54 a 76h; de R\$ 2.488,32 a R\$ 3.502,08; de US\$ 1.283,091 a US\$ 1.503,683.

Motocicleta; de 12 a 26h; de R\$ 552,96 a R\$ 1.198,08; de US\$ 237,423 a US\$ 514,418.

Veículo utilitário; de 42 a 64h; de R\$ 1.935,36 a R\$ 2.949,12; de US\$ 830,983 a US\$ 1.266,260.

Sinalização externa - (inclui somente o design, sem a produção); Backdrop; de 12 a 24h; de R\$ 552,96 a R\$ 1.105,92; de US\$ 237,423 a US\$ 514,418 / Banner externo; de 52 a 76h; de R\$ 2.396,16 a R\$ 3.502,08; de US\$ 1.028,836 a US\$ 1.503,683 / Blimp (somente aplicação); de 8 a 16h; de R\$ 368,64 a R\$ 737,28; de US\$ 158,282 a US\$ 316,565 / Busdoor (lateral); de 42 a 86h; de R\$ 1.935,36 a R\$ 3.962,88; de US\$ 830,983 a US\$ 1.701,537 / Busdoor (traseira); de 42 a 86h; de R\$ 1.935,36 a R\$ 3.962,88; de US\$ 830,983 a US\$ 1.701,537 / Busdoor

(interno); de 20 a 64h; de R\$ 921,60 a R\$ 2.949,12; de US\$ 395,706 a US\$ 1.266,260 / Empena; de 86 a 156h; de R\$ 3.962,88 a R\$ 7.188,48; de US\$ 1.701,537 a US\$ 3.086,509 / Faixa de rua; de 24 a 36h; de R\$ 1.105,92 a R\$ 1.658,88; de US\$ 514,418 a US\$ 712,271 / Letreiro; de 58 a 100h; de R\$ 2.672,64 a R\$ 4.608,00; de US\$ 1.147,561 a US\$ 1.978,531 / Luminosos (teto táxi); de 38 a 48h; de R\$ 1.751,04 a R\$ 2.211,84; de US\$ 751,841 a US\$ 949,695 / Mobiliário urbano; de 20 a 64h; de R\$ 921,60 a R\$ 2.949,12; de US\$ 395,706 a US\$ 1.266,260 / Outdoor; de 20 a 64h; de R\$ 921,60 a R\$ 2.949,12; de US\$ 395,706 a 1266,260 / Painel back -light e fron-light; de 20 a 64h; de R\$ 921,60 a R\$ 2.949,12; de US\$ 395,706 a US\$ 1.266,260 / Painel (ponto de ônibus); de 28 a 72h; de R\$ 1.290,24 a R\$ 3.317,76; de US\$ 553,988 a US\$ 1.481,804 / Placa de obra; de 20 a 64h; de R\$ 1.290,24 a R\$ 3.317,76; de US\$ 553,988 a US\$ 1.481,804 / Placa de Sinalização; de 20 a 64h; de R\$ 921,60 a R\$ 2.949,12; de US\$ 395,706 a US\$ 1.266,260 / Pictogramas (unidade); de 4 a 16h; de R\$ 183,32 a R\$ 737,28; de US\$ 78,711 a 316,565 / Totem; de 58 a 100h; de R\$ 2.672,64 a R\$ 4.608,00; de US\$ 1.147,561 a US\$ 1.978,531.

Design Editorial - Esses valores são referentes a serviços editoriais em livros, revistas, jornais e afins:

Capa Editorial - (layout e finalização); Capa; 24h; R\$ 1.105,92; US\$ 474,847 / Capa para coleção; 32h; R\$ 1.474,56; US\$ 633,130.

Livro de arte - Projeto gráfico; 80h; R\$ 3.686,40; US\$ 1.582,825 / Editoração e finalização (por página e até 2 voltas da revisão); 3h; R\$ 138,24; US\$ 59,355.

Livro - (texto corrido); Projeto gráfico; 20h; R\$ 921,60; US\$ 395,706 / Editoração e finalização (por página e até 2 voltas da revisão); 0,25h; R\$ 11,52; US\$ 4,946.

Livro - (texto e/ou tabela e/ou gráfico e/ou imagem); Projeto gráfico; 50h; R\$ 2.304,00; US\$ 989,265 / Editoração e finalização (por página e até 2 voltas da revisão); 0,5h; R\$ 23,04; US\$ 9,892.

Cartilha ou livreto - (até 64 páginas); Projeto gráfico; 20h; R\$ 921,60; US\$ 395,706 / Editoração e finalização (por página e até 2 voltas da revisão); 2h; R\$ 92,16; de US\$ 39,570.

Catálogo - Projeto gráfico; 40h; R\$ 1.843,20; 791,412 / Editoração e finalização (por página e até 2 voltas da revisão); 2h; R\$ 92,16; US\$ 39,570.

Revista - (texto corrido); Projeto gráfico; 48h; R\$ 2.211,84; US\$ 949,695 / Editoração e finalização (por página e até 2 voltas da revisão); 2,5h; R\$ 115,20; US\$ 49,463.

Revista - (texto e/ou tabela e/ou gráfico e/ou imagem); Projeto gráfico; 80h; R\$ 3.686,40; US\$ 1.582,825 / Editoração e finalização (por página e até 2 voltas da revisão); 4h; R\$ 184,32; US\$ 79,141.

Periódico institucional; Projeto gráfico; 36h; R\$ 1.658,88; US\$ 712,271 / Editoração e finalização (por página e até 2 voltas da revisão); 2,5h; R\$ 115,20; US\$ 49,463.

Relatório anual; Projeto gráfico; 96h; R\$ 4.423,68; US\$ 1.899,390 / Editoração e finalização (por página e até 2 voltas da revisão); 5h; R\$ 230,40; US\$ 98,926.

Jornal - Projeto gráfico; 48h; R\$ 2.211,84; US\$ 949,695 / Editoração – tabloide (por página); 3,5h; R\$ 161,28; US\$ 69,248 / Editoração – Standard (por página); 5h; R\$ 230,40; US\$ 98,926.

Jornal informativo - (até 16 páginas); Projeto gráfico; 36h; R\$ 1.658,88; US\$ 712,271 / Editoração e finalização (por página e até 2 voltas da revisão); 4h; R\$ 184,32; US\$ 79,141.

CD e DVD; Projeto Gráfico de capa e contracapa; de 20 a 32h; de R\$ 921,60 a R\$ 1.474,56; de US\$ 395,706 a US\$ 633,130 / Editoração e finalização (por página do encarte); 5h; R\$ 230,40; US\$ 98,926 / Label; 6h; R\$ 276,48; US\$ 118,711.

Design Promocional - Para todos os itens desta seção considera-se somente a aplicação da marca, exceto quando identificado o projeto gráfico ou layout:

Adesivo simples; de 2 a 4H/h; de R\$ 92,16 a R\$ 184,32; de US\$ 39,570 a 79,141.

Adesivo (chão ou teto); de 10 a 24H/h; de R\$ 460,80 a R\$ 1.105,92; de US\$ 197,853 a 474,847.

Adesivo (para vitrine); de 4 a 24H/h; de R\$ 184,32 a R\$ 1.105,92; de US\$ 79,141 a 474,847.

Bandeira ou flâmula; de 1,5 a 5H/h; de R\$ 69,12 a R\$ 230,40; de US\$ 29,677 a 98,926.

Blimp; de 8 a 12H/h; de R\$ 368,64 a R\$ 552,96; de US\$ 158,282 a 237,423.

Boné; de 2 a 5H/h; de R\$ 92,16 a R\$ 230,40; de US\$ 39,570 a 98,926.

Botton/pin; de 2 a 4H/h; de R\$ 92,16 a R\$ 184,32; de US\$ 39,570 a 79,141.

Caneta; de 1,5 a 3H/h; de R\$ 69,12 a R\$ R\$ 138,24; de US\$ 29,677 a 59,355.

Canivete; de 1,5 a 3H/h; de R\$ 69,12 a R\$ 138,24; de US\$ 29,677 a 59,355.

Cartão comemorativo; de 5 a 24H/h; de R\$ 230,40 a R\$ 1.105,92; de US\$ 98,926 a 474,847.

Cartão postal; de 5 a 24H/h; de R\$ 230,40 a R\$ 1.105,92; de US\$ 98,926 a 474,847.

Cartaz; de 12 a 28H/h; de R\$ 552,96 a R\$ 1.290,24; de US\$ 237,423 a 553,988.

Certificado (layout, diagramação dos dados - unidade); de 4 a 8H/h; de R\$ 184,32 a R\$ 368,64; de US\$ 79,141 a 158,282.

Display; de 16 a 32H/h; de R\$ 737,28 a R\$ 1.474,56; de US\$ 316,565 a 633,130.

Guardanapo; de 2 a 4H/h; de R\$ 92,16 a R\$ 184,32; de US\$ 39,570 a 79,141.

Ingresso; de 4 a 8H/h; de R\$ 184,32 a R\$ 368,64; de US\$ 79,141 a 158,282.

Mala Direta; de 2 a 5H/h; de R\$ 92,16 a R\$ 230,40; de US\$ 39,570 a 98,926.

Marcador de página; de 1 a 4H/h; de R\$ R\$ 46,08 a R\$ 184,32; de US\$ 19,785 a 79,141.

Medalha (Layout); de 6 a 10H/h; de R\$ 276,48 a R\$ 460,80; de US\$ 118,711 a 197,853.

Móvil (Layout); de 16 a 32H/h; de R\$ 737,28 a R\$ 1.474,56; de US\$ 316,565 a 633,130.

Móvil (Aplicação); de 4 a 8H/h; de R\$ 184,32 a R\$ 368,64; de US\$ 79,141 a 158,282.

Mouse pad; de 4 a 8H/h; de R\$ 184,32 a R\$ 368,64; de US\$ 79,141 a 158,282.

Régua; de 2 a 4H/h; de R\$ 92,16 a R\$ 184,32; de US\$ 39,570 a 79,141.

Risque rabisque; de 4 a 5H/h; de R\$ 184,32 a R\$ 230,40; de US\$ 79,141 a 98,926.

Selo Comemorativo; de 8 a 10H/h; de R\$ 368,64 a R\$ 460,80; de US\$ 158,282 a 197,853.

Testeira; de 8 a 10H/h; de R\$ 368,64 a R\$ 460,80; de US\$ 158,282 a 197,853.

Projetos Especiais:

Agenda Personalizada - (Projeto gráfico); de 28 a 56H/h; de R\$ 1290,24 a R\$ 2.580,48; de US\$ 553,988 a 1107,977.

Agenda Personalizada - (Editoração por página); de 1,5 a 2,5H/h; de R\$ 69,12 a R\$ 115,20; de US\$ 29,677 a 49,463.

Banner; de 24 a 56H/h; de R\$ 1.105,17 a R\$ 2.580,00; de US\$ 474,847 a 1.107,977.

Calendário mesa (projeto); de 24 a 32H/h; de R\$ 1.105,17 a R\$ 1.474,56; de US\$ 474,847 a 633,130.

Calendário mesa (editoração); de 2,5 a 4H/h; de R\$ 115,20 a R\$ 184,32; de US\$ 49,463 a 79,141.

Calendário parede (projeto); de 24 a 32H/h; de R\$ 1.105,17 a R\$ 1.474,56; de US\$ 49,463 a 633,130.

Calendário parede (editoração por lâmina); de 3 a 6H/h; de R\$ 138,24 a R\$ 276,48; de US\$ 59,355 a 118,711.

Cardápio (projeto); de 24 a 32H/h; de R\$ 1.105,17 a R\$ 1.474,56; de US\$ 49,463 a 633,130.

Cardápio (editoração por lâmina); de 3 a 6H/h; de R\$ 138,24 a R\$ 276,48; de US\$ 59,355 a 118,711.

Convite (com recursos especiais); de 30 a 42H/h; de R\$ 1.382,40 a R\$ 1.935,36; de US\$ 593,559 a 830,983.

Convite (com dobra); de 12 a 20H/h; de R\$ 552,96 a R\$ 921,60; de US\$ 237,423 a 395,706.

Convite (sem dobra); de 4 a 10H/h; de R\$ 184,32 a R\$ 460,80; de US\$ 79,141 a 197,853.

Convite de formatura; de 30 a 82H/h; de R\$ 1.382,40 a R\$ 3.778,56; de US\$ 593,559 a 1622,395.

Folder (projeto gráfico); de 20 a 32H/h; de R\$ 921,60 a R\$ 1.474,56; de US\$ 395,706 a 633,130.

Folder (editoração por lâmina); de 3 a 6H/h; de R\$ 138,24 a R\$ 276,48; de US\$ 59,355 a 118,711.

Ponto de venda (design e aplicação); de 40 a 168H/h; de R\$ 1.843,20 a R\$ 7.741,44; de US\$ 791,412 a 3.323,933.
Quiosque (design e aplicação); de 40 a 168H/h; de R\$ 1.843,20 a R\$ 7.741,44; de US\$ 791,412 a 3.323,933.

A amostra acima refere-se principalmente a serviços comuns de comunicação e design gráfico e deve servir de exemplo na constituição de valores a partir do uso dispendido para seus projetos.

4. Conclusão

Este referencial de valores para serviços e comunicação e design tem como objetivo auxiliar, orientar e balizar a precificação de serviços deste setor, considerando o custo médio de um empreendedor individual recém-formado, atuando em um *home office* dentro da realidade média da cidade de Belo Horizonte. Não é o objetivo desse estudo unificar estes valores e sim auxiliar na composição de preços a partir do valor da hora trabalhada.

Para a composição de custo da hora foi feita com base em uma estimativa média para a cidade de Belo Horizonte, a partir da realidade dos alunos do Centro Universitário UNIBH, no sentido de se estabelecer um parâmetro mínimo de prática dos valores para essa realidade. Embora o cálculo e alguns parâmetros estejam simplificados, acreditamos nos impactos positivos dessa iniciativa.

A primeira idéia fundamental fornecida por sistemas complexos de auto-organização é que não trivial, a ordem em grande escala pode ser produzido por processos simples que envolvem interações que operam localmente em agentes simples ou componentes. Essa percepção, modifica a suposição simplista, mas comum que causa e efeito devem operar na mesma escala. Ao longo do tempo, é possível que o efeito das interações locais para agregar em conjunto em criar ordem grande escala. O princípio da auto-organização explica a origem de padrões coletivos em sistemas complexos, assim como muitos aspectos do seu funcionamento por meio de atos coletivos e resposta coletiva. (BRAHA, 2006, p.4)

No sentido de dar visibilidade à metodologia usada na composição dos valores e permitir a adequação dos valores propostos nesse estudo à realidade de cada indivíduo, clarificamos a metodologia e valores considerados na composição do custo de hora estimado. Faz-se necessário lembrar que os valores dos projetos são estimados a partir do custo mínimo da hora acrescido de 30% de lucro e dimensão do projeto em horas, devendo o profissional auferir a este valor o custo variável diante da complexidade, responsabilidade, prazo e características de mercado. Baseando-se nestas premissas este referencial, construindo no formato de uma tabela, pretende-se permitir e, ao mesmo tempo proporcionar, uma referência de valores geral e uma base de cálculo para situações específicas.

Em um pensamento sistêmico, a abordagem deve ser integral e contemplar as interações “de baixo para cima” (*bottom-up*), “de cima para baixo” (*top-down*) e “entre pares” (*peer-to-peer*) apontadas por Manzini (2008, p.75). Se faz necessário agregar um processo “*peer-to-peer*” que permita o questionamento e a revisão dos usuários desta informação de maneira colaborativa.

Há de se constituir ferramentas que permitam mudanças pelas interações “*bottom-up*” para se completar a abordagem sistêmica na parametrização da percepção de valor do design em mercados locais.

Uma das grandes vantagens de reconhecer a complexidade do mundo é compreender que todas as partes são interligadas. Sendo assim, as ações de cada um juntam-se às ações de outros para formar movimentos que estão além da capacidade individual de qualquer uma de suas partes componentes. (CARDOSO, 2012, p.43)

5. Referências

- ADG Brasil. (2004). *O valor do design: guia ADG Brasil de prática profissional do designer gráfico*. São Paulo: ADG, 3.ed.
- Bar-Yam, Y. (2004). *Making things work*. Cambridge: Nesci Knowledge Press.
- Basta, D. (2005). *Fundamentos de marketing*. Rio de Janeiro: Editora FGV, 5.ed.
- Braha, D; Ali A. Minai and Yaneer Bar-Yam (Eds.). (2006). *Complex Engineered Systems: Science Meets Technology*. Nesci Cambridge: Springer.

- Cardoso, R. (2012). *Design para um mundo complexo*. São Paulo: Cosac Naify.
- Manzini, E. (2008). *Design para a inovação social e sustentabilidade: comunidades criativas, organizações colaborativas e novas redes projetuais* / Ezio Manzini; [coordenação de tradução Carla Cipolla; equipe Elisa Spampinato, Aline Lys Silva]. Rio de Janeiro: E-papers. (Cadernos do Grupo Altos Estudos; v.1).
- Moraes, D. (2010). *Metaprojeto: o design do design*. São Paulo: Blucher.
- Neumeier, M. (2010). *A empresa orientada pelo design*. Tradução: Felix José Nonenmacher. Porto Alegre: Bookman.
- Nitzche, R. (2012). *Afinal, o que é design thinking?* São Paulo: Rosari.
- Philips, P. (2008). *Briefing: a gestão do design*. São Paulo: Blucher..
- Shaughnessy, A. (2010). *Como ser um designer gráfico sem vender sua alma*. São Paulo: Editora Senac..
- Scorel, A. (2000). *O efeito multiplicador do design*. São paulo: editora senac.
- Strunk, g. (2001). *Viver de design*. Rio de janeiro: 2ab, 3.Ed.
- Vieira, e. (2013). *O valor do design. A importância do design para as empresas e indústrias... guia sobre design*. Disponível em: <[http://www.Guiasobredesign. Com.Br/ ?Page_id=66](http://www.Guiasobredesign.Com.Br/?Page_id=66)>. Acesso em 15 abr 2013.

Abstract: The creation of a Value Framework aims to create a parameter that establishes a starting point for the discussion of the values practiced by design and communication professionals for the city of Belo Horizonte by means of a methodology that includes a strategy for the scale of the problem and another for its complexity. The methodology approaches the scale by constituting a table parameterized by the average of the recent graduates of the careers of Communication and Design of the UNIBH that they work like freelancers; and provides subsidies to solve complexity by exposing the methodology used for individual replication.

Keywords: Values Table - Services - Design - Methodology - Complexity.

Resumen: La constitución de un *Referencial de Valor* tiene como objetivo crear un parámetro que establezca un punto de partida para la discusión de los valores practicados por profesionales del diseño y la comunicación para la ciudad de Belo Horizonte por medio de una metodología que incluya una estrategia para la escala del problema y otra para su complejidad. La metodología aborda la escala al constituir una tabla parametrizada por la media de los recién graduados de las carreras de Comunicación y Diseño del UNIBH que se desempeñan como *freelancers*; y provee subsidios para resolver la complejidad al exponer la metodología utilizada para la replicación individual.

Palabras clave: Tabla de Valores – Servicios – Diseño – Metodología – Complejidad.

(*) Rodrigo Antônio Queiroz Costa. Especialista em Artes Visuais, Cultura e Criação (Senac). Desenhista Industrial formado pela Universidade do Estado de Minas Gerais (UEMG). Embaixador do Design Latino. Professor do Centro Universitário de Belo Horizonte (UNI-BH), Professor Orientador do Observatório de Mercado de Comunicação e Design da Faculdade de Tecnologia INAP e professor da pós-graduação em Projetos Editoriais Impressos e Multimídia da UNA. Atua no mercado como designer e consultor. Tem experiência na área de design gráfico, atuando principalmente nos seguintes temas: design editorial, sinalética, design social e design corporativo.

Cristiane Linhares de Souza. Desenhista Industrial formada pela Universidade do Estado de Minas Gerais (UEMG). Analista de design do departamento de Desenvolvimento de Design e Arquitetura da Informação da empresa pública de Serviços de Processamento de Dados do Governo Federal Brasileiro - SERPRO.