

Paulo Cuenca

O que o Coldplay tem a ver com fidelização de clientes?

Alfredo Soares

3 dicas para o mercado imobiliário de luxo

Andrea Dietrich

O "experimente antes de comprar" da Amazon Prime



239

empresário digital

Lucas

Rosa

O BRUXO DO PHOTOSHOP

Artista digital e referência em pós-produção de imagens digitais

I AM LIGHT

"O SER HUMANO É
LUZ E É DE DENTRO
DELE QUE PARTE UM
UNIVERSO INFINITO
DE POSSIBILIDADES."

**GABRIEL
WICKBOLD**
GALLERY



A revista Empresário Digital é uma publicação de propriedade da *Serinews.co*

Av. Paulista, 1079 • 8º andar
São Paulo • SP • CEP 01310-200

☎ +55 (11) 2787-6386

PUBLISHER

Marco Marcelino (MTB 44.446)

✉ mmarcelino@serinews.com.br

JORNALISTA

Jorge Luiz Mussolin (MTB 15.978)

✉ jmussolin@serinews.com.br

Projeto gráfico: Flavia Hashimoto

Designer: Patrícia Barboni e Beatriz Vaz

Imagens: Trinta Dezesete e Lucas Rosa

Web Designer: Marina Deotti

Conteúdo: Mércia Araujo, Samia Laços, Andréa Pinheiro, Diane de Camillis e Sarah Ayume.

Concierge: Alessandra Arruda, Mariane Suzana e Suzana Munhoz.

PMO: Jéssica Camara

✉ jcamara@serinews.com.br

Head de Operações: Fabio Peres

✉ fperes@serinews.com.br

As matérias assinadas são de responsabilidade dos autores, não refletindo necessariamente a opinião da *Serinews.co*. As fotos publicadas têm caráter de informação e ilustração das matérias. Os direitos das marcas são reservados aos seus titulares. As matérias aqui apresentadas podem ser reproduzidas e compartilhadas com devida citação da fonte *Serinews.co*.

empresário digital

A nossa proposta é conectar pessoas através de um conteúdo orientado para resultados. E com isso somar experiências, ciência e tecnologia. Faça parte! Vamos juntos construir um novo digital a cada dia.



Disponível em



App Store



Google Play

QR CODES E LINKS DIGITAIS

Nova proposta editorial pensada para ser lida em multiplataformas e conectar novas oportunidades de negócios. Um novo estilo editorial desenhado para aproximar conteúdos específicos de públicos relevantes.





Que tal ter novas atitudes e ganhar relacionamento? Vamos mostrar o caminho

Para o filósofo e psicólogo americano William James, essa foi a maior descoberta de sua geração: qualquer ser humano pode mudar de vida, mudando de atitude. Seja lá qual for o seu novo projeto, avalie tomar outras atitudes para cultivar novos resultados. Parece simples, não? Não.

Mudar de atitude significa ter um plano cognitivo e a consciência de que temos um problema. Reconhecer as próprias emoções e buscar motivos para experimentar novos comportamentos. Ficou mais simples agora? Talvez não.

Vamos começar pelo fim e imaginar hipoteticamente que você almeja um novo posicionamento profissional. Você escuta que as redes sociais são essenciais e, ao tentar ver e ouvir os novos influenciadores, chega à conclusão de que fazer dancinhas não lhe diz respeito. Você até tenta ao seu modo aquilo que lhe parece mais confortável, mas, passado algum tempo, desiste.

Mudar de atitude significa ter um plano cognitivo e a consciência de que temos um problema.

Bem, eu tive uma ideia e quero lhe fazer um convite. Vamos iniciar uma sequência de edições com especialistas que, por meio de diferentes plataformas, constroem relacionamento. Note, não é sobre tecnologia, é sobre construir relacionamento por meio de uma rede social. E vamos começar pelo design e a construção de imagens. Entrevistamos, para esta edição, o artista digital Lucas Rosa. Além de criativo, esse gênio reúne um conjunto de habilidades que permite a qualquer um, com vontade, aprender suas dicas e ficar fera no manejo das imagens.

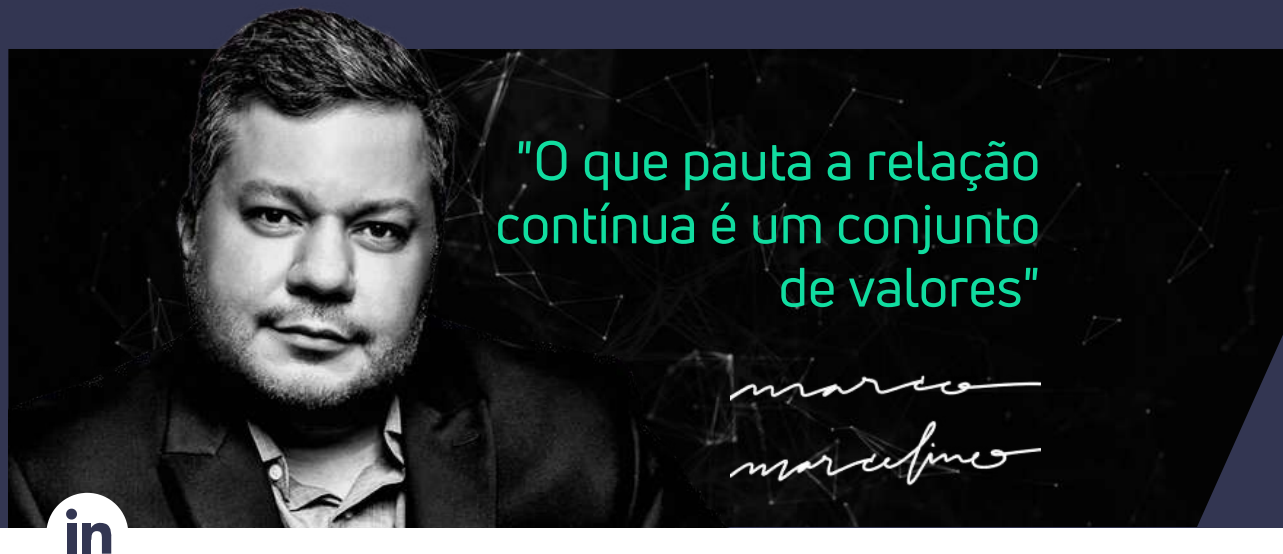
Se eu posso recomendar algo feito com qualidade e que vale a pena comprar, esse é um dos conteúdos que estariam no começo da fila. E falo isso seguro por conhecer relativamente bem o universo das imagens, além de profissionais renomados que confiam seus trabalhos ao talento do Lucas. Se a revista Empresário Digital tivesse um selo de confiabilidade, esse artista visual seria o primeiro a ser certificado.

O cara é “brabo” e já ajudou a cuidar de marcas como Ambev, Coca-Cola, Burger King, Bauducco, Sadia, HBO, Kibon, McDonald’s, Nestlé, Unilever e dezenas de outras.

É inegável que nós, enquanto consumidores, atribuímos maior valor a diferentes pessoas e marcas. Mas durante quanto tempo? Como bem diz Lucas Rosa, “a nova moeda não é a atenção, e sim a retenção. Não importa mais se você chamou a atenção de alguém, o que importa é se aquela pessoa parou para te ouvir”.

Você vai conhecer, nesta edição, o processo criativo desse artista e, quiçá, buscar inspiração para melhorar ou mudar seu posicionamento (ou da sua marca, ou de algum cliente). Será uma sequência de edições que vão agregar conhecimento e acesso ao que de fato funciona. Vamos do artista digital a gestores de tráfego, passando por influenciadores.

E aí, curtiu? Preparado? Boraaaaaaa...



Marco Marcelino
Publisher



Onde alguns
veem um novo carro,
nós vemos
uma nova era.



Audi e-tron Sportback totalmente elétrico.
Descubra mais em [audi.com.br](https://www.audi.com.br)

Future is an attitude

Alguns dos itens, acessórios, opcionais e aplicativos contidos neste anúncio poderão não estar disponíveis no Brasil. Consulte a concessionária autorizada Audi de sua preferência para mais informações e disponibilidade dos mesmos.

Perceba o risco, proteja a vida.





Paulo Cuenca

Fidelização

Produtor de conteúdo
desde 2011.

Diretor criativo,
storyteller, consultor,
mentor e top creator.



in

O que o Coldplay tem a ver com fidelização de clientes?

Eu te conto!

Não é incomum vermos bandas e artistas solo que surgem e somem com a mesma velocidade do pacote de internet que as faz viralizar. E tudo bem! Faz parte da realidade atual tudo ser efêmero. Será?

Na contramão da liquidez contemporânea a qual Bauman, o pensador mais citado das mídias sociais se referia, vemos uma banda com mais de 20 anos de carreira que não só consegue manter os fãs mais antigos como também consegue conquistar novos.

Mas então qual pode ser o segredo dos britânicos que, para muitos, ganharam o título de “Melhor Show do Rock in Rio 2022”? Bem, algumas questões os mantêm no topo. A primeira delas é que são artistas conectados ao mundo real. Isto é, tudo o que está em destaque na atualidade faz parte do repertório deles. Isso faz com que a banda viaje o mundo não apenas para cantar músicas, mas também para propagar mensagens que se conectam ao público.

Mas o público atual é o mesmo de 20 anos atrás? Bem, basta fazer uma auto-análise e pensar: “Eu gosto das mesmas coisas que gostava há 2 anos? 2 meses?”. Em essência pode até ser que sim, mas estímulos novos nos fazem adquirir gostos novos. Então, além de estar atento à realidade, o Coldplay ainda ouve os fãs.

Assim, a banda conseguiu fazer de sua turnê uma forma de posicionamento sobre questões importantes como acessibilidade e inclusão, por exemplo. E, creia, nada disso seria possível se o quinteto não tivesse total atenção da plateia.

Mas o que uma banda de rock alternativo pode ensinar sobre a relação com clientes? Bem, todos querem ter mais clientes, mas a verdade é que, se não conseguir manter quem já comprou de você encantando com a sua marca, dificilmente você será uma “estrela do show” no seu nicho.

E como fazer isso? Escutando o público, estando atento às demandas atuais, sendo responsivo a elas e, na dúvida, ouvindo o que o Coldplay tem a dizer, pois, como já vimos, eles sabem o que estão fazendo.



capa

O BRUXO DO PHOTOSHOP



Lucas Rosa

Entrevista

Referência em pós-produção de
imagens digitais



REFERÊNCIA EM PÓS-PRODUÇÃO DE IMAGENS DIGITAIS, LUCAS ROSA TRANSCENDE AS EXPECTATIVAS DAS MAIORES MARCAS DO BRASIL COM UM TRABALHO FUNDAMENTADO EM SUA PERSPECTIVA ÚNICA DE ARTISTA VISUAL.

pôster do filme que você quer ver. A imagem na revista de um sanduíche que imediatamente nos dá água na boca. Uma imagem digital capaz de reter sua atenção e te levar de um estado de indiferença para outro de vontade de consumir. E mais: admirando a criatividade de cada uma dessas peças.

Há um fotógrafo por trás do início de um processo que culminou nessa imagem impactante. Mas há, sobretudo, uma manipulação dessa imagem, que, dependendo do profissional envolvido, pode transformar uma peça de publicidade numa arte digna de estar na parede de museus. É o caso quando o artista visual que recriou essa imagem se chama Lucas Rosa.

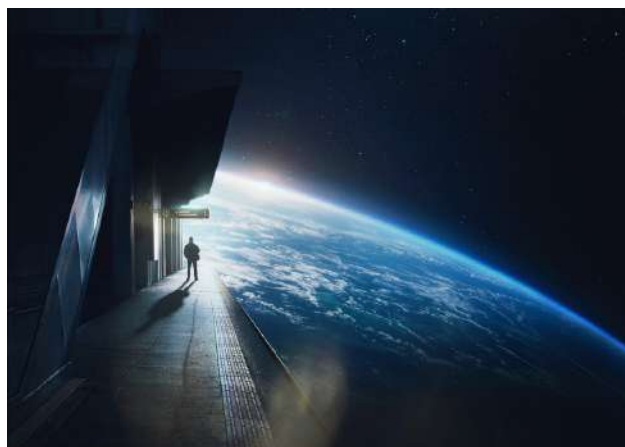
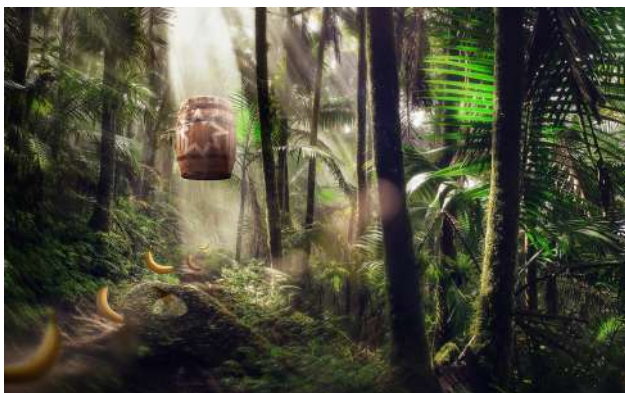
Um mago do Photoshop, Lucas é uma referência incontornável quando se trata de pós-produção de imagens digitais. Tem um escritório em São Paulo que já atendeu as marcas mais relevantes do Brasil, gente que enxerga, em cada peça trabalhada por esse paulista de Franca, uma assinatura única, que sempre transcende o objetivo publicitário, aproximando-o de uma obra de arte.

Todo profissional interessado em trabalhar com design e arte digital precisa conhecer o processo criativo e a

visão de Lucas Rosa sobre a grandeza que pode ser inserida em cada projeto via Photoshop. Ou via outras ferramentas também. Afinal, como ele explica nesta entrevista exclusiva, a arte está na sua mente. Não importa o recurso com o qual você vai expressá-la.

EMPRESÁRIO DIGITAL Quais as diferenças entre ser um designer e um artista digital?

LUCAS ROSA A diferença está na abrangência da percepção da ferramenta e da criatividade sobre determinado projeto. O artista visual não pensa somente na forma como a ferramenta o auxilia, mas em todo o leque de soluções, criatividade, gestão e abrangência. A arte não é só ligada ao resultado ou à imagem em si como objetivo final. A mensagem ultrapassa a visão do artista; ela é comunicada pela visão de quem a recebe. Quando você fala em vender uma arte, isso envolve sedução, valorização da obra, criação... e também a participação do designer, do retocador, do fotógrafo... O artista precisa ter conhecimento sobre tudo isso. Quando ele se prende somente à ferramenta ou à profissão, fica limitado a uma parte de um contexto. Quando você aproxima uma comunicação do que a arte



é, você atinge os pontos necessários para ser bem remunerado e reconhecido no mercado.

EMPRESÁRIO DIGITAL Fale um pouco sobre os caminhos que te levaram ao reconhecimento que você tem hoje.

LUCAS ROSA Sempre fui muito curioso desde criança. Sempre gostei de desenhar e de perceber como as coisas se encaixavam, e não só como elas existiam. Se a gente for pensar em 30 anos atrás, a arte digital era um mercado obscuro ainda. A gente vivia num processo completamente analógico. E eu cresci com essa percepção das coisas, não imaginava que um dia eu me tornaria o profissional que eu sou hoje graças à arte e graças ao Photoshop, que é um software que me dá total liberdade de colocar para fora tudo aquilo que tem na minha mente.

Cresci numa família muito tradicional, meus pais têm uma linha rigorosa, queriam que eu fizesse Direito ou Medicina, ou Engenharia... Mas isso nunca encaixou na pessoa que eu era. Minha infância toda foi muito ligada a jogos e ao computador. Em 2002, meu pai me deu um computador e minha vida era basicamente isso: eu voltava da escola e ficava jogando o dia inteiro. Por estranho que pareça, foi essa vivência nos jogos que me levaria ao Photoshop.

EMPRESÁRIO DIGITAL Como assim? Como foi essa transição?

LUCAS ROSA Foi assim: eu era um cara empenhado, estudava bastante sobre o jogo *Age of Empires* e, para compartilhar meus resultados num fórum de internet específico desse jogo, era necessário printar a tela que indicava o nível em que



UMA EXPERIÊNCIA IMERSIVA NA CRIPTOECONOMIA DO PAÍS.

A Imersão CHOC acontecerá no São Paulo Expo, com a expectativa de 500 participantes presentes no evento e mais de 2.000 visitantes em ambientes digitais.



50 
SPEAKERS



24 
HORAS DE
CONTEÚDO
EXCLUSIVO

-  Debates e Painéis com Autoridades do mercado
-  Espaço focado em network e oportunidades para futuros parceiros
-  Público qualificado de especialistas do mundo crypto



SÃO PAULO EXPO



/CRYPTO
HOUSE OF
COMMONS

Conheça uma nova jornada
que começa aqui...

>>> VAGAS LIMITADAS
cryptohouseofcommons.com.br



Patrocínio

EVNTS

Vivid
Design
Marketing
Partners

VDV



Apoio



Conteúdo Oficial

COINTIMES

Realização

NÜRNBERG MESSE



eu estava e o ranking mundial. E eu cheguei a ser o sétimo melhor jogador do Brasil na época. Mas estava longe dos resultados de jogadores do exterior. Aí eu tive a ideia de manipular meus resultados no jogo. O computador que meu pai me deu era usado, e o antigo dono havia instalado o Photoshop 7.0. Aprendi a mexer no programa justamente para alterar a imagem do meu resultado no jogo e mostrar no fórum. Esse foi o primeiro momento em que eu tive um sentimento de liberdade de expressão. Pela primeira vez percebi que eu conseguia fazer com que as pessoas enxergassem aquilo que eu queria que elas enxergassem, não necessariamente o real. Mais tarde, quando comecei a trabalhar nessa área, reencontrei esse sentimento: o de expressar para as pessoas uma perspectiva que é sua e que é única.

EMPRESÁRIO DIGITAL Foi esse momento lúdico da adolescência, então, o que te levou ao Photoshop?

LUCAS ROSA Sim, eu logo me apaixonei e comecei a buscar tudo o que havia na internet a respeito do Photoshop. Mas não existia ainda nada muito aprofundado. Até que, dois anos depois, descobri um evento em São Paulo chamado Photoshop Conference, que reunia artistas digitais em ascensão, profissionais que palestravam durante três dias, compartilhando técnicas, percepções e bastidores. Eu, que sou de Franca, interior do estado, vim para a capital participar desse evento, e foi um momento disruptivo para mim, de descobrir o que eu queria fazer na vida. Era como se eu chegasse a um espaço e lugar que falava minha língua, e olhe que eu era uma criança de 14 anos. Estava numa sede



**"Quando abri meu
estúdio, já tinha uma
cartela de clientes muito
segura e estabelecida."**



enorme de aprendizado e saí do evento maravilhado, mas também perdido porque, quando tudo é muito novo também é muito inseguro. Só que foi o momento de uma comprovação: de que realmente havia um caminho que eu poderia seguir e que não era ilusório. Existia, sim, um mercado em ascensão.

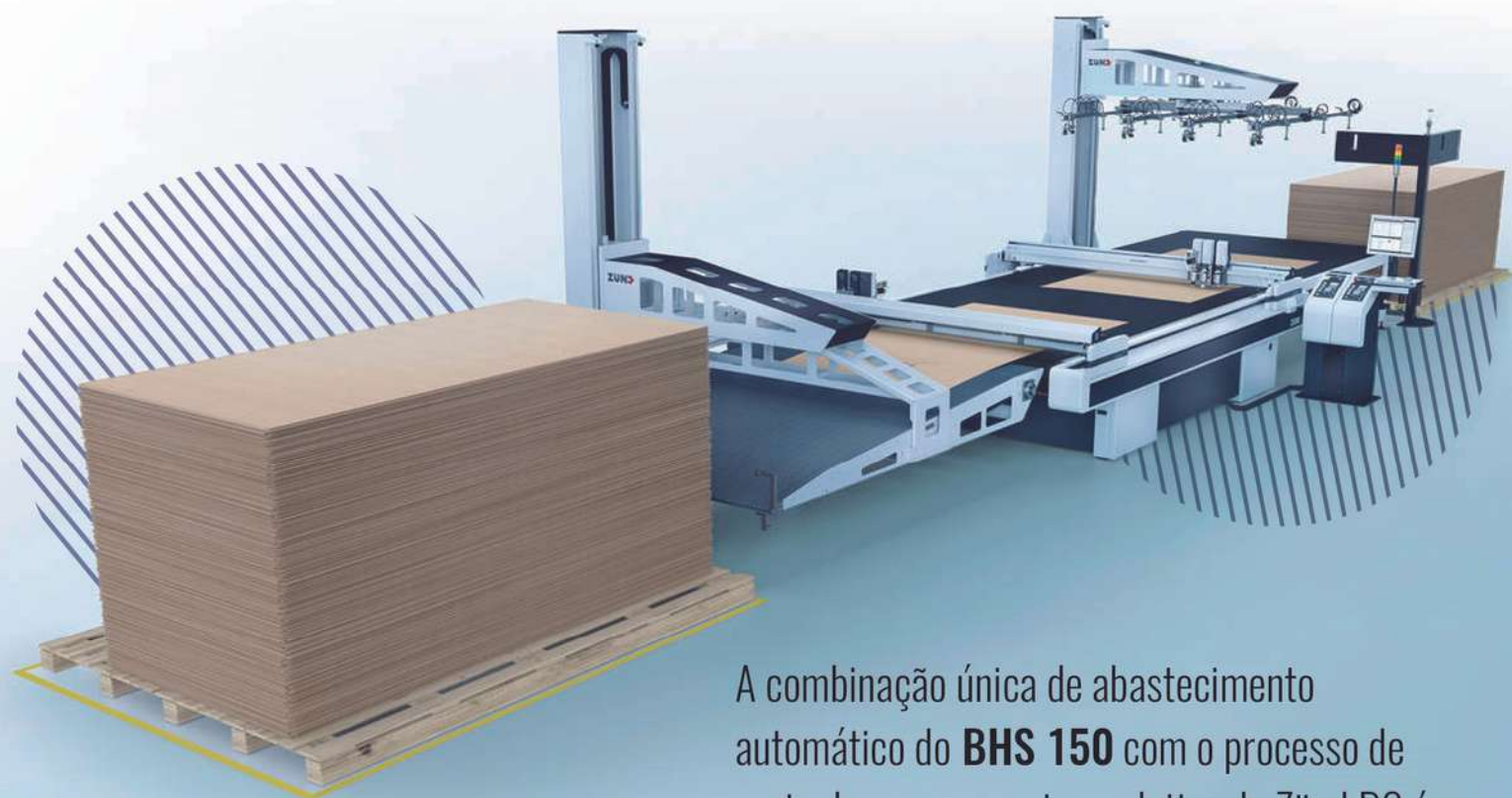
EMPRESÁRIO DIGITAL Você disse que seus pais são muito tradicionais. Qual foi a reação deles?

LUCAS ROSA Eles foram completamente contra. Meu pai dizia "você nunca vai ganhar dinheiro trabalhando com desenho". Essa foi uma frase muito marcante. Mesmo assim, voltei ao evento no ano seguinte. E no seguinte... Nesse terceiro, já vim mais preparado para o evento. Comecei a vender as ilustrações

que eu fazia na época para ganhar um dinheirinho e também mostrar para os profissionais que estavam ao meu redor naquele momento. Conheci um fotógrafo muito renomado, Clicio Barroso, e pedi uma chance para trabalhar com isso. Trocamos Twitter e, quatro ou cinco meses depois, ele me mandou uma mensagem dizendo que haveria um workshop dele em São Paulo e que eu poderia ser ajudante, arrumando a sala, distribuindo crachás... Vim e no terceiro dia de workshop surgiu uma oportunidade de emprego num estúdio especializado em fotografia de comida. Na hora da entrevista, eu era o mais novo de lá: tinha 16, enquanto os outros eram profissionais com mais de 20, 30... lembro de um cara de 46 anos, foi bem assustador.

BHS150

CORTE DIGITAL DE NÍVEL INDUSTRIAL



A combinação única de abastecimento automático do **BHS 150** com o processo de corte duas vezes mais produtivo da Zünd D3 é a chave para a produção industrial automatizada. Graças a essa solução completa da Zünd, você poderá estender sua produtividade sem impactar nos custos operacionais de sua empresa.



EMPRESÁRIO DIGITAL E como foi esse processo?

LUCAS ROSA Eles me deram uma imagem para ver se eu estava apto para a vaga. E eu fui o pior, sem a menor dúvida. Mas, para minha surpresa, me pediram para voltar no dia seguinte com mais dois concorrentes. E então me pediram para voltar no seguinte, e no seguinte... no quinto dia os donos do estúdio me chamaram e perguntaram por que eu estava ali. Eu disse que aquilo era minha vida, meus olhos estavam brilhando. Aí eles disseram que a vaga podia ser minha. Foi um momento de êxtase. Pela primeira vez eu tive uma valorização do que eu queria fazer, algo que eu nunca tive dentro de casa. Só que não deu certo dessa vez.

EMPRESÁRIO DIGITAL Por quê?

LUCAS ROSA Quando eu fui comunicar isso para minha família, meu pai barrou. Disse que eu tinha uma série de oportunidades que ele poderia proporcionar, e eu estaria (aos 16 anos, ainda sem faculdade) abrindo mão de tudo isso para trabalhar na incerteza, com Photoshop, "viver de desenho". Foi uma ducha de água fria. Comuniquei ao estúdio que não poderia ficar, inventei desculpas. Mas aquilo serviu como uma virada de chave. Eu soube que em algum momento eu me tornaria independente e voltaria. Mesmo que isso representasse uma queda de braço com meus pais. Por causa deles, fui fazer engenharia da computação. Eu ia muito frustrado para a faculdade, matava todas as aulas para ir à biblioteca ler sobre história da arte, fotografia, qualquer coisa que me ligasse àquele momento no estúdio que eu tinha vivido. Foram três anos de muita revolta, e eu estava juntando todo o dinheiro que eu pudesse para voltar a São Paulo. Aí, no terceiro ano, larguei a faculdade, bati na porta do estúdio e perguntei se podia voltar. Eu havia mantido contato ao longo dos anos

com o Meca Assumpção, dono do lugar, e ele topou. Mas não voltei na vaga de manipulador de imagens, fui ser assistente do estúdio, que era um faz-tudo, desde office boy a pintar fundo infinito, carregar tripé... Até que cheguei a trabalhar com imagens.

EMPRESÁRIO DIGITAL Deve ter sido um momento muito marcante.

LUCAS ROSA Sim, sempre senti do Meca e da Silvana, esposa dele, muita confiança. Me deram a valorização profissional que minha família não me deu. Aí virava noites no estúdio, minha energia era toda voltada a aprender. O Meca é um artista visual de mão cheia, e ele explicava tudo da melhor forma possível para as pessoas que estavam ali. O Photoshop nessa época estava ganhando muita força, a fotografia digital estava crescendo, e ele pediu para eu pegar as imagens dele e levar para um nível de manipulação diferente do que o estúdio fazia até então. Foi quando eu comecei a realmente mergulhar fundo nesse software, com a orientação de um artista muito gabaritado. Então evoluíram todas as minhas percepções sobre cor, luz, enquadramento, composição... Era a faculdade que eu queria ter feito. Fiquei lá durante sete anos aprendendo todos os dias.

EMPRESÁRIO DIGITAL E como você começou a trabalhar de forma independente?

LUCAS ROSA Cresci muito individualmente, e começou a ter uma troca natural de bastão. O Meca já não queria trabalhar para alguns clientes mais desgastantes, que te consomem, mas são necessários para a vida útil de uma empresa, e começou a selecionar os projetos nos quais iria depositar sua energia. Então chegavam vários projetos em que ele não colocava mais a mão, e quem

GRANDES NOMES DA PROPAGANDA 100% ONLINE

DIRETORES DE MARKETING, CRIATIVOS E PERSONALIDADES DA PROPAGANDA ESTÃO AQUI.
NOS ACOMPANHE EM NOSSOS CANAIS E FIQUE POR DENTRO DOS ACONTECIMENTOS
QUE MOVIMENTAM O MERCADO PUBLICITÁRIO.

 GRANDESNOMESDAPROPAGANDA.COM.BR

 [GRANDESNOMESDAPROPAGANDA](https://www.youtube.com/GRANDESNOMESDAPROPAGANDA)

 [@PROGRAMAGNP](https://twitter.com/PROGRAMAGNP)

 [/PORTALGNP](https://www.facebook.com/PORTALGNP)



P&D Comunicação

APOIO:



ecommerce
CAMP:)

 **SQUAD360**

 **Extreme
Reach**



**"Era como se eu chegasse
a um espaço e lugar que
falava minha língua."**

gerenciava do começo ao fim era eu. Até que chegou um momento em que minha permanência ficou insustentável. Eu já tinha muito trabalho lá dentro, muito trabalho por fora, já tinha um nome estabelecido, mas eu não tinha uma empresa. Entrei num dilema gigantesco, de sair ou não sair, por ser eternamente agradecido por aquele lugar... Mas o Meca foi brilhante, disse para eu ir e levar todos os clientes com os quais ele não queria mais trabalhar. Foi muito gratificante. Então, quando abri meu próprio estúdio, oito anos atrás, já tinha uma cartela de clientes muito segura e estabelecida.

EMPRESÁRIO DIGITAL Como é seu processo criativo?

LUCAS ROSA Muito do meu processo criativo acaba sendo uma visita ao meu eu interno. A criatividade é individual e intransferível de artista para artista. E ela é um músculo que precisa estar em constante exercício. Não funciona como uma lâmpada que você liga só na hora que precisa. E deixá-la disponível sempre tem a ver com a forma como você respira, o que você traz para o seu cotidiano. Por isso é tão importante que nós, artistas, estejamos sempre atentos para nos inspirar. Quando você trabalha num projeto de publicidade, tem de descobrir não somente o que faz sentido para você, mas principalmente ter um sentimento de empatia, analisar o que o público quer e como ele vai sentir de acordo com o que você quer expressar. O processo criativo passa por isso: saber extrair da visão do cliente o que o eu interno dele quer, pensando não somente naquilo que você deseja passar, mas como as pessoas vão receber. Meu processo vai por aí: fazer a captação, extração, informação, fugir 100% do óbvio, não cair na linha do clichê e me referenciar em questões que podem me inspirar sem ter um viés muito desenhado. Quando recebo um projeto de embalagem

para uma joia, por exemplo, o último lugar em que vou buscar referências é nos concorrentes do segmento. Para não basear minha criação em algo que alguém já fez.

EMPRESÁRIO DIGITAL Como você divide na sua cabeça os trabalhos em que precisa ser mais restrito ao que o cliente pede e aqueles em que pode expressar mais sua arte?

LUCAS ROSA Essa divisão não existe na minha cabeça. Não consigo separar o artista do profissional mais pragmático. O projeto tem um timing e tem um budget. Quando esse budget atinge meu valor/hora, eu tenho de entregar. Ou estaria pagando para trabalhar. Eu tento o tempo inteiro ser o melhor artista para cada projeto e me adequar para ter a melhor entrega. Hoje em dia eu já posso escolher os projetos que vão me dar mais liberdade para expressar o que eu consigo fazer de melhor. Dá para ir além sempre. No mercado hoje, extremamente concorrido e dinâmico, se você não vai além, não entrega um pouco a mais, não coloca a sua assinatura, o trabalho é em vão. E um trabalho em vão mata o seu negócio. O trabalho entregue é importante para o seu cliente. A história do trabalho entregue é importante para o seu próximo cliente.

EMPRESÁRIO DIGITAL Essa liberdade te tranquiliza para rejeitar alguns projetos?

LUCAS ROSA Não tenho medo de falar não para um cliente. O seu não acaba valorizando o seu sim. Muitas vezes o cliente tem uma expectativa, mas não sabe como é a criação, e quer definir a sua entrega em cima de uma cultura de mercado que sempre foi tendenciosa no sentido de te espremer. E eu vou na contramão de tudo isso.

EMPRESÁRIO DIGITAL Você tem sido elogiado por artistas renomados. Tem a ambição de partir para uma área exclusivamente de arte, envolvendo exposições?

LUCAS ROSA A minha formação foi publicitária, caí nesse mercado para produzir para os clientes, sendo muitas vezes brifado. Mas sempre fui disruptivo. Sempre bati de frente quando não concordava com a visão de um projeto ou quando achava que podia melhorar por meio de decisões que não estavam pautadas inicialmente. Então sempre tive esse viés de colocar a minha linha autoral. E comecei a conhecer muitos artistas, porque eles passaram a me chamar para finalizar suas imagens, então comecei a ter essa sensação de que podia fazer isso para mim mesmo. E estou fazendo. Já produzi algumas imagens, tenho algumas séries prontas, estou prestes a dar esse próximo passo e já sabendo do meu potencial criativo.

EMPRESÁRIO DIGITAL O que significa arte para você?

LUCAS ROSA Um fator determinante e indispensável na vida de todas as pessoas. É ela que desperta sentimentos, voluntariamente ou involuntariamente, em alguém. A forma como cada pessoa desperta esse sentimento é o que torna uma arte única. Quando a gente se sente tocado por uma música, uma cena de um filme ou por uma imagem, eu não consigo mensurar como cada pessoa recebe aquilo. Para mim, a arte é criar uma linguagem visual que extrapola a questão de se é bonita ou feia. Ela passa uma mensagem que vai além da primeira percepção que você tem sobre o resultado. Numa publicidade de comida, por exemplo, meu maior desejo é gerar essa emoção e passar a linguagem visual para a pessoa sair com fome quando vir essa imagem. Aí tenho certeza de que expressei a mensagem que aquela arte deveria ter.

EMPRESÁRIO DIGITAL Qual é o papel da arte no digital?

LUCAS ROSA Principalmente com a Web 3.0 vindo aí fortemente, com a quantidade enorme de informações e conteúdo recebido, tudo hoje em dia é muito dinâmico. Ao mesmo tempo que isso é bom pelo acesso imediato às informações, isso também deixa as coisas mais descartáveis. O conteúdo tem um tempo de vida muito curto no digital. Muito do papel da arte é gerar um sentimento que passe por retenção. A gente sempre quer chamar atenção das pessoas, quer ser notado, isso faz bem ao nosso ego, e também porque a atenção está atrelada ao sucesso numa venda, seja um produto, uma arte, o que for. Acredito que agora o papel da arte não é mais chamar a atenção. É criar retenção. Ter esse sentimento de empatia e conexão com seu público. Importa mais se a pessoa realmente parou para te ouvir. Não é um simples ponto de captura. O meu trabalho é ligado a isso. Gerar um sentimento que dure o máximo possível, para a pessoa permanecer por mais tempo conectada ao projeto ou à série artística que eu desenvolvi. No digital, como tudo hoje é descartável, a arte tem esse papel de estender um pouco mais o tempo de vida daquilo que está sendo produzido.

EMPRESÁRIO DIGITAL Os filtros de aplicativos como o Instagram dão a impressão de que todo mundo é artista visual. Como o Photoshop permanece relevante nesse contexto?

LUCAS ROSA O Photoshop é um software potente, que é a extensão de quem eu sou. Tudo o que eu vou pedir para ele, parece que ele sabe o que há na minha mente. Mas o grande segredo da criação é que não importa se estou com papel e caneta, se estou usando um filtro de aplicativo, se estou com Photoshop, se estou riscando cimento com carvão. A imagem nasce na minha mente e é expressa com essas ferramentas. Já houve



Bem-vindo ao anywhere office.

Conheça nossos planos especiais para empresas que buscam oferecer o uso dos escritórios flexíveis e coworking como um benefício extra aos seus colaboradores. Entre em contato e descubra mais.

Espaços de escritório, coworking e salas de reunião prontos para usar, além de escritório virtual e planos de trabalho flexível.
regus.com.br | 0800 707 3487

RegusTM Trabalhe
do seu jeito

um preconceito, de que uma fotografia sem Photoshop seria uma imagem mais pura e valiosa, porque não foi manipulada. E a mesma coisa acontece com os filtros dos apps. "Ah, você distorceu uma realidade". Mas o que é real? A partir de um momento em que pego uma câmera, coloco num tripé, acerto o foco, diafragma, velocidade, monto um cenário e ajusto as luzes, o real já não existe.

EMPRESÁRIO DIGITAL Que trabalhos para grandes empresas mais te marcaram?

LUCAS ROSA É difícil definir um. Ao longo desses meus 15 anos de mercado, tive a honra de trabalhar para muitas marcas bem interessantes: McDonald's, Unilever, Sadia, Seara, Nestlé, Boticário, Tiffany&Co, Johnnie Walker, Vigor, Bauducco, Heineken, Philip Morris, Warner Bros, entre tantos outros... Clientes que me possibilitaram criar projetos que valorizaram o produto deles e me valorizaram como artista também. E cada empresa com uma visão criativa diferente, uma forma diferente de lidar com o projeto. Acho que é por isso que me apaixono tanto pelo que eu faço: porque não é uma rotina. Sempre me preocupei em melhorar minha técnica, melhorar meu portfólio para ter essa oportunidade de trabalhar com grandes marcas. Gente que entende que a criatividade não é fazer algo que ninguém nunca fez. É fazer algo que já existe de uma maneira completamente diferente.

EMPRESÁRIO DIGITAL Como foi para você, um artista, lidar com o mundo prático do empreendimento?

LUCAS ROSA Eu precisava transformar meu trabalho artístico num negócio seguro e palpável. Apesar de a arte ser algo intangível na cabeça das pessoas, ela precisa ser tangível para uma sustentabilidade financeira. E eu cresci tendo um rigor em transformar tudo aquilo que eu estava me tornando como artista em algo que tivesse valor como empresa. Se eu morrer amanhã, a

empresa não morre junto comigo. Perde uma grande parte do valor dela, claro, mas construí uma estrutura de trabalho com outras pessoas que compartilham a responsabilidade pelos projetos. Isso eu aprendi no estúdio do Meca. Empreender foi exatamente isso, ser o mais artístico possível num projeto, mas cobrar bem, ter as coisas organizadas, aprender a gerir principalmente o tempo, que é a única coisa que a gente sabe que vai acabar uma hora na vida.

EMPRESÁRIO DIGITAL Como nasceu a iniciativa de compartilhar seu conhecimento com cursos?

LUCAS ROSA Com a quantidade de coisas que você vê hoje em dia no mundo digital, e com a rapidez das transformações, sempre tive claro que, para aprender algo, eu precisava anotar, deixar aquilo documentado, para não esquecer. E eu sempre documentei escrevendo, gravando vídeos, escrevendo um blog fechado só para mim. Então tudo o que eu via de novidade, fosse um link, uma página, uma imagem, um conteúdo, eu documentava de alguma forma. Foi quando percebi que, além de produzir conteúdo, eu devia compartilhar esse conteúdo. Aí comecei a ajustar não só a forma como eu produzia, mas a minha metodologia, para explicar o que eu produzia. No Brasil esse é um gap gigantesco. Existem muitos profissionais bons na área, mas que não sabem passar seu conhecimento adiante porque não têm método, não ajustaram sua forma de comunicação. Comecei a estudar como transmitir essas informações de uma forma didática, explicar o óbvio de forma simples, economizando tempo. Porque às vezes uma dica rápida pode mudar a trajetória profissional de alguém. E compartilhar muito conteúdo começou a me dar notoriedade. Uma imagem que eu produzia sempre tinha um making off, um bastidor, sempre contava a história do projeto, tinha fotos legais da

**"Mas sempre fui
disruptivo."**



imagem, tinha o estúdio envolvido. Comecei a produzir esses conteúdos em 2010 e a ter audiência por causa disso, as pessoas passaram a me seguir no Facebook. Logo migrei para o Instagram, onde ganhei mais audiência, sempre com essa preocupação de criar novos profissionais.

EMPRESÁRIO DIGITAL Até que chegou uma hora em que você transformou esse compartilhamento em um produto...

LUCAS ROSA Exato. Por mais que eu ame fazer gratuitamente, essa educação gera uma necessidade de você melhorar a entrega. Então você precisa de um time que vai ajudar a produzir o conteúdo, editar da melhor forma, dar suporte, vender aquele conteúdo para você, fazer com que essa didática se torne realmente um produto profissional. Em 2017, eu gravei o Primeira Classe, meu produto digital que basicamente ensina tudo o que eu faço, desde a etapa zero até o cara se tornar um artista visual. A gente passa por todo o processo, de pegar o iniciante que não sabe nem instalar o software até ele ter condições de virar um artista digital. Tento ser para eles o que o Meca foi para mim. E a internet nos dá essa possibilidade de multiplicar isso para milhares de pessoas.

EMPRESÁRIO DIGITAL Hoje, com todo o reconhecimento que você tem, seus pais têm outro olhar?

LUCAS ROSA Eu usei durante muito tempo, como combustível, essa necessidade que criei dentro de mim de provar, principalmente para o meu pai, que eu ia dar certo. Meus primeiros anos foram realmente com sangue nos olhos para fazer as coisas acontecerem. Porque eu queria, em algum momento, ter a possibilidade de olhar para ele e dizer que ele estava errado. Mas, depois que tudo deu certo, eu vi que isso era desnecessário. E ele também viu que só repassou todo o protecionismo que ele aprendeu por tradição. Faltou um pouco de sensibilidade para ele entender que não era o que eu queria, mas talvez não houvesse como ele compreender porque nunca tinha vivido isso. Quando eu mostrei resultado, ele também baixou a guarda. A gente acabou resolvendo mais tarde de uma forma bem legal e amigável. E foi importante para mim, ter vivido isso. Talvez, se eu tivesse mais apoio dele e facilidade, tomasse outras decisões que não me trouxessem até aqui. A falta de segurança muitas vezes faz com que você arrisque. E o risco tem pontos muito positivos. É o empreender, né? Um frio na barriga constante.



Conheça a Fera

Jeti Tauro H3300 UHS LED

A impressora jato de tinta
mais rápida do mercado!

Robusta. Rápida. Imparável.



Veloz



Flexível



Automatizada



Premiada



Camada fina
de tinta



GREENGUARD
Gold

Ideal para impressão de
papelão ondulado.

Apresenta a renomada
qualidade de imagem da
Agfa e baixo consumo
de tinta.

Equipamento híbrido e com
automação avançada para produção
de Sign&Display 24 horas por dia,
7 dias por semana.

Conta com o software de fluxo
de trabalho Asanti da Agfa,
que controla e automatiza todo
o processo de impressão.

#CountOnUs

AGFA





**Alfredo
Soares**

#boravender

Presidente na Loja
Integrada, Fundador
G4 Educação



in

Construa o seu palácio

3 dicas para o mercado imobiliário de luxo

Brasil vive um dos seus melhores momentos para o mercado imobiliário de luxo e alto luxo. Segundo dados da consultoria Brain, só nos dois primeiros meses de 2022 o aumento foi de 14% no volume de lançamentos em comparação a janeiro e fevereiro de 2021 – crescimento de 3,9% no volume de vendas. Analisando os últimos anos, esse segmento chama bastante a atenção por não seguir as tendências do setor imobiliário em geral.

Pesquisa da Abrainc (Associação Brasileira de Incorporadoras Imobiliárias) apontou que, em 2021, o mercado imobiliário de luxo cresceu 32% em comparação com 2020, não desacelerando nem mesmo com a alta da Selic e o aumento nos custos de financiamento. Os números tem uma explicação clara: nosso país vem ganhando novos milionários anualmente. Relatório da consultoria britânica Newmark indica que os super-ricos, ou seja, aqueles com patrimônio de mais de US\$ 30 milhões, devem

O cliente de luxo não quer uma casa ou apartamento, ele quer sofisticação e elegância.

crescer 23% até 2025 no Brasil. No mesmo período, devemos alcançar a marca de 481 mil pessoas com patrimônio superior a US\$ 1 milhão. Número 29% superior em relação a 2020.

Essa é uma tendência global, conforme apresentado na análise do mercado de luxo de 2022 produzido pelo Coldwell Banker Real Estate LLC, dos Estados Unidos. Só no ano passado, o total de pessoas no mundo com mais de US\$ 5 milhões cresceu 20%. No mesmo período, um dado da organização Oxfam é ainda mais impressionante: o planeta registrou um novo bilionário a cada 26h.

Com um cenário tão aquecido e pronto para receber novos investimentos, é necessário criar estratégias de conexão com esse público com objetivo de atender a essa crescente demanda de forma adequada. Entre as melhores estratégias para alavancar as vendas nesse setor, estão:

Foque na experiência

Foque na exclusividade e crie diferenciais que chamem a atenção desses clientes. Pense como a Le Labo, que tornou a venda um grande ritual de conexão com seus consumidores: a marca de perfumes finaliza o preparo dos seus produtos no momento da compra,

registrando no decantador e no rótulo as informações pessoais do comprador. Em seguida, orienta esse cliente a marinar por uma semana na geladeira o perfume antes de usá-lo, tornando todo esse processo algo único e inesquecível.

Invista no branding

O cliente de luxo não quer comprar uma casa ou apartamento, ele quer sofisticação e elegância. Tranquilidade e bem-estar. Ele quer o reflexo da sua própria personalidade ao escolher o local que vai viver e sua missão é entregar esses desejos ao construir a marca que vai apresentar esses imóveis. É a aura da Ferrari, a força do Rolex e a elegância da Prada que captam a atenção do público e não suas características técnicas.

Tenha provas sociais adequadas

Pesquisa recente confirmou que os consumidores brasileiros são os mais impactados por marketing de influência no planeta. Isso significa que contratar o influenciador certo para dialogar com seus clientes pode te trazer resultados ainda mais eficientes. No mercado de luxo, a sensação de exclusividade e intimidade pode ser fortalecida por meio de um representante reconhecido por aquele grupo social.



**Rosely
Boschini**
Best Sellers

CEO na Editora
Gente | Founder da
Imersão Best-Seller



in

Dê propósito

TRABALHAR NÃO É UM MAL NECESSÁRIO PORQUE O MUNDO PRECISA DO QUE VOCÊ FAZ: O SEU TRABALHO É UM BEM NECESSÁRIO E PODE IR MUITO ALÉM DAS SUAS TAREFAS DIÁRIAS. ELE ESTÁ PRESTES A SE TORNAR A SUA MISSÃO.

rescemos ouvindo que o trabalho é a única forma de viver uma vida plena e abundante. Essa narrativa nos conduz a uma rotina de funções exaustivas e, aos poucos, nos sentimos aprisionados a um emprego sem desenvolver propósito algum. Passamos a maior parte do dia trabalhando no piloto automático, focados apenas em produzir, mas no fim do mês voltamos a sentir um vazio que anseia a ser preenchido.

E se fosse possível ocupar esse vazio sem precisar mudar de emprego e largar tudo? Neste livro, João Branco ensina o segredo para equilibrar trabalho e propósito de vida. O primeiro passo é entender que, independentemente da sua área de atuação, as pessoas precisam dos seus talentos. A partir disso, você descobrirá que o seu trabalho pode ser muito mais do que uma obrigação,

Passamos a maior parte do dia trabalhando no piloto automático, focados apenas em produzir.

tornando-se uma forma de servir com amor e deixar sua marca no mundo.

Mude a forma como você encara seu trabalho e aprenda a:

1. Sair do modo automático;
2. Intencionar e focar a vida que você deseja;
3. Dar valor para suas habilidades e talentos;
4. Exercer seu trabalho com excelência;
5. Viver uma vida com significado – nas horas pagas e nas horas vagas!



Título: Dê propósito

Subtítulo: Coloque a intenção certa no seu trabalho e preencha sua rotina de satisfação e significado

Autor: João Branco

ISBN: 978-65-5544-215-1

Formato: 16x23 cm

Páginas: 192

Preço de capa: R\$ 49,90

Preço e-book: R\$ 34,90

Lançamento: maio de 2022

Selo: Gente

Gênero: Desenvolvimento profissional/Carreira



Andrea Dietrich

Transformação digital

Founder da
Didietrich,
consultoria em
Transformação Digital
& Branding | Co-
founder da
Ambidestra, social
impact network



in

O "experimente antes de comprar" da Amazon Prime

se a gente pudesse ter o melhor do mundo digital e do mundo físico ao mesmo tempo? Segundo pesquisa da @MindMiners de 2021, os principais atritos para uma marca numa jornada de compras físicas estão em: não poder comparar preços com outras lojas instantaneamente (80%) e o fato de precisar se deslocar até uma loja para realizar a compra (77%).

Esses dois fatores, em contrapartida, são os grandes benefícios das lojas online. Por outro lado, os canais digitais sofrem com o fato de o consumidor precisar pagar o frete (68%), não poder ver/provar o produto ao vivo (63%), ter dificuldade de devolução em caso de problema/produto errado (52%) e ter que aguardar o prazo de entrega (50%).

O case da semana é o serviço da Amazon, que em 2018 foi lançado com nome de "Amazon Wardrobe", que veio para sanar muitas dessas

dores e desmistificar algumas barreiras, entre elas que personalização não dá para ser feita em escala.

O serviço permite que o cliente experimente até seis itens por vez antes de decidir o que comprar, e é gratuito para membros Prime. Os itens elegíveis abrangem linhas femininas, masculinas, infantis e roupas, sapatos e acessórios para bebês. O cliente seleciona o que deseja experimentar e, assim que a caixa "retornável" chega à sua casa, ele tem sete dias para experimentar os itens e devolver o que não deseja comprar.

Não custa nada para enviar os itens de volta, e o frete de devolução é gratuito. O cliente só paga pelo que ficar. Além da associação Prime, não há taxas adicionais para o Prime "Try Before You Buy" - frete e devoluções são gratuitos.

E se ele decidir mais tarde que gostaria de devolver algo que guardou e comprou, ainda há uma janela de devolução de 30 dias a partir do último dia do período de teste.

E tem mais... o Serviço de Personal Shopper traz um time de estilistas para ajudar a selecionar peças. Os estilistas ajudam a descobrir os melhores looks da Amazon que combinam com o estilo, tamanho e orçamento do cliente. Há serviço de chat ao vivo com um estilista integrado ao serviço de experimentar antes de comprar. E mais: a possibilidade de alterar, pausar ou cancelar a qualquer momento.





Paulo Moreti
Branding

Publicitário e
Personal Branding
Strategist 2w



in

Alguns pontos que mostram por que **você precisa trabalhar a sua marca pessoal**

Muitos profissionais ainda acham que essa questão de marca pessoal não é algo relevante. Outros não sabem ou confundem o que realmente significa um trabalho de gestão de marca pessoal. E existem aqueles que já perceberam a sua importância.

A questão aqui não é discutir se é preciso ter ou não uma marca pessoal, porque, na verdade, todos já são marcas pessoais desde que nasceram. Mas uma coisa é certa: trabalhar estrategicamente a marca pessoal irá ajudar e muito o crescimento profissional, isso tanto nos aspectos tangíveis e intangíveis.

É por meio do trabalho de Personal Branding, gestão de marca pessoal, que se desenvolve o autoconhecimento, que irá levar à autoconsciência de quem se é, o que se faz, como se faz e para quem se faz. As habilidades e diferenciais competitivos também se tornam claros, e fica possível traçar um posicionamento bem definido.

O processo de Personal Branding é determinante para alcançar metas e traçar objetivos.

Os valores de uma marca pessoal também regem as conexões que esta tem com clientes, colaboradores, amigos e marcas corporativas. Os valores e crenças mostram a autenticidade, a verdade, fidelizam e criam experiências com as pessoas, gerando assim o personal brand awareness, ou seja, a consciência de marca que as pessoas têm em relação à marca pessoal do profissional. O objetivo é que a marca pessoal ganhe notoriedade e seja a primeira a vir à mente do público, consequentemente fazendo com que ela se distancie da concorrência e se torne referência.

Os pontos acima ajudarão o profissional a aumentar sua visibilidade nos mundos on e off-line, melhorando os resultados, atraindo oportunidades e criando vantagens competitivas.

O processo de Personal Branding é determinante para alcançar metas e traçar objetivos, uma vez que dará todo o direcionamento para trabalhar as estratégias de marketing pessoal: comunicação, promoção, vendas e mensurar resultados.

Os ganhos são inúmeros para a carreira do profissional que constrói sua trajetória desde cedo usando esse processo de gestão de marca pessoal, mas também para as empresas que têm essas marcas em seus times, pois marcas pessoais fortes e bem posicionadas impactam positivamente, trazendo humanização para a marca corporativa, maior exposição e alcance. Cada vez que essa marca pessoal posta algo em suas redes, publica artigos, participa de eventos e faz networking, está representando a marca corporativa e seu posicionamento.

Agora vale um alerta: não se posicionar realmente baseado no processo de Personal Branding, em que foram levantados todos os valores, crenças e diferenciais competitivos, mas sim como muitos fazem, apenas pelo cargo que atualmente está exercendo em uma corporação, cairá na vala comum que chamo de profissionais "commoditizados"; todos estão entregando mais do mesmo sem conseguir se diferenciar.

Lembre-se: não importa se você é um profissional liberal, empreendedor ou executivo em uma empresa nacional ou multinacional. A sua marca pessoal sempre será seu maior ativo!



Raul Nogueira

Publicidade

Publisher do Grandes
Nomes da
Propaganda



in

Como o live commerce pode atrair mais **clientes para o seu negócio**

O live commerce é uma estratégia para maximizar vendas de e-commerces reunindo em um evento virtual plataformas de streaming ao vivo (ou redes sociais) e até mesmo artistas e influencers.

Essa ação promove uma experiência intimista e interativa, em que clientes podem tirar dúvidas e comprar de forma instantânea. Já está consolidada no Brasil, é capaz de multiplicar as vendas, no entanto, como toda estratégia, precisa ser realizada de forma profissional e muito bem-feita.

O live commerce tornou-se forte na China a partir de 2017, mas existe desde 2014. No evento virtual, o vendedor pode promover produtos, serviços e tudo que envolve o e-commerce. O grande trunfo da modalidade é a interação que a transmissão ao vivo proporciona.



Kornit Digital
bonding matters

O PRIMEIRO ESPAÇO CONCEITO/PRODUTIVO DA INDÚSTRIA TÊXTIL ON-DEMAND DA AMÉRICA LATINA.

texperience
eco factory

Um Lugar democrático onde todo o
conceito vira prática! Sustentabilidade,
tecnologia e interatividade.



Uma iniciativa de:

grupo **bloom**

Infinitas formas de estampar a vida.



Essa estratégia também funciona para a indústria? Sim! O live commerce é bom para todos, e pode, sim, ser usado por empresas de todos os segmentos para impulsionar suas plataformas de e-commerce.

Por meio de uma transmissão ao vivo, apresentadores, artistas, influencers ou pessoas relevantes para o nicho demonstram e explicam os diferenciais e promoções sobre produtos e serviços da marca. O live commerce possibilita que os usuários façam sua compra naquele exato momento, pelo próprio smartphone, desktop ou tablet.

Esse formato lembra um pouco as propagandas que já conhecemos na televisão. No entanto, em vez de ficar ligando para um número, com acesso à internet, hoje o consumidor pode realizar sua compra de maneira muito mais rápida e prática.

De acordo com dados da Research and Markets, o live commerce movimentou US\$ 200 bilhões na China em 2020. E, ainda de acordo com estimativa da mesma empresa, a modalidade deve gerar receitas na casa dos US\$ 600 bilhões em todo o mundo até 2027.

Bons motivos para pensar em adotar essa estratégia, não é mesmo? Além disso, um levantamento da Wyzowl nos mostra que:

- 6% dos usuários assistem a um vídeo de explicação para entender melhor sobre um produto ou serviço;

- 84% dizem que se sentem convencidas a comprar um produto após assistir a um vídeo da marca;
- 66% afirmam que preferem se informar sobre um produto por meio de vídeo. Ou seja, ter conteúdos em vídeos e interativos é a receita que seu e-commerce precisa seguir para aumentar suas vendas.

A Maruxo Consultoria dá quatro dicas para fazer um live commerce vantajoso para o seu negócio:

- 1. Conheça seu público-alvo, sua persona.** Essa dica serve tanto para uma venda ao vivo quanto para estratégias de marketing de forma geral. Isso porque é importante conhecer seu público para entender suas necessidades, o que estão procurando, quais tendências estão seguindo.
- 2. Conheça bem a plataforma que será usada.** Hoje em dia, muitas são as opções que as lojas possuem para realizar sua live. No entanto, é importante que sua equipe esteja familiarizada com a plataforma escolhida, para que na transmissão não haja problemas.
- 3. Prepare um bom roteiro.** É importante que o live commerce não saia do controle. Por ser ao vivo, é essencial seguir um roteiro para que isso não aconteça. É no roteiro que ficam definidos quais produtos e serviços serão expostos e comentados.
- 4. Esteja com o estoque em dia.** No caso da transmissão ao vivo ser um sucesso, seu estoque precisa estar preparado! Por isso, confira quais produtos serão exibidos na live e garanta que ele não falte no seu estoque.



SUBLIMANDO
SONHOS MAIS
COLORIDOS.

Papel transfer para sublimação



www.bnsublimacao.com.br


BN Sublimação

Quer credibilidade, solidez e inovação?



A Artfix tem o maior time de especialistas em comunicação visual, excelência e o uso das melhores tecnologias em nossos processos. Foi assim que nos tornamos referência em comunicação visual.

Atendemos a todos os setores com inovações e valores competitivos. E como somos movidos a desafios, abraçamos diversos tipos de projeto: desde os mais simples até os mais complexos.

Tudo isso para destacar a sua marca!



Decoração de frota



PDV & Merchan



Projetos Especiais



ARTFIX[®]
Comunicação Visual