



Questum

Apresentação

Este brandbook é o guia definitivo para os principais ativos que compõem a marca Questum.

Aqui, apresentaremos o posicionamento da marca, dividido entre racional e emocional; além da expressão verbal e visual.

Há, ainda, exemplos de aplicação para orientar todos os envolvidos em sua gestão e desdobramento.

Sumário

Clique nos itens abaixo para navegar pelo material.



01. Posicionamento | Racional 4

Matriz de atributos	5	ICP	11
Definição de negócio	7	Buyer Personas	12
Boilerplate	8	Personas	14
Proposta de valor	9	Jornada	24
Públicos	10		

02. Posicionamento | Emocional 25

Quem é a Questum?	26
Atributos	28
Arquétipos	32

03. Expressão | Identidade verbal 33

Frases de apoio	34
Trueline e Tagline	35
Tom de voz	36
Glossário da marca	41

04. Expressão | Identidade visual 42

Marca gráfica	43	Paleta cromática	64
Distâncias e dimensões	54	Tipografia	66
Área de segurança	55	Estilo iconográfico	67
Usos incorretos	56	Estilo fotográfico	68
Submarcas	57	Elementos de apoio	69

05. Exemplos de aplicação visual

Posicionamento Racional



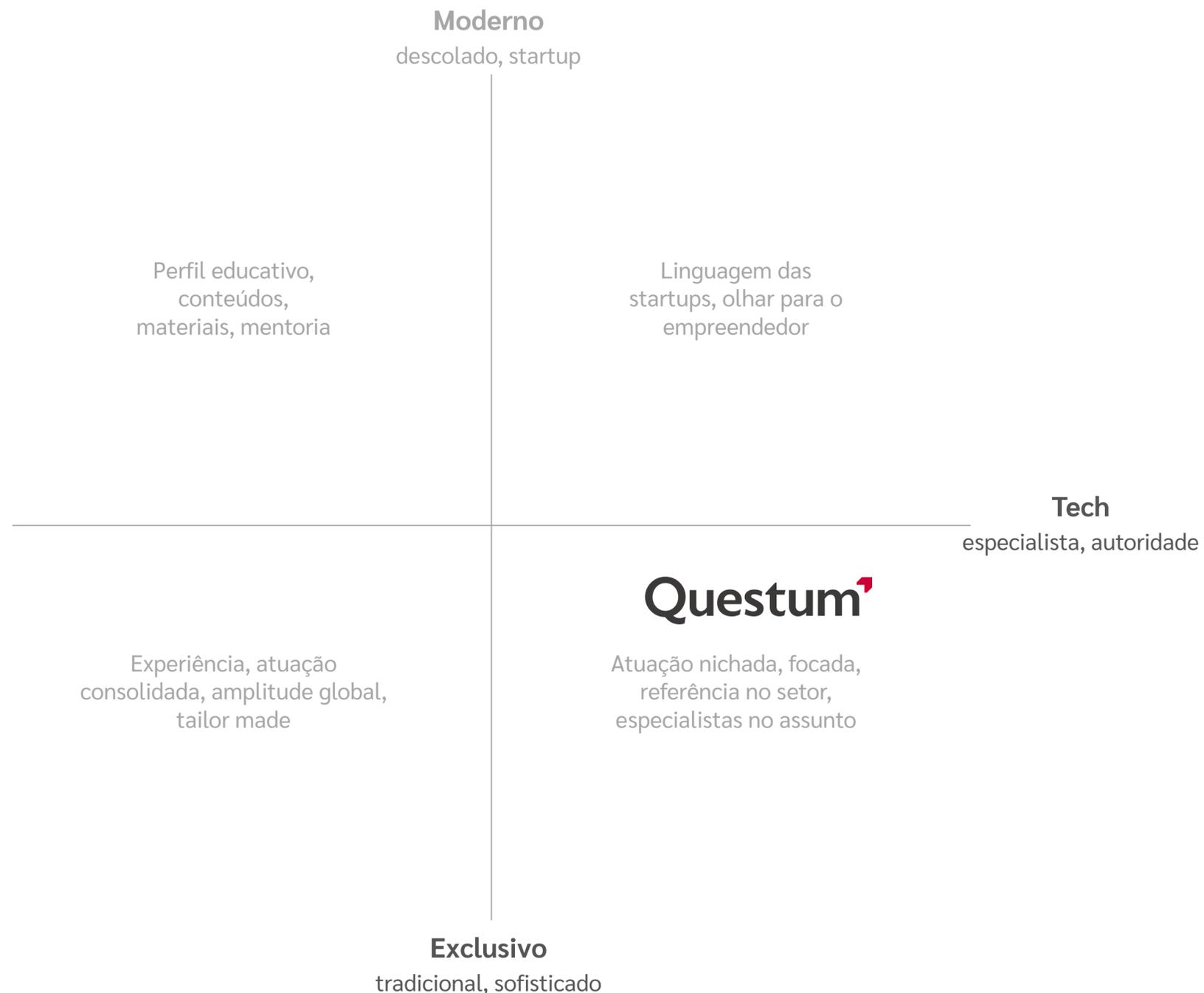
01.

01. Posicionamento | Racional

Matriz de atributos

Onde queremos estar

Abrangente
amplo mercado, setores



A marca já é percebida no mercado com autoridade e credibilidade.

Empreendedores e investidores buscam por excelência em processos de M&A, com visão especialista e atenção exclusiva.

Nem todo empreendedor de tecnologia vislumbra o momento da saída desde o início da jornada, apesar de haver um contrato implícito de retornar o capital ao assumir o risco de uma startup.

01. Posicionamento | Racional

Matriz de atributos

Onde queremos estar

Abrangente
amplo mercado, setores

Perfil educativo,
conteúdos,
materiais, mentoria

Moderno
descolado, startup

Linguagem das
startups, olhar para o
empreendedor

Tech
especialista, autoridade

Experiência, atuação
consolidada, amplitude global,
tailor made

Exclusivo
tradicional, sofisticado

Questum

Atuação nichada, focada,
referência no setor,
especialistas no assunto

Confiança, abordagem
do processo

Clareza, transparência

Oferta personalizada,
customizada, relacionamento

Credibilidade, austeridade,
conhecimento

“Objeto de desejo, fator
de riqueza atrelado”

01. Posicionamento | Racional



Definição de negócio

Como explicamos a empresa ou solução em uma frase única e descritiva.

Primeira assessoria especializada em apoiar empreendedores na jornada de crescimento e M&A de suas empresas de tecnologia.



Boilerplate

“Sobre a empresa”, parágrafo que pode ser utilizado para breve apresentação da companhia.

Fundada em 2019, a Questum nasceu com foco em apoiar empreendedores na jornada de M&A de empresas de tecnologia e startups por meio da estruturação do negócio, governança corporativa, prospecção e negociação com compradores, investidores, em acordos nacionais e internacionais.

Mais informações em www.questum.com.br.



Nossa assessoria especializada

ajuda empreendedores

que querem crescer de forma estratégica e operacionalizar uma transação de venda da sua empresa de tecnologia

desenvolvendo estratégias adequadas para realizar negócios bem-sucedidos.



Públicos

Para quem falamos ao nos comunicarmos.

Questum atua em um nicho específico, mas que tem como característica envolver diversos atores e segmentos, o que torna seu público, de certa forma, abrangente.

Para categorizar os profissionais com quem desejamos e precisamos interagir, divide-se o público em três grandes grupos, com níveis diferentes de priorização e nos quais se encaixam os principais stakeholders mapeados.

Empreendedores

Fundadores e sócios de empresas de tecnologia de todo o Brasil, em fases variadas de maturidade, que já tenham validado um MVP e receita mensal (MRR) acima de R\$ 500 mil.

Atores do ecossistema

Organizações, projetos, profissionais, empresas, órgãos de governos e instituições de ensino ligadas e atuantes em ecossistemas de tecnologia de todo o Brasil.

Investidores

Investidores-anjo, aceleradoras, fundos de investimento, holdings, bancos e corporações em geral, com interesse e capacidade de investir e/ou adquirir empresas de tecnologia.

Buy-side

Empresas que buscam complementar sua estratégia através de crescimento inorgânico, adquirindo startups de acordo com seus objetivos.



ICP

Ideal Customer
Profile

Ainda que abrangente, a visão de público para quem falamos exige um direcionamento que especifique e qualifique a comunicação.

Para nortear a abordagem de negócio com foco estratégico em conversão, define-se o Perfil de Cliente Ideal a partir das características de empresários cujas necessidades e históricos permitam à Questum oferecer um serviço satisfatório e rentável.

Sell-side

Empresa de tecnologia brasileira SaaS B2B, com time a partir de 50 e 150 colaboradores e MRR a partir de R\$ 500 mil .



Buyer Personas

Características, hábitos e necessidades

Para levar a mensagem correta aos públicos que a Questum deseja atingir, analisam-se suas principais características, perfil de comportamento e necessidades.

Assim, chega-se a três diferentes personas, que apoiam as ações de marketing na construção de uma comunicação efetiva, consistente e centralizada em um receptor comum.



Buyer Personas

Atributos e canais

Empreendedor(a) em estágio inicial

“Estou confuso quanto à captação. Não sei se capto para crescer mais ou tento vender”

Atributo destaque

“De empreendedor para empreendedor”: linguagem acessível e desafios compartilhados

Canais mais relevantes

Site, blog (busca orgânica), redes sociais, materiais e fluxos de nutrição

Sócio-empreendedor em estágio intermediário

“Estou em dúvida se preciso captar para crescer ainda mais antes de vender”

Atributo destaque

Especialistas em tecnologia: conhecimento do mercado e dos atores, relação próxima com buy-side e sócios especialistas do mercado de VC brasileiro

Canais mais relevantes

Artigos, blog (busca orgânica), e-mail, eventos e podcast Better Deals



Personas

Empreendedor em estágio inicial

“Estou confuso quanto à captação. Não sei se capto para crescer mais ou tento vender”

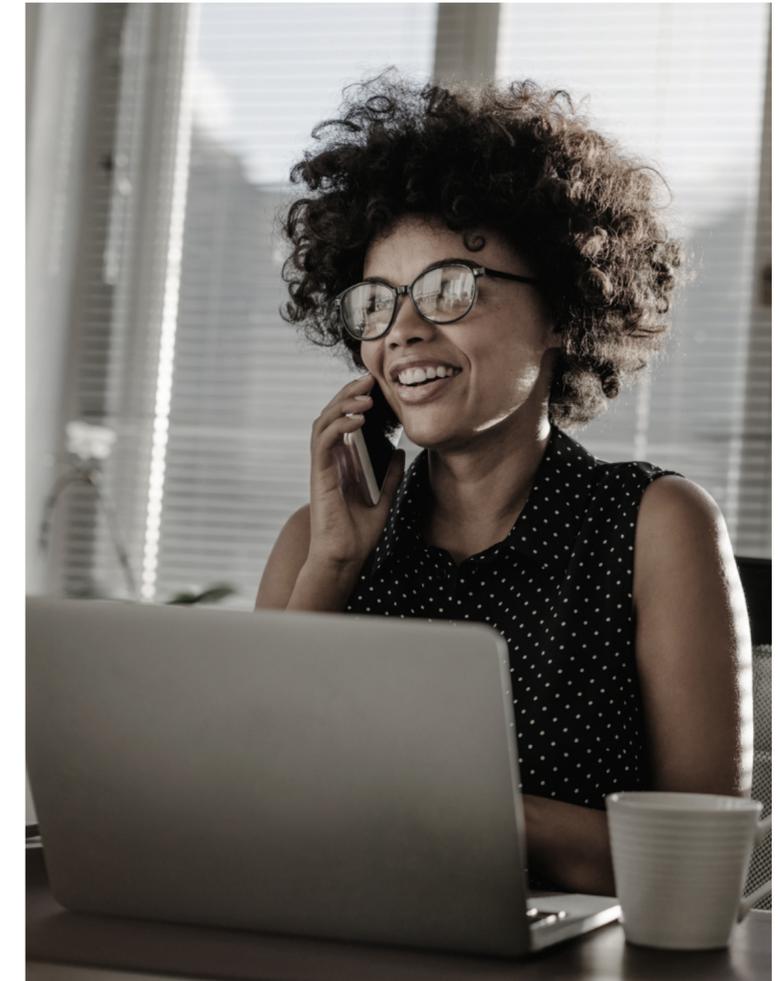
Empreendedor(a) em estágio inicial

Empreendedor em estágio inicial

Jovem de 29 anos, que decidiu investir em uma ideia e criar uma tecnologia escalável para a área de saúde. A partir dela, buscou aportes de familiares, estruturou um time e hoje fatura R\$ 500 mil ao mês (MRR) com uma solução repetível em um modelo B2B e recorrentes (SaaS).

Pouco depois de finalizar a graduação em Ciência da Computação, enquanto trabalhava como desenvolvedor para uma grande empresa, identificou uma demanda de mercado a partir da experiência de negócios da família e criou um software para farmácias que gerou interesse em um número significativo de possíveis clientes.

Depois de alguns meses investindo tempo na criação de um MVP e de ter participado de um processo de mentoria pelo Sebrae de sua cidade, recebeu um investimento-anjo e trouxe novas pessoas para comporem o time.





Personas

Empreendedor em estágio inicial

“Estou confuso quanto à captação. Não sei se capto para crescer mais ou tento vender”

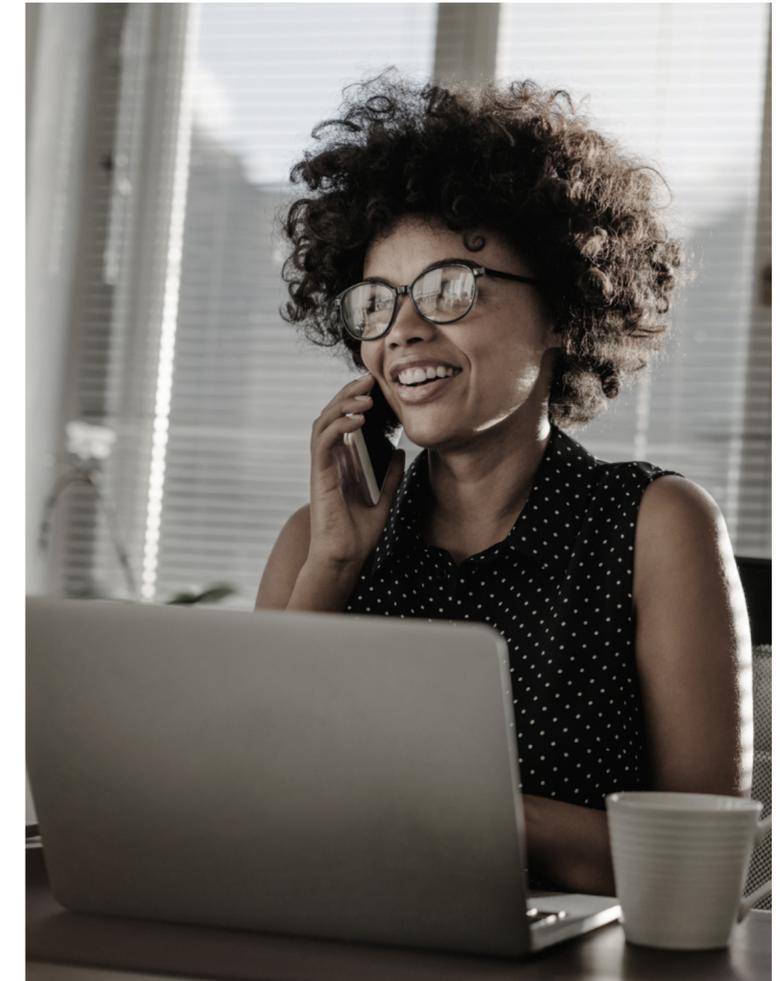
Empreendedor(a) em estágio inicial

Empreendedor em estágio inicial

Atualmente, já conta com 50 profissionais trabalhando em sua startup e enfrenta o desafio de fazer a gestão dos times enquanto planeja o crescimento da empresa, que já tem mais de mil clientes em todo o Brasil.

Ainda não tem metas e indicadores bem definidos, mas sente a necessidade de captar novos investimentos para escalar ainda mais seu crescimento. Para isso, acredita que precise contar com a ajuda de um advisor, para aprimorar os processos internos, calcular o valor da startup e encontrar as melhores opções.

Sua rotina inclui acompanhar os números de crescimento da empresa, participar da operação comercial, de marketing e administrativa, se reunir com os líderes das áreas para se atualizar em relação a cada setor e buscar informações sobre negociações e investimentos, em canais como Neofeed e newsletters da área. Gosta de receber conteúdos por e-mail e participa de grupos de whatsapp com outros empreendedores da região.





Personas

Empreendedor em estágio inicial

“Estou confuso quanto à captação. Não sei se capto para crescer mais ou tento vender”

Empreendedor(a) em estágio inicial

Empreendedor em estágio inicial

Necessidades principais

- Orientações em relação aos próximos passos para o desenvolvimento do negócio
- Conteúdos que ajudem na compreensão das melhores opções de investimento
- Conexões com os players certos de mercado para networking
- Apoio para entender se sua startup tem potencial futuro de venda

Keywords

- Investimento, M&A, aquisição, venture capital, quanto captar
- Valuation, métricas, indicadores, governança
- Growth, aceleração, crescimento

Perguntas e insights de conteúdos

- Quais objetivos posso determinar para minha startup?
- Estou seguindo o caminho certo para alcançar os melhores investimentos para minha startup?
- É melhor buscar o exit ou outras formas de conseguir capital?
- Como captar sem sair da rota do exit
- Quanto vale minha startup? Como medir valuation? Como aumentar o faturamento? Como crescer com rapidez?

Atributo destaque

“De empreendedor para empreendedor”:
linguagem acessível e desafios compartilhados



Personas

Sócio

“Estou em dúvida se preciso captar para crescer ainda mais antes de vender”

Sócio-empREENDEDOR em estágio intermediário

Média empresa de tecnologia

EmpREENDEDOR serial, já abriu mais de cinco negócios, alguns bem-sucedidos e outros fechados ainda em estágio inicial. Desde a experiência com seu primeiro investimento-anjo, se arrisca em abrir e investir em startups, buscando oportunidades na área de tecnologia.

Aos 38 anos, escolheu uma das empresas que investiu para atuar um pouco mais próximo na operação e sente que é o momento certo de iniciar um processo de saída. A startup já tem mais de 200 clientes, com um ticket médio alto, equipe de 100 profissionais e faturamento mensal (MRR) de aproximadamente R\$1,2 milhão.

Os indicadores mostram perspectivas promissoras de crescimento, mas existe uma lacuna em algumas das áreas de negócio, que precisam de um olhar mais apurado antes de um movimento de venda.





Personas

Sócio

“Estou em dúvida se preciso captar para crescer ainda mais antes de vender”

Sócio-empREENDEDOR em estágio intermediário

Média empresa de tecnologia

Graduado em Engenharia de Produção e com MBA em marketing, acredita que o negócio pode render uma venda aproximada de R\$100 milhões e espera seguir participando da operação após a compra. Mas sabe que, para conseguir uma transação nesse valor, vai precisar de uma consultoria especializada, e está em busca da mais adequada para o momento e o perfil do negócio.

Para isso, acompanha a comunicação das principais boutiques de M&A no Brasil e no mundo, e busca indicações de atores do ecossistema. Junto a isso, segue acompanhando canais como o Brazil Journal e ouvindo o podcast Papo de M&A, para extrair insights que contribuam na pesquisa.

Vem recebendo propostas de grandes corporações e vivencia o desafio de convencer os demais sócios a esperar mais pela oferta certa, enquanto se esforça em manter o crescimento contínuo da empresa durante o processo; mas está certo de estar no momento mais apropriado para o exit.





Personas

Sócio

“Estou em dúvida se preciso captar para crescer ainda mais antes de vender”

Sócio-empREENDEDOR em estágio intermediário

Média empresa de tecnologia

Necessidades principais

- Encontrar o deal ideal para o exit de sua startup
- Confiança e tranquilidade em saber que está tomando a decisão certa
- Fundamentação para manter os demais sócios alinhados
- Orientação técnica para ganhar segurança na tomada de decisão
- Apoio para garantir que não vai perder um bom negócio

Keywords

- M&A, valuation, sell-side, buy-side, earn-out, MOU
- Governança corporativa, Conselho de Administração
- Estratégia, planejamento, etapas da aquisição
- Segurança, confiança, garantia

Perguntas e insights de conteúdos

- Quais métricas preciso acompanhar e apresentar para ter o melhor deal?
- Estou buscando um adquirente no lugar certo?
- É mais indicado fazer uma fusão ou uma aquisição?
- Quais os tipos de organização que teriam interesse em comprar minha startup? Como eu chego até elas?
- Recebi uma proposta. E agora?

Atributo destaque

Especialistas em M&A de empresas de tecnologia



Jornada

Empreendedor

Fundador / sócio

Startup ou empresa de tecnologia em estágio intermediário ou avançado

	Descoberta	Consideração	Compra	Serviço	Recomendação
Questões	Vender minha startup é uma opção? É a hora certa? Qual o primeiro passo?	Com quem preciso me conectar? Preciso de alguém confiável.	Fiz a escolha certa? Quais os diferenciais dessa consultoria que me farão ter sucesso?	Como vai ser o processo de análise? Quanto tempo vai durar e qual a minha garantia?	O que poderia ter sido diferente? Vale a pena para startups como a minha?
Ação	Pesquisa orgânica Busca por opiniões e mentorias.	Busca por opiniões e mentorias. Análise de opções do mercado.	Busca por opiniões e mentorias. Comparação.	Consulta aos advisors. Busca de referências. Validação com outros .atores	Promoção ou detração. Divulgação.
Canais	Pesquisa orgânica Eventos Newsletter Indicação	Pesquisa orgânica Site Artigos Redes sociais Cases de sucesso	Cases de sucesso Materiais internos Pesquisa orgânica comparativa	Artigos Materiais internos Sucesso do cliente E-mail	Referências Nova pesquisa orgânica Eventos e indicação Cases
Mensagem	Referência no ecossistema, olhar atento e realista ao momento certo do exit.	Especialista em startups, atributos únicos em relação aos concorrentes.	Posição de especialista, com linguagem acessível e cuidado em todas as etapas.	Processo confiável, nas mãos de quem mais entende do assunto.	Transações bem-sucedidas, a partir da expertise da empresa. Resultados alcançados.

Posicionamento Emocional



02.



Quem é a Questum?

“M&A de startups”

“Assessoria para deals de M&A”

“Sul, posição privilegiada em tecnologia”

“Atuação nacional”

“Excelência em assessoria ”

“Apoia o empreendedor a vender sua startup”

“Ser referência na jornada de M&A e captação, do início ao fim”



Quem é a Questum?

Reputação | Credibilidade | Expertise | Excelência | Referência



Atributos

São as características inerentes à marca e que tornam a Questum única.

Especialista
em tecnologia

Empreendedorismo
no centro

Excelência
em M&A



Atributos

São as características inerentes à marca e que tornam a Questum única.

Especialista em tecnologia

A Questum já nasceu focada em startups. O olhar especializado carrega um histórico de décadas de atuação dos sócios na área, com importantes transações na carteira.

Assessoria especializada em tecnologia no Brasil. O ambiente de tecnologia tem elementos que o tornam único, desde o potencial de crescimento até os termos usados no dia a dia. A Questum domina, conhece e conecta, por fazer desse seu setor exclusivo de atuação.





Atributos

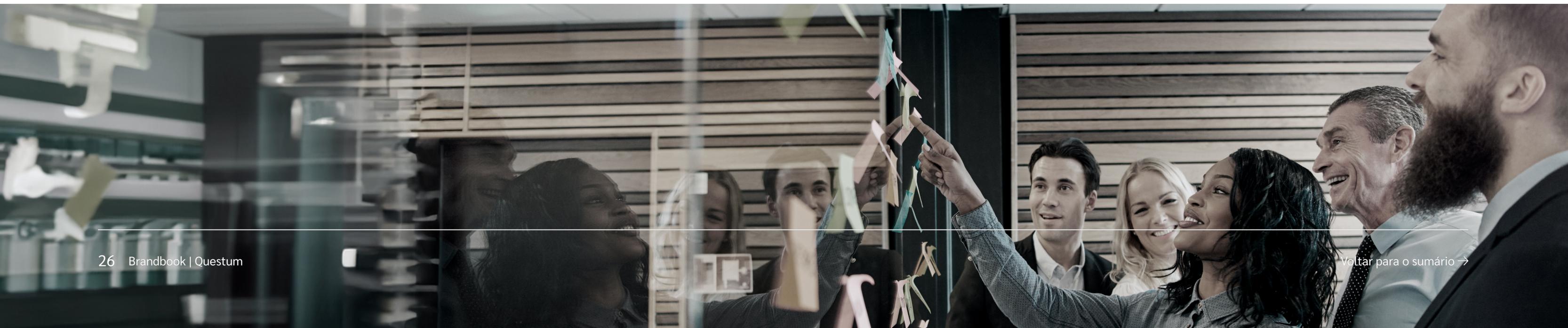
São as características inerentes à marca e que tornam a Questum única.

Empreendedorismo no centro

A experiência de quem já passou por operações de captação e M&A torna a jornada menos desafiadora.

Compartilhar as dores e trazer os aprendizados de operações já finalizadas é uma vantagem relevante para quem se aventura nesse meio pela primeira vez.

A Questum entende as especificidades técnicas e contribui na busca pelas saídas certas a partir do histórico de dois personagens que se posicionam como protagonistas no ecossistema de tecnologia, falando de igual para igual com empreendedores e sócios.





Atributos

São as características inerentes à marca e que tornam a Questum única.

Excelência em M&A

Qualidade nas entregas, atenção aos detalhes. Oferece serviços excelentes, com acompanhamento especializado capaz de gerar resultados relevantes para o processo de fusão e aquisição.

O cuidado em todas as etapas da transação reflete em um cenário de retornos positivos e indicações como principal fonte de aquisição de clientes, reforçando a qualidade do que é feito e o olhar favorável dos clientes em relação aos resultados alcançados.

O diferencial é visível e sentido no dia a dia das análises e da jornada de M&A, recebendo feedbacks favoráveis de quem conhece o trabalho da empresa.



Arquétipos

Padrão responsável
por moldar a marca.

Cuidador

Fornecer estrutura → Serviço

A marca Questum prioriza a sobriedade e o cuidado.

Como um mentor ou um mago, acompanha com olhos de orgulho e perfeccionismo os passos de seus aprendizes.

Quer oferecer o melhor, e não abre mão dos detalhes. Cuida, para apontar o melhor caminho e para não deixar nenhum erro passar despercebido.

É o conselheiro que interage naturalmente nos ambientes de negócios, e absorve aprendizados para levar aos mentorados, de forma simplificada.

E se adapta, pertence, transita. Cuida, para fazer melhor.



Expressão Identidade Verbal



03.



Frases de apoio

Expressões base para utilização em diversos meios de comunicação institucional. Possuem viés mais inspiracional.

+ racional

Assessoria de M&A especializada em tecnologia.
Consultoria em fusões e aquisições na área de tecnologia.
Orientações para o crescimento e a saída de startups.
Consultores capacitados para negociações de fusão, aquisição e captação.
Conexão entre startups e corporações para transações de vendas e de compra.
Apoio para empreendedores na venda de sua empresa.
Excelência em M&A para empresas de tecnologia.
Atenção e excelência na venda de empresas de tecnologia.
O apoio necessário para que o melhor deal aconteça.
Sua empresas em boas mãos.
O idioma da tecnologia.
A realização do sonho de quem empreende.
Making better deals.

+ emocional

03. Expressão | Identidade Verbal



Trueline

Definição do que a marca faz e que a diferencia da concorrência.

Tagline

Versão voltada ao consumidor, transforma as mesmas informações em algo cativante e poderoso.

Assessoria para
M&A especializada
em empresas de
tecnologia.

Sofisticação do
conhecimento



Tom de Voz

Principais diretrizes para a comunicação verbal.

A Questum se comunica de forma prática.

Fala o que veio falar, com um objetivo claro: gerar resultados. Coloca toda a sua experiência no peso da voz, com a expertise que termos técnicos exigem, mas sem deixar de se fazer entender.



Tom de Voz

Principais diretrizes para a comunicação verbal.

01

Objetivo

- Direto ao ponto
- Foca na mensagem que se quer transmitir
- Claro
- Assertivo
- Transparente
- Acessível

“Aceleramos o crescimento do negócio.”

02

Conselheiro

- Incentiva excelência e boas práticas empresariais
- Aconselha empreendedores com base na expertise da casa
- Conhecimento aprofundado e experiência
- Provoca a reflexão das decisões
- Traz exemplos, prova e ilustra com números e gráficos

“Como funciona o processo de venda de uma startup”

03

Inteligente

- Técnico, mas não mais difícil
- Alto nível
- Reflexões traduzidas em estratégia
- Decisões baseadas em dados

“Boas práticas para negócios com mais liquidez”



Tom de Voz

Do's and Don'ts

- Evitar termos técnicos e em inglês, exceto quando forem familiares ao universo das startups. Avaliar possíveis substitutos, quando possível.
- Sempre que possível, evidenciar a voz dos partners e seus conhecimentos / experiências.

01

Objetivo

Acesse conteúdos exclusivos para aprender como escalar



Material inédito: planilha de valuation

A jornada de M&A possui várias etapas



Etapas da jornada para o M&A

Growth e M&A para empresas de tecnologia



M&A para startups

02

Conselheiro

Passo a passo para acelerar e vender com agilidade



Boas práticas para negócios com mais liquidez

Como escalar com rapidez



Como decisões estratégicas impactam o futuro da empresa

Dicas para vender sua startup



Pontos de atenção em uma operação de M&A

03

Inteligente

3 coisas que não podem faltar no seu BP



Erros no BP que impactam no valuation

Como atrair um investidor



Diligência Reversa: A escolha do investidor ou comprador ideal

Momento da empresa



Devo captar para crescer ou vender minha startup?



Tom de Voz

Nas redes sociais

De forma geral, as redes sociais da Questum atuam como reforço de imagem e reputação. Não estão entre os canais de maior relevância, mas são importantes como prova de credibilidade e presença digital.

O mais importante no processo de manutenção é a recorrência de posts, sem perder em objetividade e sofisticação. Elas são fundamentais para a construção do conceito de “Sofisticação do Conhecimento”, mas sempre existe um risco alto em relação à informalidade e à agilidade.

Por isso, criar padrões visuais e recursos de direcionamento de linguagem são primordiais durante a elaboração de um planejamento bem fundamentado.

O foco de resultados, nas redes sociais da Questum, está em qualidade e reputação.



Tom de Voz

Nas redes sociais

01

Linkedin

Oportunidade de negócios. Tom de voz mais sóbrio e analítico.

- Buscar pesquisas, relatórios, divulgar artigos relevantes para o contexto de empresas de tecnologia.

02

Instagram

Prova social e apresentação de credibilidade. Mais próximo do empreendedor em estágio inicial.

- Dicas rápidas e imagens subjetivas, com comentários instigantes na legenda

03

Youtube

Repositório de conteúdo de relevância. Tom de voz professoral e autoridade orgânica no assunto.

- Publicar vídeo-cases e cursos

Glossário da marca

Lista de termos para uso nas comunicações.



Assessoria

- Apoio
- Orientações
- Instruções
- Assessores
- Conteúdo especializado

M&A

- Fusão e aquisição
- Venda
- Deal
- Transação
- Saída / Exit
- Comprar startups
- Comprar empresas de tecnologia
- Comprar empresa

Especializada em empresas de tecnologia

- Tecnologia
- Business Plan
- Empreendedorismo/Gestão
- Escalabilidade
- MVP
- Faturamento / Receita

Captação/ Investimentos

- Performance
- Valuation
- Captação de investimento
- Aporte

Expressão Identidade Visual



04.



A.
Marca gráfica

Questum¹

A seguir, será apresentada a construção da marca gráfica, além de suas versões e indicações de aplicação.

Baixe os arquivos de marca atualizados aqui →



Logotipo

Questum¹

A marca gráfica Questum é composta pela logotipia em caixa alta e baixa, aplicada em tonalidade cinza chumbo.

Baixe os arquivos de marca atualizados aqui →



Símbolo

Questum[↗]

O símbolo da marca Questum é sutil e aplicado no canto superior direito da marca, indicando crescimento e trazendo movimento.

Baixe os arquivos de marca atualizados aqui →



Versões da marca

Fundo claro | Principal

Questum¹



Versão principal



Versões da marca

Fundo claro | Logotipo e símbolo

Questum



Versão tipográfica



Símbolo



Versões da marca

Fundo escuro | Principal

Questum[↑]

Versão principal



Versões da marca

Fundo escuro | Logotipo e símbolo

Questum



Versão tipográfica



Símbolo



Versões da marca

Fundo claro | Monocromático | Principal

Questum¹



Versão principal



Versões da marca

Fundo claro | Monocromático | Logotipo e símbolo

Questum



Versão tipográfica



Símbolo



Versões da marca

Fundo escuro | Monocromático | Principal

Questum¹



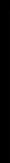
Versão principal



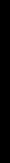
Versões da marca

Fundo escuro | Monocromático | Logotipo e símbolo

Questum



Versão tipográfica



Símbolo

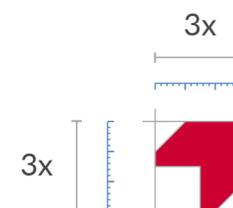
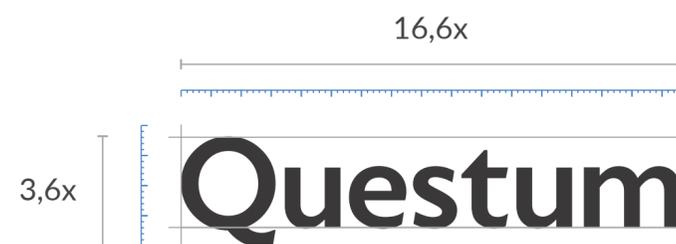
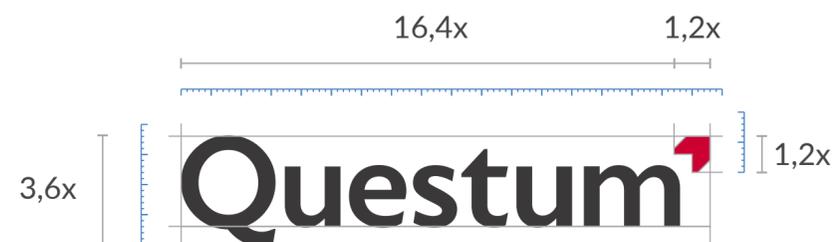


Distâncias e dimensões



É importante observar as proporções utilizadas na construção da marca para guiar sua aplicação e evitar o uso incorreto.

Baixe os arquivos de marca atualizados aqui →





Área de segurança



O tamanho de X corresponde à área de segurança designada para a marca e deve ser respeitado ao aplicá-la com demais elementos em uma composição, sejam textos, imagens ou outras marcas.

Baixe os arquivos de marca atualizados aqui →





Usos incorretos

Questum[®]

Exemplos de utilizações incorretas da marca, destacando os principais erros que podem ocorrer. Acima é possível verificar a versão correta para comparação.

Baixe os arquivos de marca atualizados aqui →



Distorção por condensação



Distorção por expansão



Alteração da tipografia



Mudança de cores



Distorção de proporção



Uso diagonal



Submarcas

Better Deals
The Guide Line
Report



A seguir, será apresentada as versões das marcas gráficas e suas respectivas indicações de aplicação.



Versões da marca | Better Deals



Versão principal
Fundo claro



Versão monocromático
Fundo claro

Baixe os arquivos de marca atualizados aqui →



Versões da marca | Better Deals



Versão principal
Fundo escuro



Versão monocromático
Fundo escuro



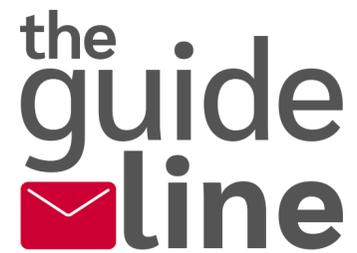
Versões da marca | The Guide Line



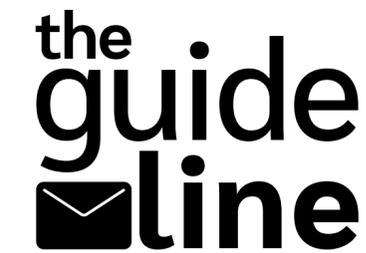
Versão horizontal principal
Fundo claro



Versão horizontal monocromático
Fundo claro



Versão vertical principal
Fundo claro



Versão vertical monocromático
Fundo claro

Baixe os arquivos de marca atualizados aqui →



Versões da marca | Better Deals



Versão horizontal principal
Fundo escuro



Versão horizontal monocromático
Fundo claro



Versão vertical principal
Fundo escuro



Versão vertical monocromático
Fundo escuro

Report

Versão principal
Fundo claro

Report

Versão monocromático
Fundo claro

Report

Versão monocromático
Fundo escuro

Baixe os arquivos de marca atualizados aqui →



B. Elementos essenciais

As definições de cores, tipografia, estilo iconográfico e fotográfico compõem a identidade visual e possibilitam a aplicação correta nos diversos substratos. Conheça suas especificações nesta seção.

Baixe os elementos essenciais aqui →



Paleta cromática

A identidade Questum é marcada pela paleta cromática sóbria com diversos tons de cinza e com uma tonalidade destaque, o vermelho. As cores de base devem ser aplicadas conforme as proporções apresentadas ao lado. Já o vermelho, deve ser aplicado apenas em detalhes.

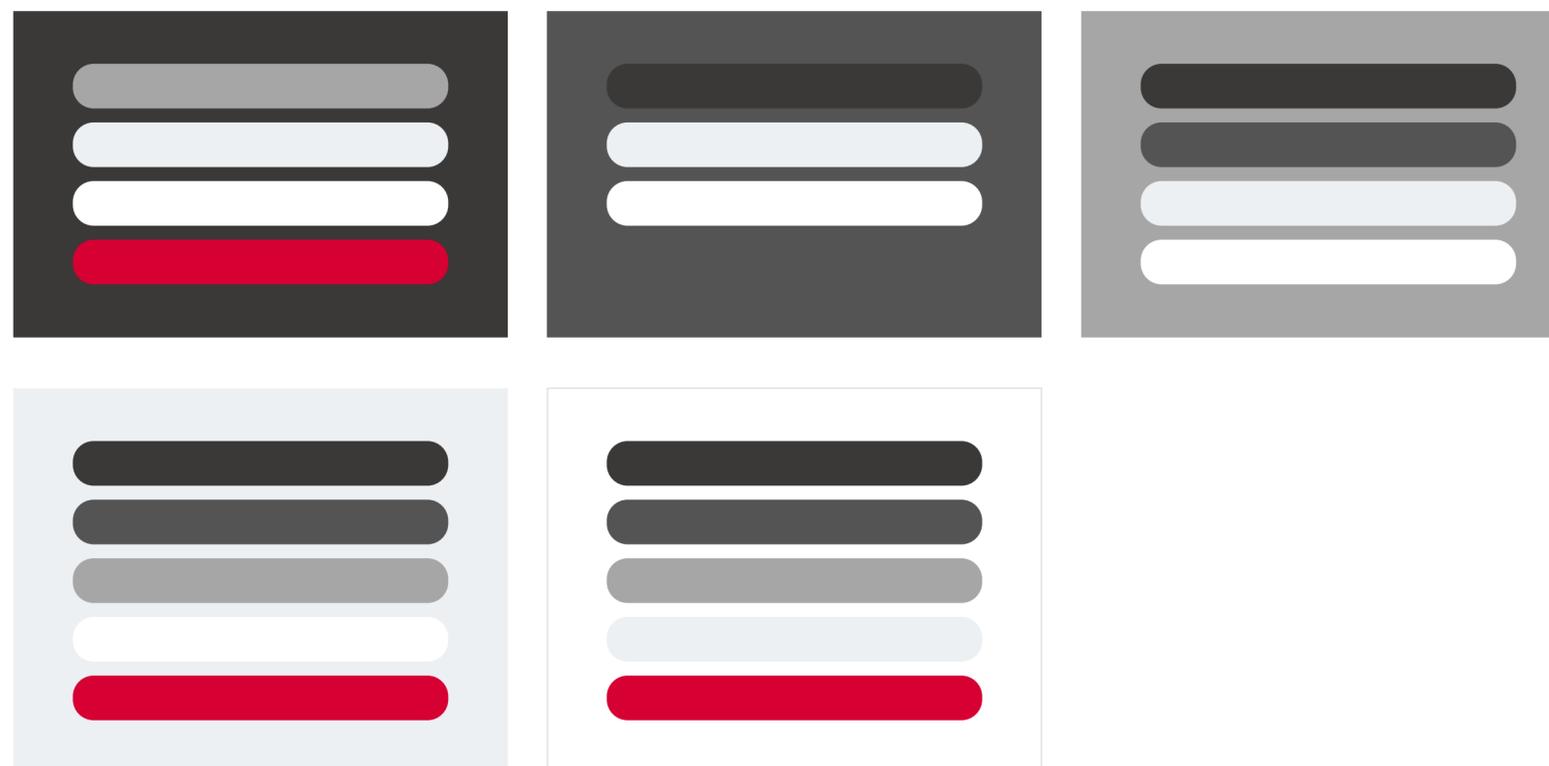
Os elementos da identidade podem ser aplicados de forma alternada entre as tonalidades da paleta, de acordo com exemplos que serão apresentados na sequência.





Combinações cromáticas

Apresenta-se ao lado as possibilidades de sobreposições de cores com a paleta cromática. Considere que, entre as cores mostradas anteriormente, o vermelho não deverá ser usado como background. Para as demais tonalidades neutras, busque sempre o bom contraste e leitura de informações para combiná-las.





Tipografia

A tipografia da marca é a Sarabun, nos pesos Regular e Bold. Para chamadas e/ou títulos, sugere-se o peso Regular. Para a utilização em geral, como textos e documentos, também é recomendado o peso Regular. Em pequenas tags de apoio ou botões, sugere-se o uso do peso Bold.

[Baixe a tipografia aqui →](#)

Making better deals. ○

Tags em Sarabun Bold

A Questum já nasceu
focada em startups. ○

Títulos destaque em Sarabun Regular

Única assessoria exclusiva para tecnologia no Brasil, um de seus grandes diferenciais está na capacidade de transitar nesse universo com naturalidade, sem perder o foco e a intenção de continuar desenvolvendo o ecossistema. ○

Textos de apoio em Sarabun Regular

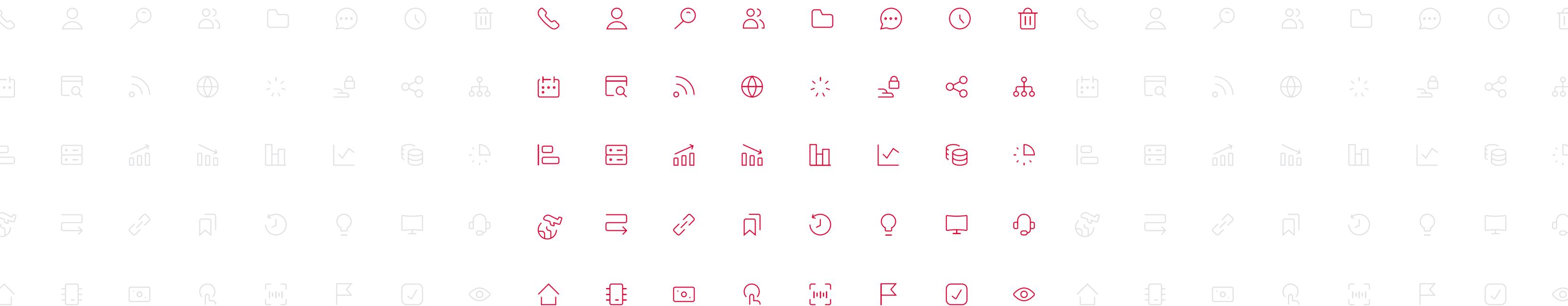
[Leia mais →](#) ○

CTAs em Sarabun Bold, com seta aplicada á direita e linha de apoio



Estilo iconográfico

Os ícones foram selecionados de acordo com o estilo sóbrio da identidade, sendo aplicados em outline. É importante manter a consistência das cores nas aplicações dos ícones, priorizando as versões apresentadas abaixo.



Baixe os ícones aqui →



Estilo fotográfico

A identidade visual da Questum conta com dois possíveis filtros para uso em fotografias: preto e branco e colorido. Para o filtro colorido, é de extrema importância o trabalho em cima das cores, reduzindo bastante a saturação geral e aumentando o contraste, deixando-as sóbrias.

Em geral, sugere-se evitar o uso dos dois filtros em uma mesma composição, com excessão de fotos pequenas aplicadas em thumbnail, como em páginas de artigos ou outras coleções.

Baixe as fotografias aqui →





B. Elementos de apoio

Os elementos de apoio são importantes ferramentas para a expansão do universo visual da marca. Eles trazem unicidade para as aplicações e permitem desdobramentos gráficos para manter a identidade viva e atualizada. Conheça os elementos de apoio da identidade Questum a seguir.

Baixe os elementos de apoio aqui →





Grid

Procure encaixar todos os elementos a partir do grid de colunas apresentado neste slide, facilitando a organização das informações e mantendo a padronização. As colunas do grid podem servir de base para o uso de linhas verticais nas composições.

Baixe o grid aqui →



Linhas diagonais

O uso de linhas diagonais finas é um elemento de apoio importante para as composições, podendo sobrepor fotos ou backgrounds lisos. Elas devem ser aplicadas no mesmo ângulo do símbolo, com sombreado, conforme este exemplo, ou apenas com o outline.

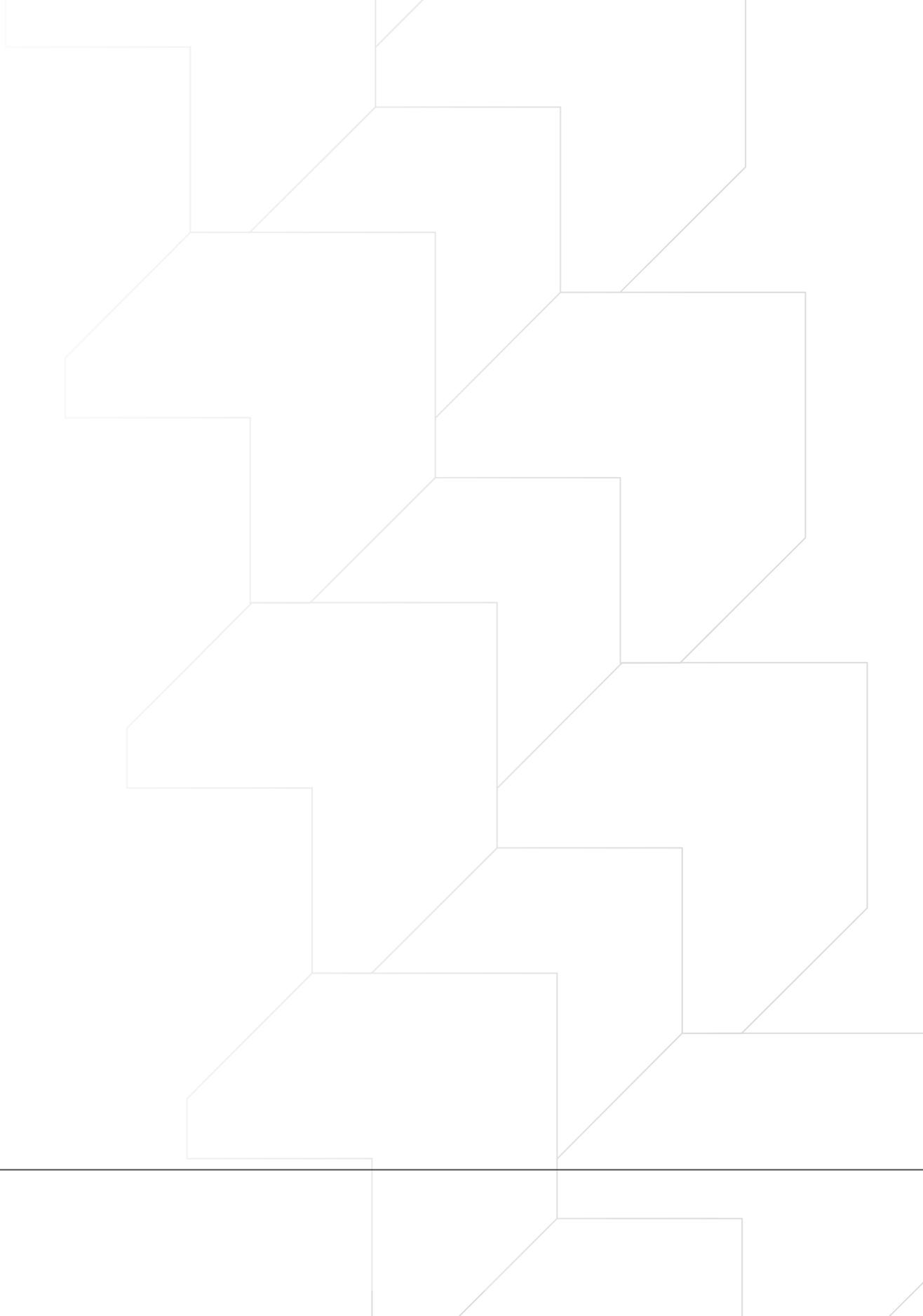
Baixe as linhas diagonais aqui →



Patterns

É possível aplicar padronagens, de forma suave, nas composições. Priorize o uso do símbolo em outline leve, conforme o exemplo ao lado, ou a padronagem pontilhada que foi usada ao longo deste brandbook.

Baixe os patterns aqui →



Exemplos de Aplicação Visual



05.

Questum¹

trasso.design

Responsáveis pelo projeto de identidade visual:
Carolina Tavares, Ingrid Cristina, Marina Noceti, Nanda Fioruci e Rodrigo Lago Quiquio.
Posicionamento e identidade verbal desenvolvido por Carta20.

Versão 2024

Questum

Responsáveis pela atualização do projeto de identidade visual:
Daphne Blaese, Gabriela Machado e Natália Ledur

[Acesse os arquivos no drive →](#)