

A composite image featuring a hand holding a pen over a cityscape, with the word "DRAFT" overlaid in large white letters. The background is a grayscale cityscape with various buildings, including a prominent skyscraper with a curved facade. The hand and pen are positioned as if writing on a transparent surface, with the city buildings visible through the pen's tip and the hand's fingers. The word "DRAFT" is written in a bold, sans-serif font, centered horizontally across the middle of the image. The overall composition suggests a theme of urban planning or architectural design.

DRAFT



WHAT IS DRAFT?

For our readers, we are the most influential content platform dedicated to covering the expansion of the **New Economy** in Brazil. **Draft** is a reference in **business journalism** aimed at Brazilian entrepreneurs and post-industrial companies.

For our clients, we are specialists in **Content Marketing, Digital Marketing** and **Business Intelligence** projects applied to the Brazilian **innovation** and **entrepreneurship ecosystem**.



WHAT IS THE MISSION OF DRAFT?

Editorially, we are telling the great stories of Brazilian innovators and entrepreneurs who are (re)inventing the future in order to inspire and instruct others to innovate and to venture in an equally inspiring way. This is our reason for existing.

Commercially, we help companies build **brand reputation** through **Content Marketing**. And we generate **sales leads** and **business results** for our customers through **Digital Marketing**.



WHAT ARE THE CORE THEMES OF **DRAFT**?

NEW ECONOMY

INNOVATION ENTREPRENEURSHIP

SOCIAL BUSINESS CULTURE MAKER

DIGITAL TRANSFORMATION **CREATIVE ECONOMY**

LIFEHACKING SHARING ECONOMY

CORPORATE INNOVATION

INDUSTRY 4.0

COLLABORATIVE WORK

HACKER SPIRIT

NETWORKING

LEARNING BY DOING

BUSINESS AS A LIFESTYLE



THE DRAFT STATEMENT

Watch our **Manifesto** now.



HOW WE ORGANIZE DRAFT CONTENT

Every year Draft tells over 1,000 stories in its five major editorial sections:

CREATIVE BUSINESS:

Entrepreneurship as a lifestyle. Entrepreneurs who turn what they like to do most into a business.

SOCIAL BUSINESS:

Entrepreneurs who venture for the transformation of the world around. Companies that generate profit by building a positive legacy for society.

STARTUPS:

Scale business. Companies made to grow fast. Entrepreneurs who venture for wealth generation.

CORP INNOVATION:

Entrepreneurs who work inside big companies. Intrapreneurs who don't have to quit their jobs to innovate.

LIFEHACKERS:

People who brought disruption into their lives. Individuals who radically innovated in their personal trajectories.

DRAFT NEWSLETTER Q

NEÓCIOS CRIATIVOS NEÓCIOS SOCIAIS STARTUPS INOVAÇÃO CORPORATIVA LIFEHACKERS PODCASTS TV DRAFT

SPONSORS < 3M enel FACEBOOK FC >

NEÓCIOS SOCIAIS

O LIVRO VIROU DELIVERY (E TEM COM BRINDE): COMO OS CLUBES DE ASSINATURA ESTÃO RENOVANDO UM MERCADO EM ASCENSÃO

Vanessa Fajardo - 04 OCT 2019

COMPARTILHE
f i n t w d

A queda das gigantes varejistas Seara e Cultura encançou uma crise do mercado editorial. Segundo a Câmara Brasileira do Livro (CBL), as vendas em livrarias caíram 20% em 2018, na comparação com 2017. O número de exemplares produzidos encolheu 11% — 43 milhões a menos de um ano para o setor.

No sentido inverso, os clubes de assinatura de livros vêm se consolidando e mostrando que os brasileiros gostam, sim, de ler. Estarre clubes — indicadas em três, indicadas por fatores que as acompanham de hábitos colecionáveis — mensalmente à cada livro tem se mostrado um modelo de negócio capaz de dar lucro e gerar uma nova relação das pessoas com a literatura.

Segundo a Associação Brasileira de Comércio Eletrônico (ABComm), negócios envolvendo os clubes de assinatura em geral cresceram 167% desde 2015 e movimentam R\$ 1 bilhão por ano. Não há um número exato para o segmento literário, mas a CBL estima que haja cerca de 25 clubes de assinatura de livros no país, com um total de 2 milhões de assinantes.

Vitor Tavares, presidente da CBL, vê esse nicho como complementar ao varejo. "Quem procura por esse modelo de negócio está atrás de uma variedade de livros específicos, e que não se impede de visitar as livrarias e ter a experiência com os espaços de encontro com os autores e eventos literários, por exemplo."

DRAFT NEWSLETTER Q

NEÓCIOS CRIATIVOS NEÓCIOS SOCIAIS STARTUPS INOVAÇÃO CORPORATIVA LIFEHACKERS PODCASTS TV DRAFT

SPONSORS < 3M enel FACEBOOK FC >

NEÓCIOS SOCIAIS

QUEBRADA PRODUÇÕES, OU COMO RENATA SANTOS MUDOU A PRÓPRIA VIDA LEVANDO A FAVELA PARA O CINEMA E A TV

Priscilla Santos - 20 DEC 2018

COMPARTILHE
f i n t w d

Era um dia de dezembro. Renata Santos, 39, distribuía sacolinhas de presentes de Natal para as crianças de Paraisópolis, favela na zona sul de São Paulo com mais de 40 mil habitantes (segundo o Censo 2010), onde ela nasceu e cresceu. O filme, presidente da União dos Moradores do Condomínio local, onde ela também atua, e chatos e pelus. "Basta, você acompanha esse pessoal?". Era uma equipe de filmagem que procurava histórias para a gravação de uma propaganda sobre urbanização para o Governo Federal. Ali estava o começo do que viria a ser o empreendimento de Renata — a empresa Quebrada Produções, especializada nesse tipo de intermedição — mas da ainda não sabia.

"Não se pode simplesmente chegar na favela, sacar a câmera, tirar foto e mandar para o cliente", conta ela, sobre a fase das empresas de cinema e TV de contratar associações de moradores em ONGs que atuam em comunidades pobres da cidade quando precisam fazer um trabalho ali. Naquela dia, ela fez o tour e levou a equipe até os locais onde haviam sido construídos prédios de habitação social. Ao final da entrevista, para apenas tomar um refrigerante em um bar a Renata — com relação costeira de histórias — começou a falar sobre sua infância nas ruas então de terra em Paraisópolis. Ela não sabia, mas o cinema havia apertado o REC.

Dois dias depois, Renata recebeu um telefonema da produtora dizendo que queriam que ela e a amiga, que também havia acompanhado a visita, falassem na propaganda. No dia da filmagem, elas se surpreenderam com o tamanho da coisa. "Era oito camêras, geradores de energia, algo surreal. A equipe não conseguiu se locomover dentro da comunidade, não cobriam nada, tivemos que ajudá-las", diz.

DRAFT NEWSLETTER Q

NEÓCIOS CRIATIVOS NEÓCIOS SOCIAIS STARTUPS INOVAÇÃO CORPORATIVA LIFEHACKERS PODCASTS TV DRAFT

SPONSORS < 3M enel FACEBOOK FC >

STARTUPS

COM UM APP DE MONITORAMENTO DE BARRAGENS, A DSAFETECH QUER EVITAR TRAGÉDIAS COMO AS DE MARIANA E BRUMADINHO

Priscilla Santos - 01 JUL 2019

COMPARTILHE
f i n t w d

"Quando ocorreu a tragédia de Mariana, não há ninguém que não tenha ficado perplexo", diz o empreendedor Alexandre Pini, 41. "Aquele ficou na minha cabeça."

A resposta de Alexandre veio por meio do empreendedorismo. Ele é o fundador e CEO da **Dsafetech**. Criada em 2018, a startup desenvolveu um aplicativo que permite relatórios diários e alertas em tempo real sobre o estado de barragens usadas por mineradoras e hidrelétricas, por exemplo. Nos últimos meses, segundo o empreendedor (que realizou diversas entrevistas para validação viéses de produto), esses relatórios costumam ser gerados em intervalos de 20 a 30 dias.

A ideia é que a solução da Dsafetech ajude companhias a evitar a repetição de desastres como os provocados pelas rompimentos das barragens de mineração nas cidades de Mariana, em novembro de 2016, cuja enxurrada de lama deixou 19 mortos e centenas o Rio Doce, e Brumadinho, em 25 de janeiro deste ano, que matou pelo menos 246 pessoas — desastres de outras ordens desapareceram.

O BRASIL TEM MAIS DE MIL BARRAGENS COM ALTO RISCO DE RUPTURA

Hoje no Brasil existem cerca de 24 mil barragens, usadas para contenção de resíduos minerais e industriais, em hidrelétricas e também em sistemas de irrigação. Segundo um relatório da **Agrícola**

DRAFT NEWSLETTER Q

NEÓCIOS CRIATIVOS NEÓCIOS SOCIAIS STARTUPS INOVAÇÃO CORPORATIVA LIFEHACKERS PODCASTS TV DRAFT

SPONSORS < 3M enel FACEBOOK FC >

INOVAÇÃO CORPORATIVA

A EDP BRASIL CRIOU UMA ÁREA DE INOVAÇÃO DO ZERO (E TEM HOJE O ÚNICO CORPORATE VENTURE DO MERCADO ELÉTRICO)

Marta Araújo - 23 OCT 2019

COMPARTILHE
f i n t w d

No jargão corporativo, havia um analista não-delicado, e só. Três anos atrás, esse era o "time" de inovação da **EDP Brasil**, subsidiária do grupo português de energia elétrica com 3,4 milhões de clientes em São Paulo e no Espírito Santo.

É verdade que áreas de P&D vinculadas ao Programa de Pesquisa e Desenvolvimento da ANEEL já estavam disseminadas nas unidades de negócio. Mas era uma abordagem tradicional, sem inclusão de startups.

A mudança começou em 2016, quando Livia Brandão assumiu como Gestora Executiva de Estratégia, Inovação e Venturas. Com bagagem em inteligência de mercado e passagem por BP (na divisão de biocombustíveis) e Grupo Curitiba (mineração), ela foi escolhida quando o processo seletivo já estava em seu auge: não:

"O dilema era que o setor de energia ainda não tinha área de inovação estruturada. Então, não se encontrava ninguém com conhecimento do setor e experiência em inovação"

DRAFT NEWSLETTER Q

NEÓCIOS CRIATIVOS NEÓCIOS SOCIAIS STARTUPS INOVAÇÃO CORPORATIVA LIFEHACKERS PODCASTS TV DRAFT

SPONSORS < 3M enel FACEBOOK FC >

LIFEHACKERS

"CONSTRUI MEU PRÓPRIO MOTORHOME NUMA FIORINO E ASSIM REALIZO MEU SONHO DE VIAJAR PELO MUNDO"

Cemilso Cappellari - 02 OCT 2019

COMPARTILHE
f i n t w d

por Cemilso Cappellari

A minha natureza sempre foi acalmar que podia fazer qualquer coisa que quisesse. Estava na faculdade e dia que o fotógrafo **Klaus Mitzel**, uma lenda da fotografia, entrou para dar uma palestra. Fiquei encantado com as fotos e decidi que queria trabalhar com ele.

Entrei numa livraria, comprei um exemplar do livro e descobri que o prefácio tinha sido escrito pelo setor da faculdade. Inevitável a sala do setor dizendo que precisava trabalhar com o Klaus Mitzel. Ele disse que não entrava mais em contato, mas me passou um número de telefone. Liguei para o estúdio e marquei uma entrevista.

A primeira pergunta que foi Klaus foi sobre a minha experiência. Respondi que estava trabalhando no Estúdio Alcei (branco de brand content da editoria) havia três meses. Ele respondeu: "Você sabe que não tem experiência suficiente para trabalhar comigo?". Sem pensar respondi: "Sim, e sei que se você me contratar nunca mais vou querer entrar novamente". E foi assim que me tornei assistente de um fotógrafo de renome mundial.

Meios anos depois, decidi trabalhar em cinema. Me inscrevi num workshop de direção de fotografia. Ali recebi de outro aluno que era quem impressionou ao assistente de câmera — a primeira etapa da hierarquia da carreira de direção de fotografia —, sem ter formação em Cinema. Minha graduação em

DRAFT CONTENT FORMATS

In addition to stories in Text, we publish:

DRAFT TV

Our audiovisual content. Video interviews and stories to be seen.

PODCASTS

Our digital radio show. Inspiring conversations to be heard.

INFOGRAPHIC

Data visualization. Stories told visually.



THE DRAFT DIGITAL PRESENCE

MONTHLY REACH: OVER 1.5 MILLION UNIQUE USERS.

We distribute our content through multiple channels:



Web site



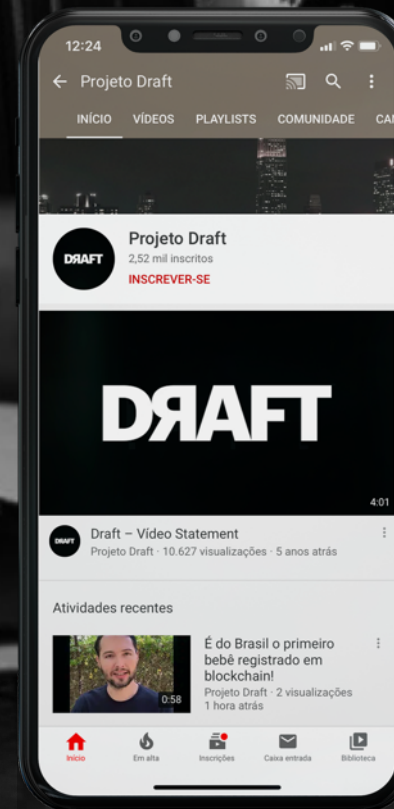
Facebook



LinkedIn



Instagram



Youtube



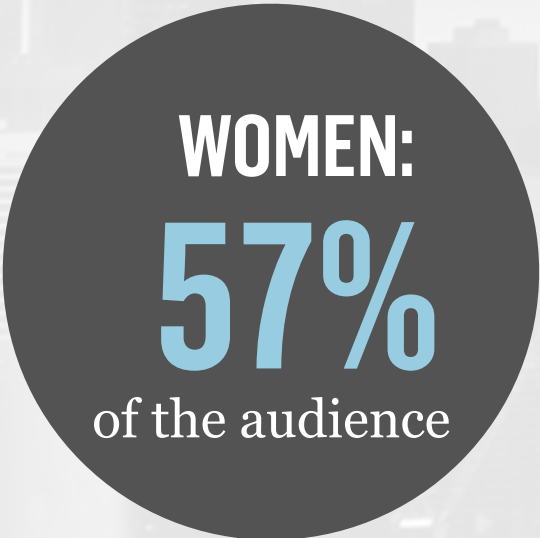
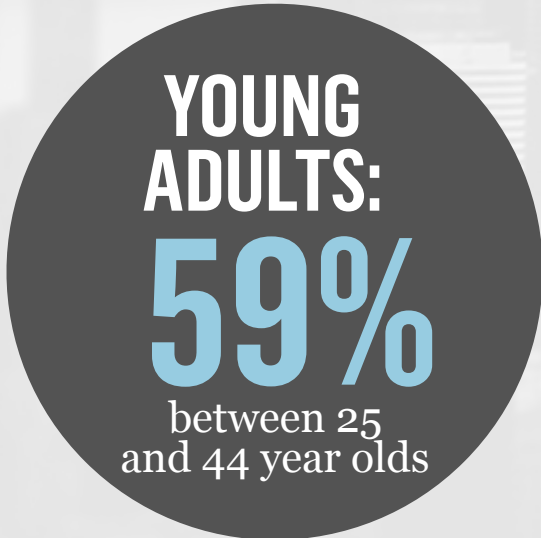
Twitter



Newsletter

WHO READS DRAFT?

The **Draft** Community Demographic Profile:



The main interests of those who follow **Draft**:

- BUSINESS INNOVATION
- ENTREPRENEURSHIP
- NEW TECHNOLOGIES
- SUSTAINABILITY
- CORPORATE RESPONSIBILITIES
- FUTURE OF WORK
- DIGITAL TRANSFORMATION

Draft Readers Attitudinal Profiles:

MAKERS:
People who venture

MOVERS:
People who are about to venture

WATCHERS:
People who dream about venturing and follow entrepreneurship stories



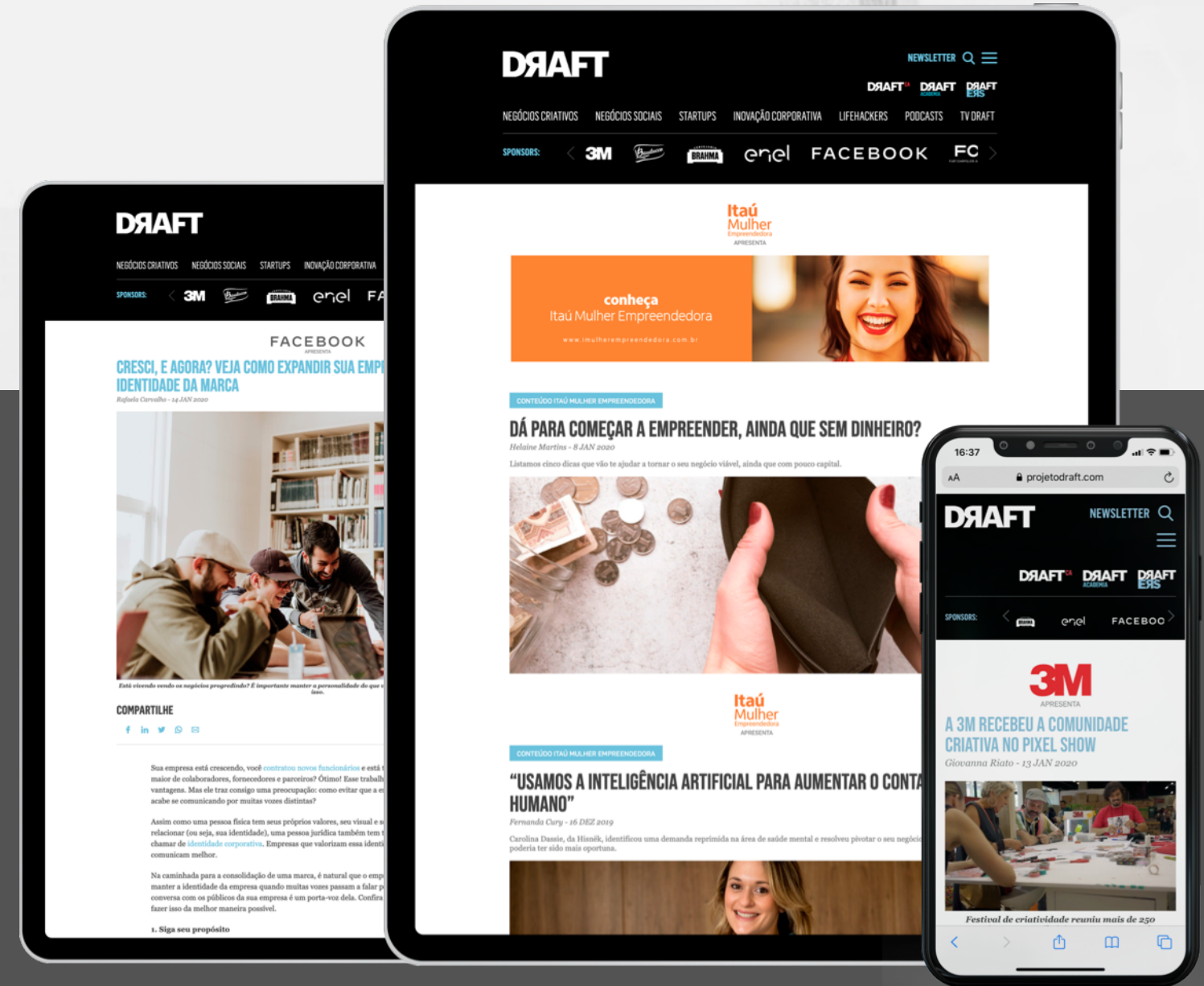
WHAT CAN DRAFT DO FOR YOUR BRAND?



CONTENT MARKETING

We produce and distribute **Brand Content**. We use our editorial expertise to build **Storytelling** for your company. We build your brand's **editorial strategy** with our experience in **Brand Journalism**. You order and approve. The rest is up to us.

- ✔ We distribute this content across all **Draft** channels – website and social networks.
- ✔ You get a **Brand Channel** in Draft.
- ✔ Your brand appears on the Draft **Sponsors carousel**.
- ✔ Your brand becomes a category on our editorial platform.
- ✔ This content is your property – it may also be published in your own domains and even to third party domains.



GET IN TOUCH

BRANDS THAT WORK WITH DRAFT IN CONTENT MARKETING

We have produced and published texts, videos, infographics and podcasts for major brands and companies of different sizes and industries:

Itaú
Mulher
Empreendedora

FCA | **LATAM**
FIAT CHRYSLER AUTOMOBILES | REGION

FACEBOOK

sodexo

CERVEJARIA
BRAHMA
DESDE 1888

3M

**WILD
LIFE**

Bauducco

enel

VICUNHA
TÊXTIL

GET IN TOUCH

DIGITAL MARKETING

Our business is to deliver **performance**. **Results** over client's investment. We deliver the best **conversion rates**, directed to the right target, fully aligned with client's specific strategies.

DIGITAL MARKETING SOLUTIONS

- ✓ Inbound Marketing
- ✓ Behaviour Marketing
- ✓ Remarketing
- ✓ Data Analytics
- ✓ Business Intelligence
- ✓ Growth Hacking
- ✓ Attraction and Traffic



GET IN TOUCH

BRANDS WORKING WITH DRAFT IN DIGITAL MARKETING

We have generated sales leads and business results for clients such as:

Insper

zissou
DORMIR
& VIVER

Kyvo

nuffic neso

bexs

Itaú
Mulher
Empreendedora

GET IN TOUCH

WELCOME TO DRAFT

WE LIKE TO DO BUSINESS. AND WE WANT TO DO BUSINESS WITH YOU. WRITE NOW TO **ANDRÉ MARTINS**, OUR COUNTRY MANAGER, AND SEE HOW DRAFT CAN HELP YOU.

GET IN TOUCH



Watch now Draft's main deliveries for its clients.