

# Parabólica Econômica



**Flávio Resende**  
e-mail: flavioresende@gmail.com - Tel.: (61) 3242-9058

## NOVOS EMPREENDEDORES

### ENTREVISTA

# Rafael Frota e Renato Blanco

- Klimt Publicidade

Os brasileiros **Rafael Frota**, 30, e **Renato Blanco**, 26, foram criados em locais distintos: em Taguatinga e no Riacho Fundo, respectivamente. Mas há sete anos, suas vidas se cruzaram em um projeto de criação de animações institucionais para a Receita Federal. Enquanto Renato cuidava da área de ilustração e de design gráfico do projeto, Rafael era o redator dos roteiros e das peças de comunicação da campanha. Tarnaña sintonia profissional aproximou os dois jovens, levando-os a operacionalizar, juntos, outros projetos e demandas como freelancers. Novamente bem sucedidos na empreitada, avançaram mais ainda, desta vez como empreendedores de fato, lançando em 2008, a Klimt - agência de publicidade e propaganda genuinamente brasileira, que tem como base dois princípios: a criatividade e os resultados. Hoje, o foco do negócio mudou um pouco. A proposta da Klimt é ser referência em Marketing Digital e desenvolvimento de sites no Distrito Federal, "embora as demandas de comunicação de seus clientes sejam atendidas de forma completa e integrada", defende Rafael Frota, sócio responsável pelo atendimento da agência. Ao JORNAL DO PLANALTO, a dupla - que é conhecida e respeitada pelo mercado de comunicação da capital federal, um dos mais concorridos do país - concedeu a entrevista a seguir:

**Jornal do Planalto** - Como surgiu a Publicidade na vida de vocês?

**Rafael Frota** - Desde criança, sonhei em ter o meu próprio negócio. E isso durou por toda a juventude, afinal, funcionário público nunca foi uma ambição para mim, pois sempre quis ter algo meu. Como gostava muito de criação; e amigos e familiares falavam que eu tinha talento para a coisa, resolvi cursar Publicidade e Propaganda. Neste percurso, busquei conhecer ferramentas de criação e me desenvolver profissionalmente como designer gráfico. Na sequência, fui para o mercado trabalhar em agências de comunicação, sem contar os projetos paralelos, como freelancer, que apreciam. A partir daí, senti que era à hora de montar minha própria agência e acabei materializando o sonho em parceria com o Renato.

**Renato Blanco** - Já no meu caso, desenho e pinto desde criança. No segundo grau, já tinha a convicção de que queria seguir carreira em alguma área de criação, como ilustração ou algo correlacionado. Com 17 anos, conquistei meu primeiro emprego em uma agência de publicidade como assistente de diretor de arte. Daí em diante, tive experiências diversas com o universo da criação até encontrar o Rafael no projeto da Receita Federal. Juntando um freela daqui, outro dali, somando dois clientes fiéis, surgiu a Klimt Publicidade.

**Como começou o projeto da Klimt?**

**RF** - O Renato e eu trabalhávamos juntos na Receita Federal e sempre comentei com ele do meu desejo de ter uma empresa na área de comunicação. Ele compartilhava desta ideia. Por isso, as conversas eram muito empolgantes. Sempre pegávamos freelancers de peças gráficas, identidade visual e sites. Algumas vezes, fazíamos em parceria. Em certo momento, resolvemos largar os empregos e encetar este projeto. Como éramos jovens, com poucos compromissos financeiros e sem despesas, aquele seria um ótimo momento para largar tudo e entrar de cabeça neste novo projeto. A Klimt nasceu em 2008 e neste mesmo ano, com poucos meses, já estava com um VT na televisão, de um cliente que apostou nos dois jovens e que até hoje figura como parceiro da Klimt.

**Como vocês veem o mercado publicitário de Brasília e o que a Klimt tem feito para se destacar neste cenário?**

**RB** - O mercado de publicidade, assim como a maioria dos segmentos, está muito competitivo. Existem inúmeras agências de comunicação em Brasília. Agências de qualidade e outras de resultados duvidosos. Existe ainda a figura do "egência", que são aquelas pessoas que mesmo sem empresa e não de obra, atendem clientes, vendendo mídias e criando peças publicitárias. O fato é que só empresas qualificadas conseguem sobreviver. É necessário saber fazer bem o mercado para identificar onde estão as oportunidades. Destacar, ainda, a saída de certa do BV e a força que o marketing online vem ganhando.

**O que pensam sobre o surgimento de tantas mídias, inclusive mídias alterna-**



**tivas, no mercado de Brasília? Fica mais fácil ou mais difícil identificar o que é mais conveniente para o cliente?**

**RF** - No universo online, as possibilidades de publicidade estão aumentando. Em geral, elas têm uma preocupação em atender bem a um determinado nicho e por isso se mostram, na maioria das vezes, mais eficientes. Já na publicidade off-line, parece que as novas possibilidades de mídia nascem com a preocupação em apenas ser mais uma opção de fazer sua marca ser vista pelo cliente, seja ele qual for, seja lá o preço for pagar. Estas estão se proliferando num modelo de negócios já ultrapassado, que não consegue oferecer uma proposta de valor adequada e, consequentemente, não atinge o público alvo do cliente da maneira certa que o online possibilita. Mas há ainda de vez em quando produtos que nascem, algumas se encaixam bem para determinado público e outras, de maneira geral, conseguem se sobressair. Para exemplificar, não vejo como grande vantagem para a maioria dos clientes, anunciar em saco de pão; que é uma nova mídia, mas para uma marca de café, margarina ou qualquer produto que esteja associado com o universo do consumo do pão, me parece bem conveniente o investimento.

**Quais os principais clientes da agência?**

**RB** - Atendemos hoje a LS Escola Técnica, Faculdade IS, Ferragens Pinheiro, CRN-1, IJFG, Fernando Moura, Maxcunhos, Clareniano, Stella Maris, Marcell Móveis Planejados e Medcu.

**JP** - Que serviços hoje a Klimt disponibiliza ao mercado?

**RF** - Hoje, atuamos com Comunicação Online, Criação de Sites, Redes Sociais, Google Adwords, SEO, Geração e Gestão de Leads, Email Marketing, Comunicação

Off-line, Planejamento de Campanhas Off-line, Agenciamento de Mídias e Criação Publicitária, além de Design Gráfico, com criação de logomarcas e projetos de branding.

**Quais as principais mudanças que o mercado sofreu desde que abriram as portas?**

**RB** - Remuneração de agências antes era principalmente pelo BV, mas hoje existem alternativas, como o fee mensal, por exemplo. Há também a criação de agências house, ou seja, dentro da estrutura dos clientes.

**Como garantir para o cliente um resultado eficiente depois de um investimento em comunicação?**

**RF** - A garantia é impossível, pois comunicação é uma ciência humana e não exata, onde se lida com pessoas, comportamento de consumo etc. Mas é possível ser bastante assertiva; e para isso o cliente tem muita responsabilidade. Para se ter um resultado eficiente depois de um investimento em comunicação, deve-se ter em mente qual o objetivo. Se o objetivo for de comunicação apenas, a campanha publicitária consegue sonehar. Exemplos de objetivo de comunicação: tornar a marca do cliente mais conhecida; atrair clientes para a loja, gerar ligações. Se o cliente esperar vender mais, ele deve estar ciente de que o produto dele tem ser bom, o atendimento excelente, o ponto comercial adequado e não dá para esquecer do posicionamento de mercado - tão importante e muitas vezes tão esquecido. Além disso, o cliente deve investir em pesquisas para conhecer exatamente o seu público e também deve saber com precisão qual é o seu posicionamento.

**Alguma novidade de vocês para o próximo ano?**

**RB** - Devemos adotar um posicionamento ainda mais definido e ganhar muita competitividade, investindo em qualificação.

**Em termos práticos, você acredita que a Copa do Mundo avançará o mercado publicitário no ano que vem?**

**RF** - A Copa vai movimentar muito dinheiro na cidade e a tornar mais conhecida, mas não dá para ter isso como a tábua da salvação e esquecer dos diferenciais competitivos, pois a concorrência está aí.

### SERVIÇO:

**Klimt Publicidade**  
Fone: (61) 3967-4882  
Site: www.klimtpublicidade.com