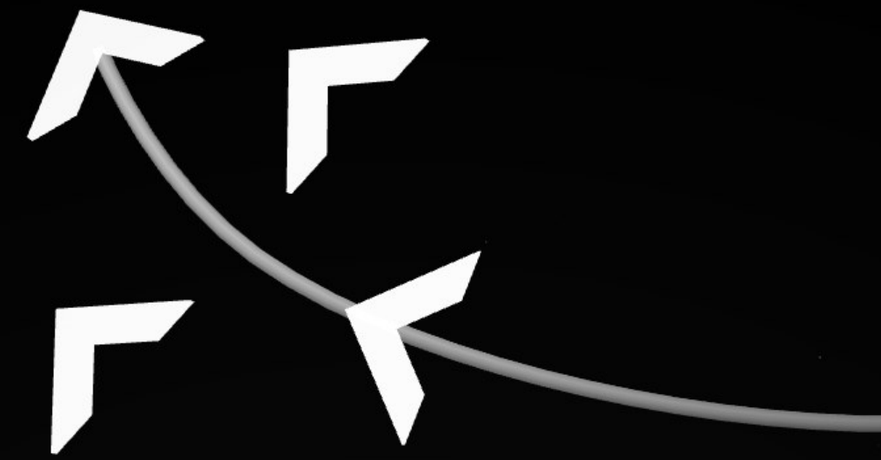
airshow partners

ESTRATÉGIA / CAPITAL / DESENVOLVIMENTO

# Visão que constrói valor.

Criação, desenvolvimento
e expansão de negócios



02 / ESSENCIA

# A essência da matriz

## Conectar visão, construção e continuidade.

01

### Propósito

Conectar visão estratégica, capital e desenvolvimento para dar forma a oportunidades e construir valor ao longo de cada etapa.

02

### Ambição

Articular empresas e projetos diferentes com direção comum. Identidade, produto e execução dão clareza ao próximo horizonte de crescimento.

03

### Sentido de valor

Valor reúne utilidade, continuidade e potencial econômico. Uma necessidade compreendida, uma operação consistente e decisões de capital orientadas pelo contexto.

03 / POSICIONAMENTO

# Estratégia, capital e construção

Uma matriz que conecta possibilidades de crescimento.

01

## Território

Criação, desenvolvimento e expansão de negócios. A Airshow Partners reúne estratégia, produto, tecnologia e capital em uma perspectiva de longo prazo.

02

## Contribuição

Da primeira ideia às rodadas de expansão, identificar a contribuição possível: direção, desenvolvimento, recursos ou relações para a próxima etapa.

03

## Como sustentar

Apresentar a proposta, o estágio e a evidência de cada negócio. As áreas de capital comunicam foco de atuação; cada relação recebe condições e responsabilidades próprias.

04 / PUBLICOS

# Quem precisa entender a Airshow Partners

## A mesma marca. Perguntas diferentes.

01 **Criadores e empreendedores**

Precisam compreender quais oportunidades fazem sentido, como apresentar uma ideia e que contribuição pode ser discutida. A comunicação oferece critérios e um primeiro passo simples.

02 **Proprietários de negócios e ativos**

Precisam entender a intenção da relação, o processo de avaliação e o que será discutido sobre continuidade. Falar em possibilidades de parceria, participação ou aquisição exige precisão sobre cada caso.

03 **Parceiros e clientes**

Precisam identificar a proposta de cada empresa, o canal adequado e quem responde pela experiência. A matriz deve facilitar o entendimento do conjunto sem esconder o produto.

04 **Investidores e compradores futuros**

Precisam de uma leitura clara dos ativos, direitos, operação e evidências. A identidade organiza a apresentação; a confiança se aprofunda com documentos e dados verificáveis.

05 / ARQUITETURA

# Uma matriz. Um portfólio de empresas.

## Empresas com identidades distintas. Uma direção comum.

MATRIZ ESTRATÉGICA

A Airshow Partners conecta direção, capital e desenvolvimento. Cada empresa apresenta sua proposta e seu estágio.

### AiLicita

Inteligência em compras públicas

Empresa / produto

### Meu Conto de Fadas

Livros infantis personalizados

Empresa / produto

### Vibelo

Descoberta e organização de eventos

Empresa / produto

### Vertex

Artilharia em turnos · arena jogável

Empresa / produto

### ITS Jarvis

Assistência pessoal digital

Empresa / produto

### The VibeCritic

Busca e calendário global de eventos

Empresa / produto

IDENTIDADES DISTINTAS / DIREÇÃO INSTITUCIONAL COMUM

06 / VALORES

# Valores que aparecem no trabalho

O valor de uma ideia se revela no comportamento.

01 **Clareza**

Escrever o problema, o público e a próxima decisão. Preferir uma explicação compreensível a uma expressão que parece importante e não diz o suficiente.

02 **Construção**

Transformar hipóteses em experiências que possam ser vistas, usadas e avaliadas. Aprender com o resultado e incorporar o aprendizado à próxima versão.

03 **Responsabilidade**

Definir limites, compromissos e responsáveis. Tratar informação e recursos com cuidado e descrever resultados na medida das evidências disponíveis.

04 **Abertura com critério**

Escutar oportunidades diferentes e fazer perguntas específicas. Escolher com base em necessidade, contribuição possível e capacidade de execução.

07 / PERSONALIDADE

# Presença serena. Intenção clara.

## Confiança se constrói com precisão e consistência.

01

### Estratégica

Enxerga relações, prioridades e consequências. Faz o conjunto parecer intencional e torna cada escolha compreensível.

02

### Construtora

Tem curiosidade por problemas reais e interesse por soluções que ganham forma. Valoriza produto, experiência e continuidade.

03

### Precisa

Usa termos concretos, hierarquia visual e afirmações proporcionais. Corta excessos até que o conteúdo principal esteja evidente.

04

### Aberta

Convida à conversa com respeito e atenção. A sofisticação vem da qualidade das decisões, da linguagem e dos detalhes.

08 / TOM

# Como a marca fala

## Dizer o necessário. Dar ao leitor um próximo passo.

### Direta

Começar pela proposta. Usar verbos de ação e frases que funcionem em voz alta. Explicar termos específicos quando forem necessários.

### Humana

Falar com pessoas, com respeito pelo seu tempo. Perguntas, formulários e respostas devem ajudar a conversa a avançar.

### Concreta

Nomear o produto, a necessidade ou a decisão. Substituir superlativos por detalhes que o leitor possa compreender e verificar.

### Proporcional

Distinguir intenção, construção e resultado. Uma hipótese é apresentada como hipótese; um recurso disponível é descrito pelo que permite fazer.

TROCAR O EXCESSO PELA CLAREZA

| | | |
|---|---|---|
| Transformamos qualquer ideia em sucesso global. | → | **Desenvolvemos propostas de negócio a partir de necessidades claras.** |
| Somos líderes em inovação disruptiva. | → | **Conheça os produtos e projetos que estamos desenvolvendo.** |
| Retorno e crescimento garantidos. | → | **Avaliamos oportunidades de construção e expansão.** |
| Envie seu pitch para o nosso dealflow. | → | **Apresente o projeto, o problema e o estágio atual.** |

09 / MENSAGENS

# Uma intenção em três idiomas

## A linguagem muda. O sentido permanece.

| PORTUGUÊS | ENGLISH | ESPAÑOL |
|---|---|---|
| **Visão que constrói valor.** | **Vision that builds value.** | **Visión que construye valor.** |
| Criação, desenvolvimento e expansão de negócios | Business creation, development and expansion | Creación, desarrollo y expansión de negocios |
| Empresas distintas. Uma direção comum. | Distinct companies. A shared direction. | Empresas distintas. Una dirección común. |
| Estratégia, capital e desenvolvimento. | Strategy, capital and business development. | Estrategia, capital y desarrollo de negocios. |
| Apresentar uma oportunidade | Share an opportunity | Presentar una oportunidad |
| Conte o que você está construindo. | Tell us what you’re building. | Cuéntanos qué estás construyendo. |

Traduzir o sentido. Preservar a atividade, a direção comum e a clareza da ação.

10 / CONCEITO VISUAL

# Uma presença em preto e branco

Contraste que revela.
Movimento que conecta.

### Base institucional

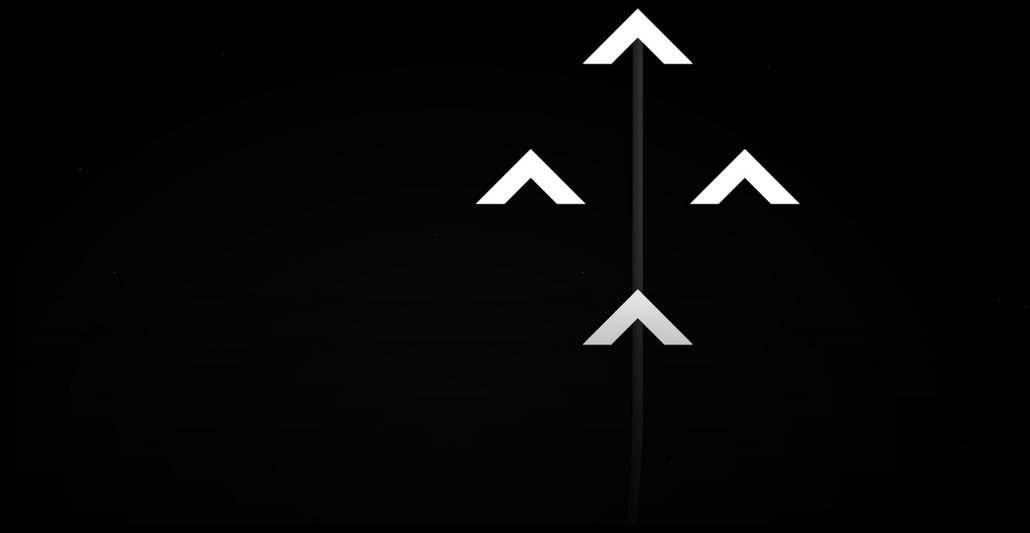
Preto e branco formam a assinatura da matriz. Cinzas estruturam profundidade, leitura e estados. A cor entra na experiência de cada empresa conforme sua identidade.

### Esquadrilha em formação

O símbolo é uma esquadrilha de quatro aeronaves em formação de diamante: parceiros que avançam juntos, cada um em sua posição. Na experiência digital, a esquadrilha voa, deixa rastros e se alinha no símbolo.

### Universo conectado

A composição orbital apresenta a Airshow Partners no centro e as empresas como mundos exploráveis. A metáfora organiza a descoberta sem definir percentuais, controle ou hierarquia societária.



ESQUADRILHA EM FORMAÇÃO / THREE.JS / ROLAGEM

Visão, direção e conexão. A esquadrilha voa com a leitura e termina alinhada no símbolo.

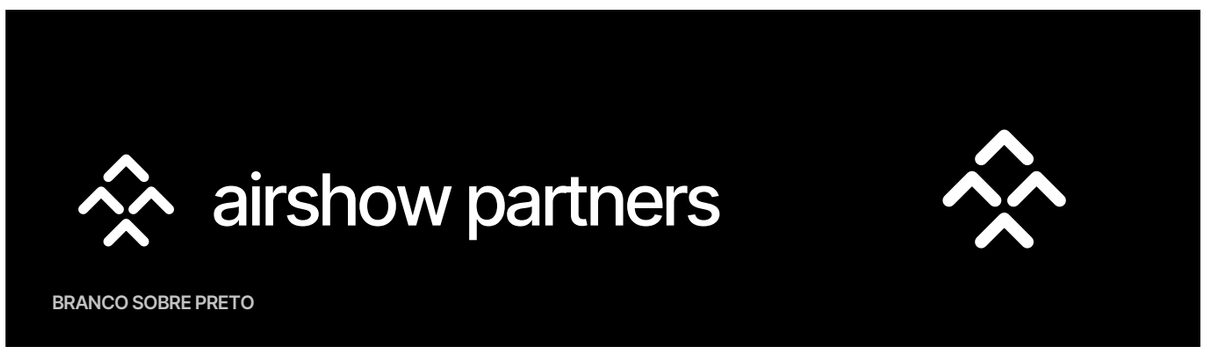
11 / LOGOTIPO

# Uma assinatura tipográfica precisa

ASSINATURA 374 × 80

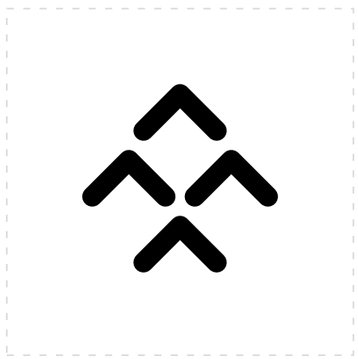



Área livre mínima: 16 unidades ao redor do arquivo mestre.




Preservar proporção, grafia e espaçamento. Usar os arquivos vetoriais aprovados.

SÍMBOLO 64 × 66



Proteção: 16 unidades por lado.

### Assinatura

Usar proporção, grafia e espaçamento dos arquivos vetoriais aprovados.

### Respiro e escala

Proteção: 16 unidades por lado. Partir de símbolo 24 px e assinatura 150 px; testar a leitura no suporte final.

### Versões

Preto sobre branco e branco sobre preto. A matriz utiliza apenas tons neutros; accent é um alias da versão branca.

12 / CORES

# Preto, branco e tons de cinza

## O contraste organiza. A luz dá profundidade.

PRETO

#000000

21:1 com branco

BRANCO

#FFFFFF

Base de leitura

CINZA

#666666

5,74:1 com branco

### Base

Preto #000000 e branco #FFFFFF dominam o sistema. Alternar superfícies com hierarquia clara e respiro; cinzas ajudam a separar camadas.

### Cinza de leitura

Cinza #666666 sobre branco oferece contraste 5,74:1. Para texto sobre preto, usar branco ou cinza claro #D9D9D9. Os cinzas escuros são superfícies e matéria.

### Acessibilidade

Foco de teclado visível, estados identificados por texto ou forma e controles de pausa. Verificar o contraste final após transparência, imagem ou efeitos.

Cinza claro #D9D9D9 sobre preto: 14,88:1. As empresas preservam suas próprias paletas.

13 / TIPOGRAFIA

# Inter Tight: clareza com presença

INTER TIGHT

Aa Bb Cc 0123456789

Clareza / precisão / presença

400 Visão que constrói valor.

500 **Visão que constrói valor.**

600 **Visão que constrói valor.**

700 **Visão que constrói valor.**

800 **Visão que constrói valor.**

Regular / Medium / Semibold / Bold / ExtraBold

### Família

Inter Tight é a família principal da comunicação. Combinar Regular 400 para leitura, Medium 500 para interfaces e Semibold 600 para títulos e ênfases.

### Ritmo

Títulos amplos, poucas palavras por linha e entrelinha ajustada à composição. Textos corridos com entrelinha confortável e comprimento de linha moderado. Evitar blocos longos em caixa alta.

### Hierarquia

Uma chamada principal por composição. Subtítulos organizam os blocos; legendas e dados complementam. Preservar a distinção de níveis em telas pequenas e documentos.

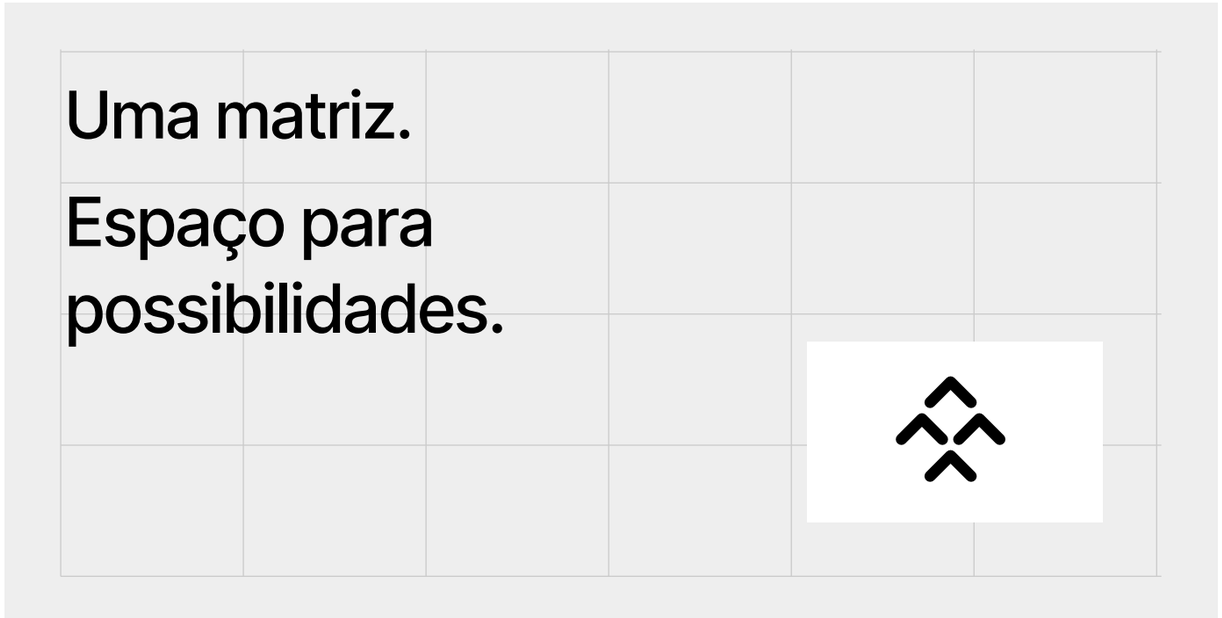
**ESCALA DIGITAL DE REFERÊNCIA**

Chamada 64-96 px / seção 32-48 px / leitura 16-18 px. Adaptar ao celular e testar no suporte final.

14 / COMPOSICAO

# Espaço que organiza o pensamento

## Uma boa composição deixa a prioridade evidente.




ALINHAMENTO / HIERARQUIA / RESPIRO

### Grade

Construir layouts com margens consistentes e colunas alinhadas. Partir de uma unidade de espaçamento de 8 para telas, adaptando a grade ao suporte e ao volume de conteúdo.

### Densidade

Agrupar o que pertence à mesma decisão e separar mudanças de assunto. Dar mais espaço à frase principal e ao conteúdo que o leitor precisa compreender primeiro.

### Detalhes

Linhas finas, numeração discreta e legendas dão precisão ao sistema. Cartões e tabelas seguem a mesma lógica de alinhamento; ornamentos só entram quando ajudam a leitura.

15 / IMAGEM

# Movimento original. Produto demonstrável.



ESQUADRILHA EM VOO / PROVA DIGITAL

Captura da experiência digital: as quatro aeronaves do símbolo fazem um loop deixando rastros.

## Imagem institucional

A esquadrilha em voo: chevrons brancos, rastros luminosos e fundo preto. Enquadrar o movimento e o alinhamento final como matéria da marca.

## Imagem de produto

Capturas correspondem à versão demonstrada. Vertex mostra lobby e arena reais; os demais produtos usam seus materiais identificados e estágios atuais.

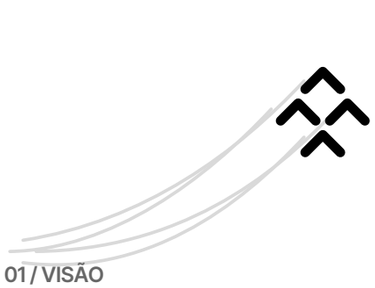
## Origem e direitos

Registrar fonte, licença e versão de cada ativo. Fotografias de pessoas, espaços e processos precisam de contexto real e direitos de uso definidos.

16 / MOVIMENTO

# Visão, direção e conexão

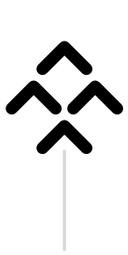
A rolagem revela a forma e organiza a narrativa.



01 / VISÃO



02 / DIREÇÃO



03 / CONEXÃO

### Visão

A esquadrilha entra em cena e deixa os primeiros rastros. A primeira etapa apresenta a perspectiva de longo prazo e a proposta da matriz.

### Direção

A esquadrilha faz um loop e muda de lado, abrindo espaço para o conteúdo. Cada capítulo liga uma mudança visual a uma decisão: estratégia, execução e crescimento.

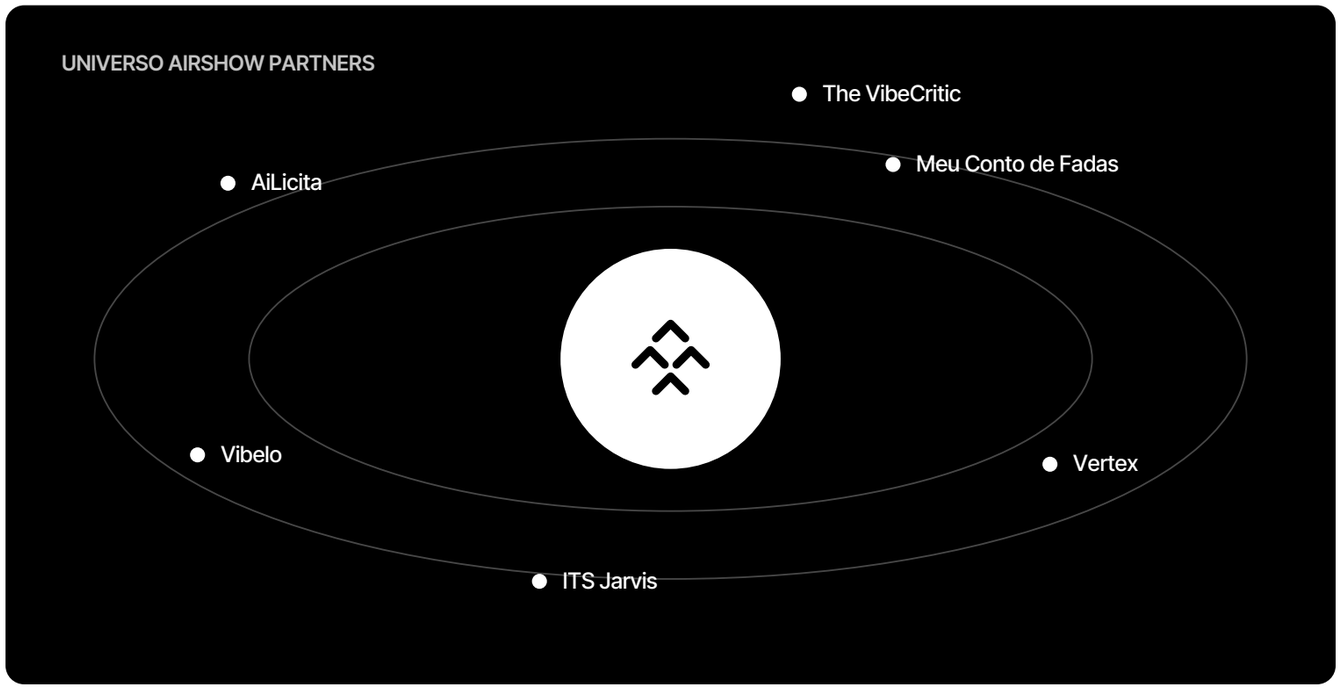
### Conexão

As aeronaves se alinham no símbolo e a experiência conduz ao universo orbital e ao portfólio. Pausa, teclado e movimento reduzido preservam acesso ao conteúdo e controle sobre a navegação.

ROLAGEM + THREE.JS / ÓRBITAS EXPLORÁVEIS / PAUSA E MOVIMENTO REDUZIDO

17 / DIGITAL

# Do universo à experiência de cada empresa




ESQUEMA DA NAVEGAÇÃO ORBITAL

A Airshow Partners usa preto e branco. Cada microsite preserva a paleta, a tipografia e a experiência de sua empresa.

### Abertura

Assinatura, narrativa de capital e esquadrilha em voo introduzem a matriz. Visão, direção e conexão dão ritmo à descoberta.

### Universo e portfólio

Órbitas e lista editorial levam a cada empresa. Usar rótulos como Portfólio, Empresas e Universo Airshow Partners; cada destino preserva sua identidade.

### Experiências

Os microsites apresentam proposta, pilares, estágio e ação concreta. Vertex oferece a demo jogável; outras ações acompanham o que está disponível.

### Contato

Enquanto o e-mail aguarda definição, oferecer o download local da apresentação. Não prometer envio, recebimento ou resposta pela interface.

18 / APLICACOES

# Consistência em cada ponto de contato







CAPA INSTITUCIONAL / PÁGINA INTERNA

### Apresentações e documentos

Capas com mensagem clara e espaço generoso. Páginas internas organizadas por decisões, com dados identificados e fontes próximas das afirmações que sustentam.

### Comunicação cotidiana

Assinaturas, convites e mensagens usam nome estável, linguagem direta e canais funcionais. O logotipo aparece em escala discreta e mantém o respiro.

### Presença pública

Perfis e peças institucionais usam a assinatura ou o descriptor conforme o espaço. Conteúdos sobre produtos priorizam a marca correspondente e identificam a relação com a matriz quando pertinente.

19 / CAPITAL

# Capital para diferentes etapas

## Visão para escolher. Direção para avançar.

| | | |
|---|---|---|
| 01 | **Capital privado** | Participações e aquisições orientadas pelo potencial do negócio. Capital, gestão e desenvolvimento conectados à próxima etapa de empresas em operação. |
| 02 | **Venture capital** | Produto, tecnologia e distribuição na análise de negócios com espaço para transformar mercados e construir novos caminhos de crescimento. |
| 03 | **Anjo e seed** | Ideias estruturadas e produtos iniciais: problema, evidências disponíveis e caminho de execução guiam a leitura da primeira etapa. |
| 04 | **Estratégias hedge** | Oportunidades e riscos considerados em conjunto, conforme objetivos, exposição e condições específicas de cada operação. |
| 05 | **Rodadas de expansão** | Estrutura, recursos e relações de capital acompanham o momento do negócio e os objetivos da próxima rodada. |

ÁREAS DE ATUAÇÃO / ESTRATÉGIAS DE CAPITAL E CRESCIMENTO

20 / GESTAO

# Gestão e uso da marca

## Consistência depende de escolhas repetidas com cuidado.

### Arquivos e responsáveis

Manter arquivos mestres, modelos e orientações em um repositório acessível. Definir quem aprova alterações de nome, assinatura, logotipo e relação entre marcas.

### Revisão de conteúdo

Antes de publicar, conferir fatos, estágios, links, direitos de imagem e coerência de idioma. Cada afirmação deve ter uma origem identificável ou ser apresentada claramente como intenção.

### Uso pelo portfólio

A matriz apresenta direção institucional em preto e branco. Cada empresa preserva sua identidade, paleta e tipografia; vínculos e estágios recebem revisão antes de publicar.

### Evolução

Registrar versões, observar a qualidade das aplicações e revisar o sistema quando surgirem novas necessidades. A marca evolui com o trabalho e mantém a clareza do seu propósito.

CHECKLIST INTERNO DE CONSOLIDAÇÃO

- ☐ Confirmar identidade jurídica e titularidade dos ativos.
- ☐ Validar registros de marca, arquivos e direitos de uso.
- ☐ Revisar vínculos, nomes e estágios do portfólio.
- ☐ Definir canais, rotina de contato e revisão editorial.