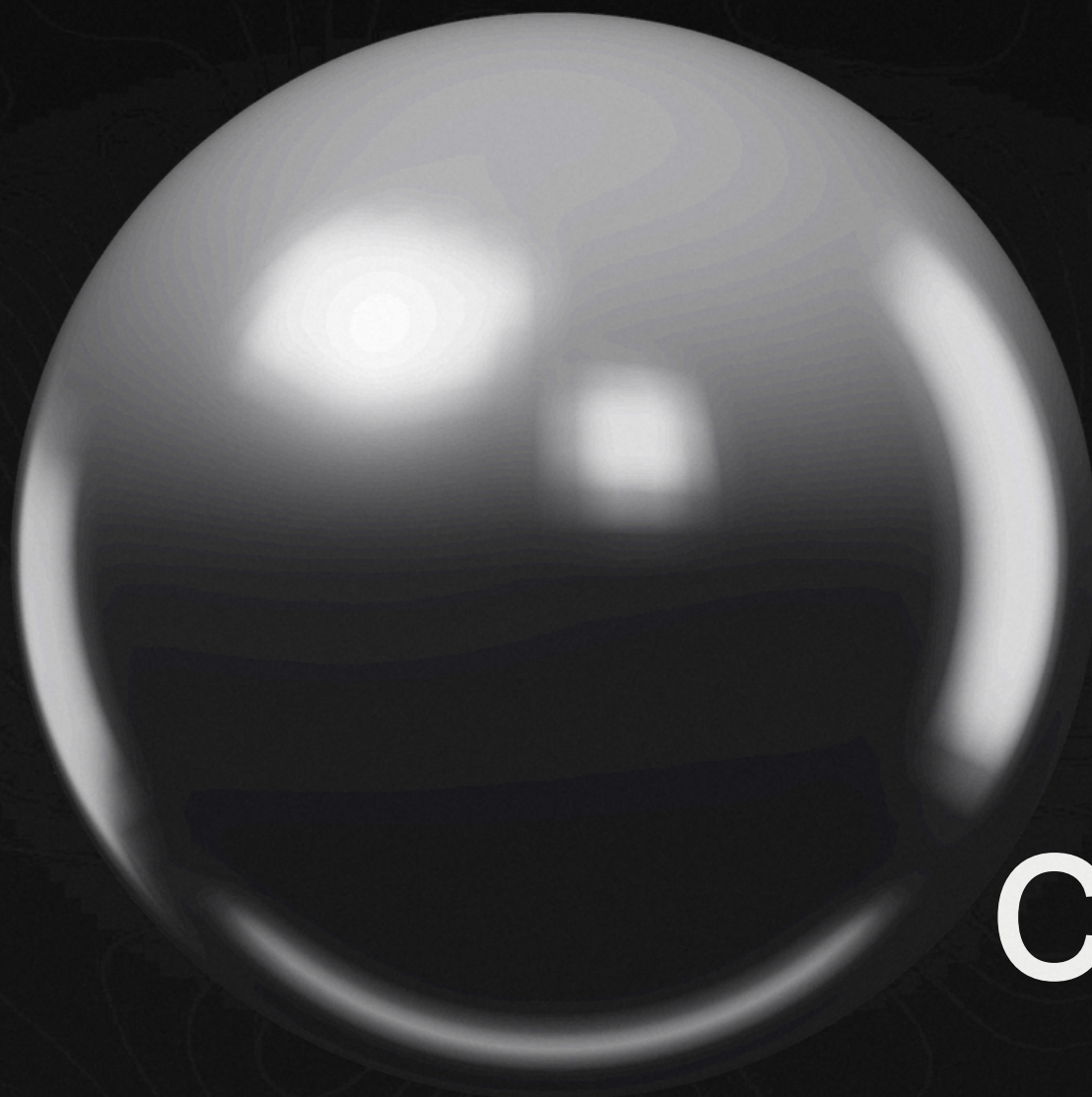


Sua marca
à altura



do seu
crescimento.

Breno CR

Breno Côrtes Romão

FRACTIONAL BRAND & CREATIVE DIRECTOR

MÍDIA KIT · 2026

SUMÁRIO

Uma marca à altura
do negócio, contada
em cinco partes.

01 A distância

02 O modelo

03 O trabalho

04 A prova

05 A conversa

01 CAPÍTULO

A distância.

Toda empresa que cresce rápido cria uma distância entre o que ela é e o que ela parece.

MENSAGEM DE BRENO CÔRTES ROMÃO

Uma marca não é o que a empresa diz sobre si. É o que sobra na cabeça das pessoas quando você sai da sala.

É essa impressão que eu construo.

Cresci entre um escritor e uma jornalista, aprendi ao lado de quem ajudou a construir Nubank, XP Investimentos, Mercado Livre e Itaú Digital, e passei pelas principais cadeiras de uma marca: design, direção de marketing, marketing digital e growth. Hoje coloco tudo isso a serviço de empresas que já são grandes no que fazem, mas ainda parecem pequenas no que mostram.

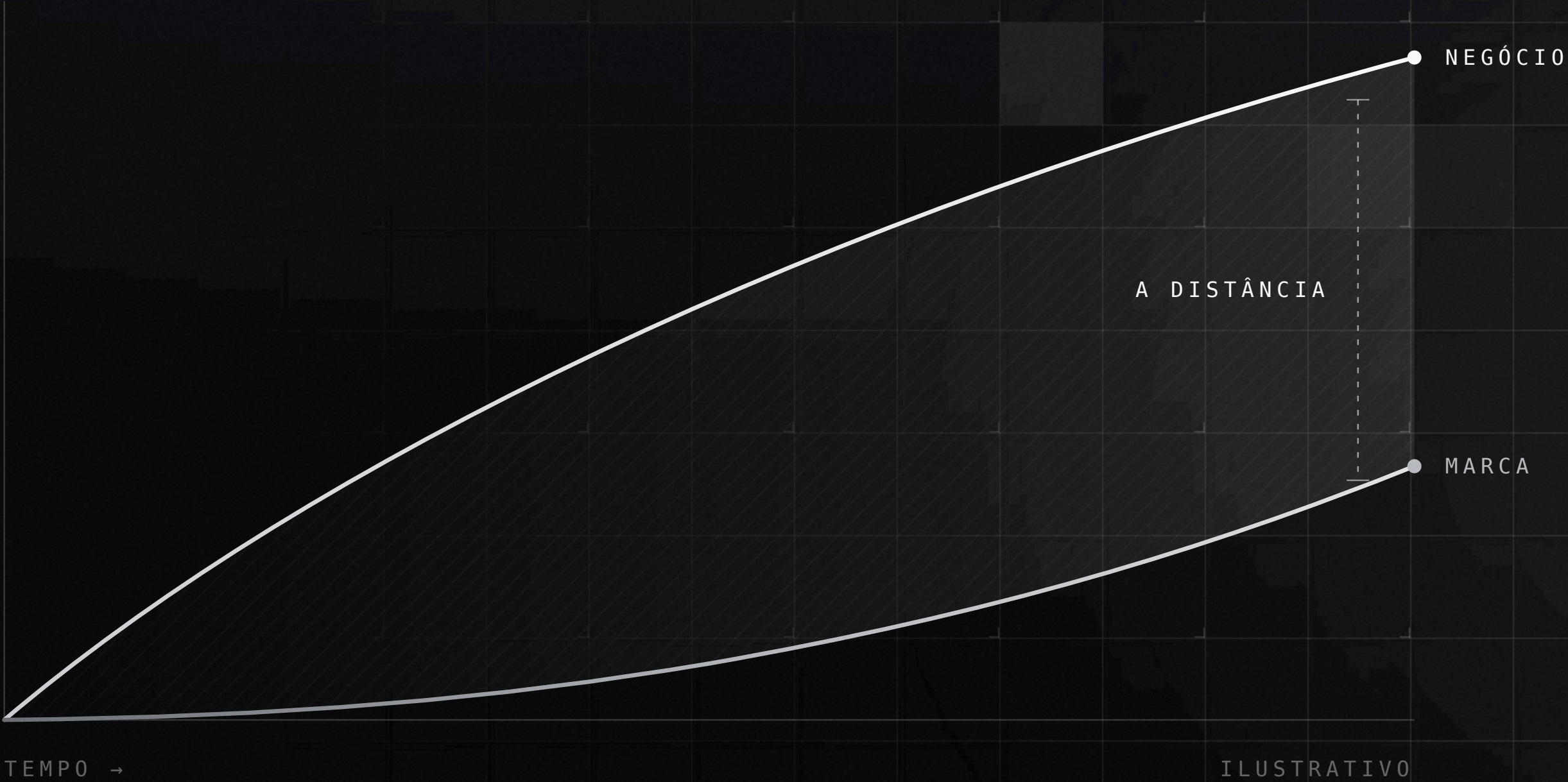
Não chego com fórmula pronta nem vou embora depois da entrega. Entro como diretor de marca da sua empresa: defino o que ela precisa dizer, crio como ela vai dizer e acompanho cada peça até o mercado enxergar o valor que você já construiu, ou o que você quer construir.

A black and white portrait of Breno Côrtes Romão, a man with short dark hair, wearing a light-colored shirt and a dark jacket. He is looking directly at the camera with a slight smile.

Breno CR

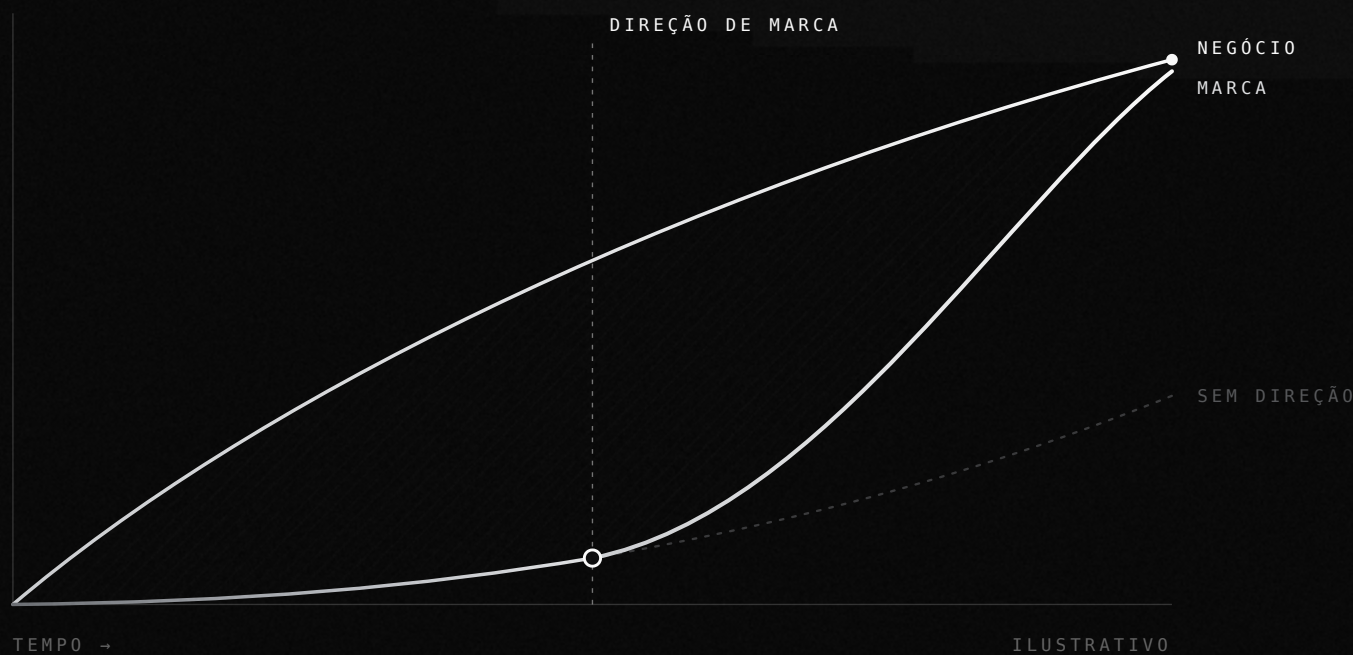
BRENO CÔRTES ROMÃO · FRACTIONAL BRAND &
CREATIVE DIRECTOR

A DISTÂNCIA · 01



02

Essa distância custa vendas, talentos e preço. Meu trabalho é fechá-la.



03

Consistência não é estética. É o que faz o mercado **confiar** em você.



DIAGNÓSTICO

Você já disse alguma dessas frases?

01

“A gente é maior do que parece.”

02

“Não sei que história a minha marca conta.”

03

“O cliente não entende de primeira o que a gente faz.”

04

“A concorrência parece mais profissional do que a gente. E não é.”

05

“Cada material nosso parece de uma empresa diferente.”

06

“Tenho designer e agência. Falta alguém decidindo.”

07

“Tudo passa por mim. Até o post.”

08

“Vamos lançar algo grande, e a marca não está pronta.”

Nenhuma dessas frases se resolve com mais peças. Se resolve com direção.

02 CAPÍTULO

O modelo.

Direção de marca e criação sênior, dentro da sua empresa, sem o peso de uma contratação executiva.



O QUE É FRACTIONAL

Liderança de marca sênior, na medida do seu momento.

Um diretor de marca e criação experiente custa caro e, para muitas empresas, ainda não faz sentido em tempo integral. No modelo fractional, você tem essa liderança integrada ao seu time, participando das decisões todos os meses, com uma dedicação acordada, sem o custo de uma contratação executiva fixa.

Não sou um CMO. Não assumo mídia, canais ou aquisição. Cuido do que faz tudo isso funcionar: a marca.

Lá fora, esse modelo já está crescendo rápido.

No Brasil, ele está só começando, e eu sou um dos primeiros a trazê-lo para cá.

+313%

profissionais fractional no mundo
desde 2019

97%

das vagas
fractional nos EUA
vêm de empresas
pequenas e médias

E não é coisa de multinacional. É o modelo de quem cresce e precisa de liderança sênior sem aumentar a equipe.

Fonte: Lightcast, The Rise of Fractional Leadership (2026).

COMPARATIVO

Agência, contratação executiva ou fractional.

	AGÊNCIA	CONTRATAÇÃO EXECUTIVA	O MODELO FRACTIONAL
VISÃO DO NEGÓCIO	De fora, um projeto por vez	De dentro, mas presa à rotina	Contínua, com o olhar de fora e o compromisso de dentro
QUEM DECIDE A MARCA	Você, entre uma entrega e outra	Um cargo fixo	Um diretor sênior, ao seu lado, todo mês
INVESTIMENTO	Variável a cada job	Salário, encargos e benefícios	Mensal e previsível, sem custo de contratação
CONTINUIDADE	Termina na entrega	Depende de quem fica	Cresce a cada mês de parceria
SENIORIDADE	Varia conforme a equipe	Depende de quem você consegue atrair	Sênior desde o primeiro dia
COMEÇO	Novo briefing a cada projeto	Meses de recrutamento	Direto, a partir da primeira conversa

03 CAPÍTULO

O trabalho.

Estratégia sem execução vira PDF. Execução sem estratégia vira ruído. Eu faço as duas, e é isso que transforma uma boa ideia em uma marca de verdade.

O QUE EU FAÇO

O nível de direção das grandes marcas. Na medida da sua empresa.

01 / 04

Estratégia de marca

O que a empresa representa, para quem ela existe, o que a torna difícil de substituir e como contar isso.

02 / 04

Direção criativa

Conceitos, linguagem visual e campanhas que traduzem a estratégia em algo que as pessoas veem e lembram.

03 / 04

Execução

Desenvolvo as peças prioritárias e dirijo equipes e fornecedores, do briefing à aprovação.

04 / 04

Acompanhamento

Reviso, ajusto e reorganizo as prioridades conforme o negócio muda. A marca continua evoluindo mês após mês, junto com a empresa.

O QUE MUDA

O valor que já existe, finalmente visível.

ANTES

A marca acompanhou o começo, mas não o crescimento.

A marca parece menor do que a empresa é.

Ninguém entende de primeira o que vocês fazem.

Cada peça tem uma cara diferente.

O cliente compara vocês pelo preço.

O fundador aprova até o post.

DEPOIS

→ Uma marca construída de verdade, feita para fazer o negócio crescer.

→ A marca finalmente tem o tamanho do negócio.

→ Sua oferta é entendida em uma frase.

→ Uma identidade sênior, reconhecida antes mesmo do logo aparecer.

→ O cliente enxerga valor antes de perguntar o preço.

→ O fundador volta a cuidar do negócio.

COMO FUNCIONA

Um método próprio. Feito para quem não tem tempo a perder.

Desenvolvi um método próprio para levar a marca do que ela é hoje ao que ela precisa parecer, sem desperdício. Você não precisa preparar nada: eu conduzo cada etapa, e na proposta fica claro o que eu produzo, o que eu dirijo e o que fica com a sua equipe.

01 · ESCUTA

Conversa

Você me conta onde a empresa está e onde quer chegar. Eu escuto o que está dito e, principalmente, o que não está. Na primeira conversa, a gente já sabe se faz sentido seguir juntos, e eu digo com sinceridade se não fizer.

02 · DESCOBERTA

Diagnóstico

Mergulho no seu negócio como se fosse meu. Converso com quem vende, olho o que os concorrentes fazem e reviro tudo o que a marca já comunicou. Quase sempre aparece a mesma coisa: uma empresa melhor do que a história que ela conta.

03 · DECISÃO

Plano

Com o diagnóstico na mesa, decidimos juntos o que vem primeiro. Nada de lista infinita: poucas prioridades, bem escolhidas, com começo, meio e fim. Você sabe exatamente o que vai acontecer e por quê.

04 · CONSTRUÇÃO

Direção contínua

É aqui que a marca começa a mudar de verdade. Participo das decisões, produzo o que é essencial e dirijo quem produz o resto. Cada peça que sai passa pelo mesmo critério, e aos poucos tudo começa a falar a mesma língua.

05 · CICLO

Evolução

A marca não fica pronta, ela amadurece junto com a empresa. A cada ciclo, olhamos juntos o que avançou, o que funcionou e qual é o próximo passo. Você deixa de ser o gargalo das decisões criativas e ganha alguém que conhece o seu negócio cada vez melhor.

06 · PARCERIA

Quanto mais tempo juntos, mais forte a sua marca.

Não é um projeto que termina na entrega. É uma parceria que cresce com a empresa: novos produtos, novos mercados, novas fases. Quanto mais tempo juntos, mais rápido e mais certo fica o trabalho, porque eu já conheço o seu negócio por dentro.

ONDE O TRABALHO APARECE

Onde você vai ver a diferença.

01 **Posicionamento e narrativa**

02 **Identidade visual**

03 **Apresentações comerciais**

04 **Sites e landing pages**

05 **Campanhas**

06 **Lançamentos**

07 **Direção de designers e fornecedores**



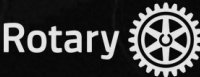
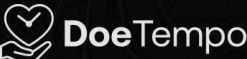
04 CAPÍTULO

A prova.

Ao longo da minha trajetória, em agências, estúdios, empresas e projetos independentes.

TRABALHOS

Marcas com as quais trabalhei.

E DIVERSAS OUTRAS EMPRESAS E SETORES.

+12

ANOS DE EXPERIÊNCIA



BRENO CÔRTES ROMÃO
FRACTIONAL BRAND & CREATIVE DIRECTOR

SOBRE · QUEM VAI CUIDAR DA SUA MARCA ·

Cresci entre palavras e histórias.

Sou filho de um dos maiores escritores e palestrantes do país e de uma mãe jornalista. Em casa, ideias eram assunto de jantar, e contar bem uma história era quase uma regra da família. A criatividade não foi algo que eu escolhi: ela sempre esteve ali. O que eu escolhi foi transformá-la em ofício.

No caminho, tive a oportunidade de aprender e trabalhar ao lado de profissionais que ajudaram a construir marcas como Nubank, XP Investimentos, Mercado Livre, Itaú Digital e diversas outras gigantes. Foi ali que entendi que branding não é sobre um logo bonito. É sobre fazer o mercado enxergar o valor que uma empresa já tem.

Passei por quase todas as cadeiras de uma marca: fui designer, coordenador de design e diretor de marketing, e liderei estratégias de marketing, marketing digital e growth. Por isso enxergo o trabalho por inteiro, do conceito à mídia, da identidade ao resultado. Nunca separei branding de resultado, e é essa visão que levo para cada empresa que acompanho.

Criatividade, dados e tecnologia, nas mesmas mãos.

TRAJETÓRIA



E A INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL?

“Mas hoje eu consigo fazer isso com IA.”

Consegue gerar. Não consegue decidir.

A IA nunca pagou uma conta no fim do mês.

Nunca abraçou alguém depois de um dia difícil.

Nunca sentiu o silêncio do alto de uma montanha.

Nunca viu uma marca ganhar, ou perder, a confiança das pessoas.

Ela cria mil opções em segundos. Mas não sabe o que a sua empresa não pode dizer, nem qual dessas mil opções vai fazer alguém escolher você. Eu uso IA todos os dias: ela pesquisa, explora e acelera o trabalho. Aprendo com ela, mas não terceirizo o julgamento. As decisões vêm da minha experiência, do meu repertório e de tudo o que eu vivi, coisas que nenhum modelo aprende.

Com IA, todo mundo produz mais. Por isso, o que vale agora é saber o que não produzir.

A IA É A FERRAMENTA MAIS PODEROSA QUE JÁ EXISTIU. NAS MÃOS CERTAS.

05 CAPÍTULO

A conversa.

Toda grande marca começou com uma conversa.
Me conta onde a sua empresa está e onde quer
chegar.



SOB DEMANDA

Projetos pontuais.

Nem toda marca precisa começar com uma parceria. Para projetos com começo, meio e fim, assumo trabalhos da marca à tecnologia, com o mesmo nível de direção. Muitas parcerias começaram exatamente assim.

01 MARCA

- + Branding
- + Posicionamento
- + Identidade visual
- + Manual de marca
- + Logo
- + Tom de voz
- + Rebranding
- + Key visual
- + Naming

02 COMUNICAÇÃO

- + Site
- + Pitch deck
- + Landing page
- + Campanhas
- + Mídia kit
- + Direção de arte
- + Apresentações institucionais
- + Social media
- + Embalagem

03 TECNOLOGIA

- + Sistemas web
- + Integrações
- + Plataformas sob medida
- + Ferramentas internas
- + Dashboards
- + Portais de clientes
- + Automações
- + E-commerce
- + Agentes de IA
- + Experiências 3D

POUCAS PARCERIAS POR VEZ

Trabalho com poucas empresas por vez.

Direção de verdade exige presença. Por isso, mantenho um número limitado de parcerias ativas. Quando uma vaga abre, ela é preenchida por conversa, não por proposta enviada em massa.

● AGENDA ABERTA PARA NOVAS PARCERIAS

PERGUNTAS FREQUENTES

Perguntas frequentes.

01

O que é um Fractional Brand & Creative Director?

É um diretor de marca e criação sênior que trabalha dentro da sua empresa de forma contínua, mas com uma dedicação mensal acordada, em vez de tempo integral. Na prática, você tem alguém pensando a marca, decidindo a direção criativa e acompanhando a execução todos os meses, sem o custo e o compromisso de uma contratação executiva. O modelo já é comum lá fora e está chegando com força ao Brasil.

02

Qual a diferença para uma agência ou uma consultoria de branding?

A agência e a consultoria entregam projetos: um rebranding, uma campanha, um site. Quando o projeto termina, a marca volta para as mãos de quem não tem tempo para cuidar dela. Eu fico. Participo das decisões ao longo do tempo, garanto que agência, designers e fornecedores trabalhem na mesma direção e que a estratégia não morra num PDF. Inclusive, posso trabalhar junto com a agência que você já tem.

03

É o mesmo que um CMO?

Não. Um CMO responde por marketing como um todo: mídia, canais, aquisição de clientes e orçamento. Eu cuido da marca e de tudo o que ela comunica: posicionamento, narrativa, identidade e qualidade criativa. Se a sua empresa tem alguém de marketing, eu fortaleço o trabalho dessa pessoa em vez de substituir.

04

Você produz ou só dirige?

Os dois. Desenvolvo pessoalmente as peças prioritárias e dirijo o restante com a sua equipe ou fornecedores. Na proposta, fica claro o que eu produzo, o que eu dirijo e o que exige contratação à parte, para não existir surpresa no meio do caminho.

05

O que está incluso na parceria mensal?

A parceria cobre a direção da marca: estratégia, posicionamento, direção criativa, acompanhamento das peças e as entregas prioritárias combinadas para cada mês. Projetos maiores, como identidade visual completa, site, mídia kit, campanhas ou sistemas, são orçados à parte, com escopo e proposta próprios. Para quem já é parceiro, eles nascem dentro da estratégia da marca, sem precisar começar do zero, e têm condições diferenciadas de investimento. Tudo fica claro na proposta antes de começar.

06

Você faz projetos pontuais, sem parceria mensal?

Sim. Além da parceria contínua, assumo projetos com começo, meio e fim, como branding, rebranding, identidade visual, site ou mídia kit, com o mesmo nível de direção. Muitas parcerias começaram assim: um projeto bem feito abre espaço para cuidar da marca no longo prazo. Projetos pontuais são orçados à parte, com proposta própria, e parceiros têm condições diferenciadas.

PERGUNTAS FREQUENTES · CONTINUAÇÃO

07

Você cria identidade visual e logo?

Sim. Crio identidades visuais completas: logo, tipografia, cores, linguagem visual e manual de marca. Antes do desenho vem a estratégia, com posicionamento, narrativa e tom de voz, para que a identidade traduza o que a empresa realmente é, e não apenas fique bonita. É um projeto com escopo e proposta próprios, também para quem já é parceiro.

08

Você faz mídia kit, apresentação institucional e pitch deck?

Sim. São peças que decidem negócios: o mídia kit que convence um anunciante, a apresentação que abre uma reunião, o pitch deck que chega a um investidor. Cuido do roteiro, da narrativa e do design, para que cada página reforce o valor da empresa. Cada peça é orçada como projeto, à parte da parceria mensal.

09

Você cria sites, landing pages e campanhas?

Sim. Defino a mensagem, a estrutura e o design, e desenvolvo sites, landing pages e experiências interativas, inclusive em 3D, como este site. Também crio campanhas, key visuals, direção de arte e conteúdo para redes sociais. Sites e campanhas são projetos com proposta própria, fora da mensalidade.

10

E projetos de tecnologia, como sistemas e automações?

Também. Uno marca e tecnologia em sistemas web, plataformas sob medida, dashboards, automações, integrações e agentes de inteligência artificial. A ferramenta precisa funcionar bem e, ao mesmo tempo, transmitir o padrão da sua marca. Como todo projeto de tecnologia, tem escopo e orçamento próprios.

11

Preciso ter uma equipe de design?

Não. Se você já tem designers ou agência, eu dou direção, critérios e prioridades para eles. Se não tem, eu produzo o essencial e indico os especialistas certos quando o projeto pedir, sempre sob a minha direção.

12

Como funciona o começo?

Tudo começa com uma conversa de 30 minutos para entender o momento da empresa. Se fizer sentido seguir juntos, a primeira etapa do trabalho é o diagnóstico da marca: o que ela comunica hoje, onde estão as inconsistências e o que mais pesa no negócio. A partir dele, definimos o plano, as prioridades e a dedicação mensal.

13

Quanto tempo dura uma parceria?

Não existe prazo mínimo. Marca é construção contínua, por isso a parceria segue mês a mês, com revisões de prioridades, e rende mais quanto mais tempo caminhamos juntos.

14

Quanto custa?

O investimento é mensal e depende do escopo e da dedicação combinados. Em geral, fica bem abaixo do custo de um diretor de marca ou criação contratado em tempo integral, com a mesma senioridade. Os valores são apresentados na proposta, depois do diagnóstico.

15

Como a inteligência artificial entra no trabalho?

Como ferramenta de método: pesquisa, exploração de caminhos, prototipagem e produção, sempre com revisão e critério humano. A IA acelera o processo; as decisões de marca continuam sendo minhas e suas.

16

Para que tipo de empresa é?

Para empresas que já têm produto, clientes e ambição de crescer, mas cuja marca não acompanha o negócio, especialmente startups B2B e empresas de serviços. Se a sua empresa é maior do que parece, provavelmente é para você.

17

Você atende empresas de outras cidades ou de fora do Brasil?

Sim. O trabalho é pensado para funcionar remotamente, com reuniões online e encontros presenciais quando fizer sentido.

CONTATO

Vamos fechar essa distância?

TELEFONE E WHATSAPP

+55 11 97541-5501

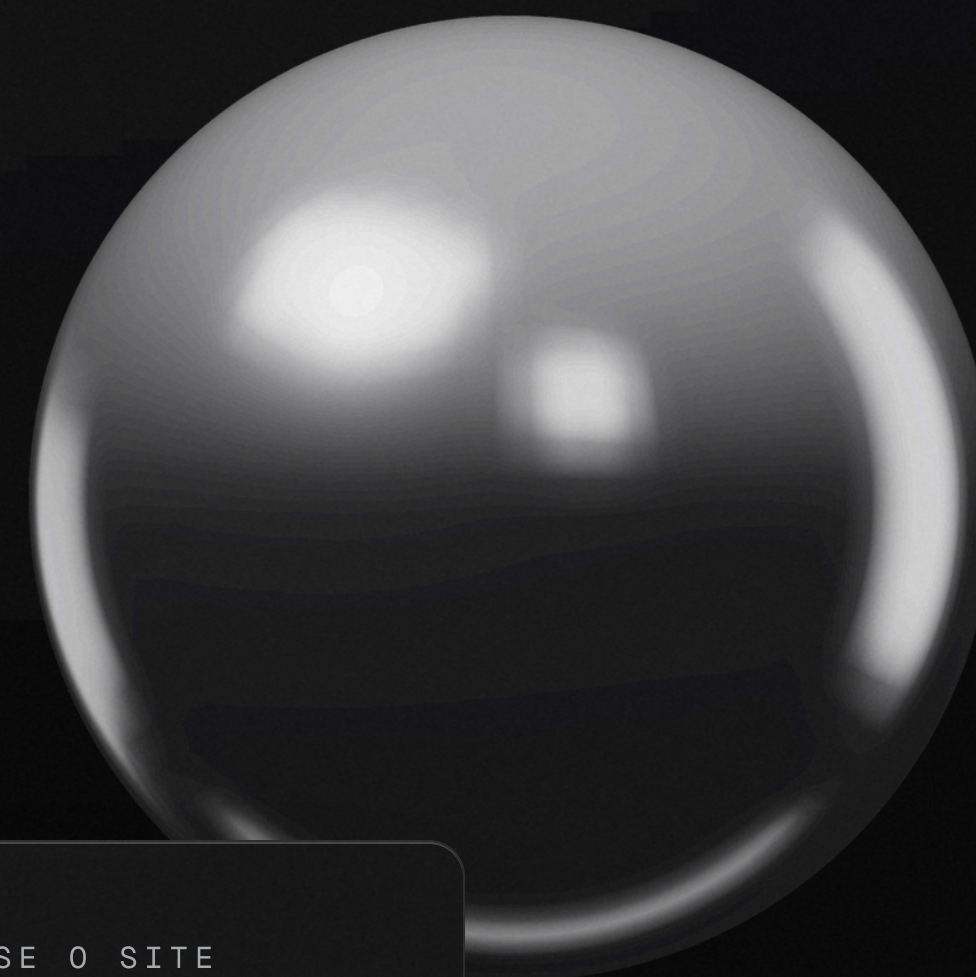
E-MAIL

breno.romao@gmail.com



ACESSE O SITE

brenocortesromao.com.br



BRENO CÔRTEZ ROMÃO

FRACTIONAL BRAND & CREATIVE DIRECTOR

ESTRATÉGIA DE MARCA · DIREÇÃO CRIATIVA · EXECUÇÃO

© 2026 BRENO CÔRTEZ ROMÃO