

Por que a Oceanos Solutions fala e se mostra assim

Cada afirmação desta página tem um selo dizendo o que ela é e, quando é fato ou pesquisa, um link para a fonte. **F** fato do cliente · **P** pesquisa externa · **D** conclusão a partir das fontes · **H** hipótese a validar · **C** proposta de marca.

44 blocos: 6 fato, 8 pesquisa, 7 derivado, 8 hipótese, 15 proposta · pesquisa de nível padrao, atualizada em 2026-10-30.

[← Voltar ao manual visual](#)

01 Plataforma de marca	02 Diagnóstico e público	03 Contexto e normas
04 Arquitetura e nome	05 Conceito criativo	06 Voz e tom
07 Acessibilidade e idiomas	08 Implantação e governança	09 Fontes e metodologia



Plataforma de marca · Estratégia

A base de cada decisão

Posicionamento

Posicionamento

H · Hipótese

Proposto: para empresas que querem vender em outro país, do Brasil para fora ou de fora para o Brasil, a Oceanos Solutions é a frente de implantação comercial que leva da leitura do mercado à mesa de negociação, em ciclos de 90 dias com relatório semanal, porque junta no mesmo contrato a ferramenta própria (Oceanos Insight), a prospecção e a representação institucional.

Por quê: ocupa a lacuna de “Lacuna” com o que a proposta-modelo já reúne e promete processo, não resultado (“Promessa de resultado”) E01 E02 E03 E25

Ideia central

Ideia central

C · Proposta

Inteligência com endereço.

Por quê: o Oceanos Insight cruza dado de mercado com geolocalização e lead; a ideia vira régua: peça que só mostra gráfico e não diz onde está a oportunidade e com quem falar não é Solutions E02

Propósito

Propósito

C · Proposta

Que nenhuma empresa acesse para outro mercado sem saber onde vai atracar.

Por quê:

nasce da frase que o cliente já usa, “Inteligência antes do investimento”, e do símbolo (grade sobre ondas): carta antes da travessia

E07

E06

Proposta de valor

Proposta de valor

D · Derivado

Conforme o escopo, um só contrato pode incluir: decidir o mercado, montar a estrutura comercial (site, materiais e apresentação), achar e qualificar contatos com o Oceanos Insight, buscar e conduzir reuniões, representar a empresa em feiras e missões, assessoria jurídica comercial e acompanhamento das negociações, com acesso do cliente ao painel e reunião semanal, em ciclos de 90 dias renováveis

E01

E02

E03

Por quê:

soma dos seis eixos da proposta-modelo; cada contrato escolhe os seus; o jurídico fica por decisão do cliente, com a forma de apresentar validada pelo advogado dele (“Assessoria jurídica comercial”)

E28

Tagline

Tagline

C · Proposta

Inteligência antes do investimento. · Intelligence before investment. Apoio: “Do mapa à mesa de negociação.” · “From the map to the negotiating table.”

Por quê:

a frase já está no site como nome do processo e descreve o método da Solutions; cada marca do ecossistema tem a sua tagline; a de apoio resume o ciclo (mapa = leitura de mercado; mesa = negociação); nenhuma promete resultado; proposta sem teste com clientes; checar anterioridade no INPI e em busca (“Proteção”)

E07

E02

Valores

Valores

H · Hipótese

Dado com origem: todo número do relatório diz de onde veio e como foi medido. Mercado antes do investimento: se o diagnóstico não sustenta a entrada, a recomendação é não entrar. Ritmo combinado: a reunião semanal acontece e o relatório chega no dia marcado. Discrição: nome de cliente e de contato só aparece com autorização.

Por quê:

cada valor vira um comportamento que o cliente confere no relatório semanal

E03

E24

Personalidade

Personalidade

C · Proposta

É consultiva, precisa, internacional e discreta. Não é vendedora de atalho, não é professoral, não exhibe número que não pode provar.

Por quê:

o tom consultivo e estratégico, internacional e sofisticado foi definido na entrevista do projeto (validar com a direção da Oceanos); “precisa” e “discreta” e o contraste com o tom de venda das plataformas de leads (“Speedio”) são proposta do estrategista

E05

E13

Princípios de experiência

Princípios de experiência

C · Proposta

Começar por um diagnóstico escrito. Mostrar a origem de cada dado. Fechar cada reunião semanal com número e próximo passo. No fim dos 90 dias, recomendar renovar, ajustar ou parar.

Por quê: traduz a ideia central nos quatro momentos de verdade de “Momentos de verdade”
E03

Provas que sustentam

Provas que sustentam

H · Hipótese

Um relatório semanal de exemplo, sem nomes, com leads, oportunidades, reuniões e negociações; uma nota de origem dos dados do Oceanos Insight (fontes, atualização, base legal); um caso autorizado com mercado, prazo e reuniões realizadas. Sem isso, o “99% de precisão” do site atual sai e não volta E08 E24 .

Como validar: pedir ao cliente o modelo de relatório, a lista de fontes de dados do Oceanos Insight e um cliente disposto a autorizar caso; só depois isso vira texto de site

Diagnóstico e público · Estratégia

O2 Antes do desenho, o mercado

Onde a marca está hoje, quem disputa o mesmo cliente e quem é esse cliente.

Auditoria dos pontos de contato

O que a frente faz

F · Fato

A Oceanos Solutions implanta a operação comercial de empresas em mercados internacionais, em seis eixos: diagnóstico e estratégia de entrada, inteligência e prospecção terceirizada, estrutura comercial e marketing, representação institucional e parcerias, assessoria jurídica comercial e gestão com relatórios E01 . O resumo do Notion cita também apoio à estruturação comercial de importação e exportação; se a importação é serviço ativo, está a confirmar (“Importador brasileiro”) E03 .

Promessas que já estão no ar

F · Fato

O site da Oceanos (oceanostech.services) já apresenta esta oferta sob o nome Oceanos: “Expansão internacional guiada por inteligência” e um processo em cinco etapas, “Inteligência antes do investimento” E07 . A ferramenta aparece como “Software Oceanos” e “cockpit” (“OCEANOS SOFTWARE” na versão em inglês), com “99% de precisão” em leads, sem fonte nem método E08 E30 , e cinco nomes de empresas passam em faixa sem dizer se são clientes E09 . São afirmações do próprio cliente; precisam de prova antes de virar argumento.

Modelo de trabalho

F · Fato

O ciclo inicial é de 90 dias, renovável por acordo, com reunião semanal para revisar atividades, oportunidades, mercado e prioridades. O relatório traz leads gerados, oportunidades abertas, reuniões realizadas e negociações em andamento E03 . O prazo vem da proposta-modelo; cada contrato define o próprio escopo.

Cadastro

F · Fato

Razão social, CNPJ, endereço, contatos e domínio da Solutions estão a confirmar. A proposta em PDF e os documentos “Oceanos business” e “Oceanos Insight” não foram lidos; preço, clientes atendidos e resultados ficam fora deste texto até o cliente enviar E26 .

Presença e prova fracas

F · Fato

A rota /solutions do site da Oceanos não abre E10 e a página inicial não cita Solutions nem Oceanos Insight; o rodapé assina com um nome do período anterior (ver “Nome e escrita”), o link de privacidade aponta para example.com e as redes levam a páginas genéricas E09 . Na busca pelo nome entre aspas, ligado a expansão internacional, não apareceu perfil, matéria nem avaliação da Oceanos Solutions E12 ; LinkedIn e Google Maps não foram conferidos.

Identidade nova

F · Fato

A logo junta um hexágono em grade sobre ondas, em cinco verdes (do #0B6A54 ao #C6FFDC), com o letreiro Oceanos em Nico Moji, comum às quatro marcas, e o descritor Solutions em Outfit fina, os dois em caixa alta na logo E06 .

Preservar, transformar, evitar

Preservar, transformar, evitar

D · Derivado

Preservar: o processo “Inteligência antes do investimento”, que passa a ser a tagline da Solutions, e os relatórios semanais [E07](#) [E08](#) . Transformar: “OCEANOS SOFTWARE”, “Software Oceanos” e “cockpit” em Oceanos Insight, se forem a mesma ferramenta (a confirmar) [E30](#) ; a faixa de nomes em casos autorizados ou em nada; o rótulo “IN” em “EN”, decidindo se o francês e o chinês do site continuam [E09](#) . Evitar: o “99% de precisão” sem método, que o código do CONAR só admite com fonte identificável e comprovação [E24](#) .

Por quê: o site já explica o processo e fala em relatório semanal, que é o que a proposta entrega; o que enfraquece é número sem método, nome antigo no rodapé e privacidade de teste

Concorrentes

Empresas reais, nomeadas, com a fonte de cada informação. A lista não é exaustiva.

Concorrente	O que mostra	Fonte
Altios International	Página “About”, lida em 30/10/2026: consultoria de expansão internacional com escritório em São Paulo, aberto em 2005 segundo a linha do tempo do site, e o lema “We reveal your international potential”. Vende priorização de mercados, entrada e desenvolvimento de negócios, abertura de subsidiária e contabilidade. Declara “40 offices” e “22 countries”, e o código de conduta fala em 25 países; o site não tem português nem preço E16 .	E16
Biz Latin Hub	Página inicial, lida em 30/10/2026: serviços corporativos para entrar na América Latina, hoje parte da Vistra: abertura de empresa, contabilidade, folha, contratação e jurídico com advogados da casa, “under one roof”. Declara “950+ Multinational clients”, cobra por escopo e atende em inglês, espanhol e português. Pesquisa de mercado e busca de parceiros não aparecem entre os serviços da página E18 .	E18
Global Bridge Negócios Internacionais	Perfil verificado no ConnectAmericas, lido em 30/10/2026: a empresa brasileira declara fundação em 2016, quatro funcionários e atuação como equipe de exportação das fábricas que representa, vendendo direto da fábrica ou pela própria comercial; declara também afiliação à Apex-Brasil. Não indica site próprio E14 .	E14
Speedio	Página inicial, lida em 30/10/2026: plataforma brasileira de listas B2B, com mais de 80 filtros, decisores, telefones validados, e-mails e integração com CRMs. Publica planos a partir de R\$ 719 por mês, com fidelidade de 12 meses, e declara “mais de 4.000 clientes”. Cita a LGPD, mas a página não nomeia as fontes dos dados (“dezenas de bases”) E13 .	E13
Logcomex	Página inicial, lida em 30/10/2026: plataforma de comércio exterior cuja descrição promete explorar mercados, fornecedores e empresas “com dados e IA”. Os destaques são conta em moeda estrangeira, despacho aduaneiro ligado ao Siscomex e um evento próprio; a página não publica preço nem fala de LGPD E15 .	E15

Padrão da categoria e lacuna

Padrão da categoria

D · Derivado

Nas páginas lidas em 30/10/2026, a categoria se divide em três: quem pensa a entrada ou monta a estrutura (Altios, Biz Latin Hub), quem vende dado e ferramenta (Speedio, Logcomex) e quem vende como equipe de exportação (Global Bridge Negócios Internacionais). Diagnóstico e plano de exportação já existem de graça no PEIEX da ApexBrasil [E17](#) , e há guia prático sobre o Brasil em inglês, aberto na web [E19](#) . Nenhuma dessas páginas publica ciclo de trabalho com prazo e relatório semanal; o prazo que aparece é a fidelidade de 12 meses da Speedio [E13](#) . Ausência numa página não prova que ninguém faça.

Por quê: Altios e Biz Latin Hub vendem estratégia ou estrutura, sem prospecção na página; Speedio e Logcomex vendem dado e deixam a execução com o cliente; a Global Bridge Negócios Internacionais executa sem método publicado; o PEIEX para no plano de exportação [E14](#) [E15](#) [E16](#) [E18](#)

Lacuna

D · Derivado

Nas páginas lidas em 30/10/2026, há espaço para quem leva a empresa do dado à reunião num contrato só: diagnóstico, ferramenta própria, prospecção, agenda e representação institucional, em ciclo de 90 dias com relatório semanal, do Brasil para fora e de fora para o Brasil. A proposta-modelo da Solutions reúne essas peças [E01](#) [E02](#) [E03](#) [E25](#) . Ausência nas páginas não prova que nenhum concorrente faça: a lacuna é hipótese de trabalho até as conversas de validacao.md.

Por quê: cada concorrente lido mostra uma parte (dado, estratégia, estrutura ou venda); o programa público entrega diagnóstico e plano, não reunião; a proposta da Solutions junta ferramenta, prospecção e representação com prazo e rotina de relatório [E13](#) [E16](#) [E17](#) [E18](#)

Mapa de posicionamento

O mapa com eixos medidos entra quando a pesquisa definir os dois eixos com fonte. Até lá, o espaço livre da categoria é o que o bloco “Lacuna” descreve acima, e nenhum concorrente é posicionado por impressão.

Personas

Hipóteses: nenhuma pesquisa de campo foi feita ainda. Cada uma tem plano de validação.

Empresa brasileira que quer vender lá fora

H · Hipótese

Indústria ou empresa de serviço com produto pronto, que exporta pouco ou nada e não tem gente para prospectar fora. Trabalho a fazer: quando decide abrir um país, quer reuniões com compradores e distribuidores qualificados sem montar um departamento, para saber em um ciclo se o mercado responde. Numa pesquisa da CNI com 392 empresas que já exportam, lida em matéria de imprensa e não no relatório, os entraves mais citados são frete e portos; achar comprador não aparece na matéria, e quem ainda não exporta ficou fora da amostra E27 . Não é público: quem ainda não tem produto pronto para exportar; o caminho dele é o PEIEX E17 .

Como validar: 8 conversas com exportadoras pequenas e médias (4 que já exportam, 4 que querem começar): como acham compradores hoje, o que já tentaram (feira, missão, PEIEX, lista de contatos) e o que pagariam por reuniões qualificadas. Aceite: 5 de 8 citam falta de tempo ou de gente para prospectar E25

Empresa estrangeira que quer entrar no Brasil

H · Hipótese

Fabricante ou empresa de tecnologia de fora que estuda o Brasil e precisa saber se há demanda e quem distribuiria antes de abrir CNPJ. Trabalho a fazer: quando avalia o país, quer leitura de mercado, lista curta de distribuidores e reuniões marcadas, para decidir a entrada com dado. Supomos que espere material em inglês; informação geral sobre o Brasil em inglês já está aberta na web E19 , então o que compraria é a leitura do mercado dela e as reuniões. Não é público: quem só precisa abrir empresa, contabilidade e folha, serviço que a Biz Latin Hub declara vender E18 .

Como validar: 5 conversas com empresas estrangeiras que entraram no Brasil nos últimos três anos (rede do cliente e câmaras de comércio): o que pesou, quem contrataram, em que idioma. Aceite: 3 de 5 contrataram a busca de distribuidores separada da abertura da empresa E25

Importador brasileiro

H · Hipótese

Empresa brasileira que precisa achar e qualificar fornecedor ou parceiro lá fora. Trabalho a fazer: quando precisa de um novo fornecedor, quer uma lista curta de empresas verificadas e conversas marcadas, para negociar comparando. O resumo do Notion cita apoio à importação, mas não detalha esse serviço E03 .

Como validar: confirmar com o cliente se importação é serviço ativo, com quantos contratos e em que setores; sem nenhum contrato, o segmento sai do site

Jornada e momentos de verdade

Momentos de verdade

H · Hipótese

Quatro momentos parecem decidir a relação: o diagnóstico (o cliente enxerga o próprio mercado?), a primeira reunião qualificada com comprador ou distribuidor, o relatório semanal com número e próximo passo, e a conversa de renovação no fim do ciclo de 90 dias E03 .

Como validar: perguntar aos primeiros clientes, no dia 30 e no dia 90, qual momento mais pesou na decisão de continuar

Roteiro de pesquisa e métricas de base

Primeiro

- **O advogado do cliente valida a apresentação do serviço jurídico** (quem presta, inscrição na OAB, separação da publicidade) antes de publicar qualquer peça que cite a assessoria jurídica comercial. Por decisão do cliente, o serviço fica na oferta. As normas estão no ct-2:
- Lei 8.906/1994, arts. 1º (II e § 3º), 3º, 4º e 16;
- Provimento CFOAB 205/2021, arts. 3º, 6º e 8º;
- Código de Ética da OAB, arts. 7º e 40, IV.

Com os sócios (uma conversa de 45 minutos)

- Razão social, CNPJ, endereço, contatos e domínio da Solutions. "Oceanos Tech Services", no rodapé do site, é razão social? De quem: do grupo ou da frente marítima?
- "OCEANOS SOFTWARE", "Software Oceanos" e "cockpit" do site são o Oceanos Insight? Quais fontes de dados a ferramenta usa, com que frequência atualiza e onde ficam os servidores?
- De onde vem o "99% de precisão"? Se não houver método e medição, a frase sai do site.
- Os cinco nomes da faixa do site: são clientes, parceiros ou exemplos? Há autorização para usar?
- Quem faz a "orientação fiscal" e o "compliance comercial" do eixo jurídico?
- Importação: é serviço ativo? Quantos contratos e em que setores?
- Representação: se a Solutions intermediar vendas em nome do cliente (além da representação institucional em feiras e missões), que registro é exigido e quem executa?
- Passagem entre frentes: já acontece? As frentes têm o mesmo CNPJ? Se não tiverem, passar contato de uma para outra é compartilhamento de dados.
- Ciclo de 90 dias: o que é fixo em todo contrato (reunião semanal, relatório) e o que varia?
- Valores (pl-4): quais já são prática? Já recomendaram a algum cliente não entrar num mercado?
- Tom: confirmar com a direção da Oceanos o tom definido na entrevista com o designer.
- Idiomas: português e inglês? O site tem francês e chinês: eles continuam?
- Enviar o PDF da proposta e os documentos "Oceanos business" e "Oceanos Insight".
- Casos: algum cliente autoriza contar o mercado, o prazo e as reuniões realizadas?

Com clientes e possíveis clientes

- **8 exportadoras pequenas e médias** (4 que já exportam, 4 que querem começar).
- Perguntas: como acham compradores hoje? O que já tentaram (feira, missão, PEIEX, lista de contatos) e o que aconteceu? O que mais trava a venda lá fora? Como pagariam por reuniões qualificadas?
- Aceite: 5 de 8 citam falta de tempo ou de gente para prospectar.
- **5 empresas estrangeiras que entraram no Brasil nos últimos três anos** (rede do cliente, câmaras de comércio).
- Perguntas: o que pesou na decisão? Quem contrataram, para quê e em que idioma?
- Aceite: 3 de 5 contrataram a busca de distribuidores separada da abertura da empresa.
- **Primeiros clientes da Solutions, no dia 30 e no dia 90.** Pergunta: que momento mais pesou na decisão de continuar (diagnóstico, primeira reunião, relatório semanal, conversa de renovação)?
- **Tagline:** mostrar "Inteligência antes do investimento." e a de apoio, "Do mapa à mesa de negociação.", a 6 pessoas do público, em português e inglês. Perguntar o que cada uma quer dizer, não de qual gostam.

Medir (começar já)

- Por um mês, nos canais atuais: pedidos de diagnóstico, origem, propostas enviadas e ciclos fechados. Repetir quando a página da Solutions estiver no ar.
- Antes do primeiro relatório: definir por escrito lead qualificado, reunião realizada e negociação aberta. Contar também os pedidos de descadastro e de oposição.

Profissionais

- ****Encarregado de dados ou advogado de privacidade:****
- base legal da geração de leads e registro do teste de legítimo interesse;
- aviso de privacidade real (hoje o link aponta para example.com);
- canal de oposição e descadastro em toda mensagem de prospecção;
- cláusulas-padrão da Resolução CD/ANPD 19/2024 nos contratos com clientes estrangeiros;
- lei do país de cada contato no exterior, como a da União Europeia (não pesquisada aqui);
- compartilhamento de contatos entre as frentes.
- ****Publicidade:**** revisar números e alegações pelo art. 27 do código do CONAR antes de publicar.
- ****Propriedade intelectual:**** busca de anterioridade no INPI para "Oceanos Solutions", "Oceanos Insight" e a tagline "Inteligência antes do investimento"; as classes ficam com o profissional.

Não verificado nesta rodada

- Texto da Lei 8.906/1994 no Planalto (recusou a leitura); foi usado o PDF do site da OAB.
- Íntegra da Resolução CD/ANPD 19/2024; foi lida por resumo de escritório (Lefosse).
- Relatório da CNI (a página deu erro); foi usada a matéria do Mercado&Consumo.
- Site da Econodata (não abriu).
- LinkedIn, Google Maps e avaliações públicas da Oceanos.
- Se a Global Bridge Negócios Internacionais é a mesma trading de Caxias do Sul citada no parecer de conformidade.



Contexto e normas · Estratégia

O que vale para o setor

Normas que valem para qualquer empresa desta área. Não é parecer jurídico: confirme com um profissional.

Normas do setor

Promessa de resultado

P · Pesquisa

Pelo código do CONAR, alegação baseada em dado objetivo precisa de comprovação, fornecida pelo anunciante quando pedida, e o anúncio não cita pesquisa ou estatística sem fonte identificável e responsável (art. 27, §§ 1º e 7º) [E24](#) . Para a Solutions: nada de “99% de precisão”, “leads garantidos” ou “compradores garantidos” sem método publicado; prometer processo (o que será feito, em que prazo, como será medido), não resultado. Validar com advogado.

Assessoria jurídica comercial

P · Pesquisa

Normas: consultoria e assessoria jurídicas são privativas de advogado inscrito na OAB (Lei 8.906/1994, art. 1º, II, e art. 3º); ato privativo praticado por não inscrito é nulo (art. 4º); é vedado divulgar advocacia em conjunto com outra atividade (art. 1º, § 3º); sociedade de advogados não pode ter atividade estranha à advocacia (art. 16) [E21](#) . O Provimento CFOAB 205/2021 pede publicidade informativa e sóbria, veda promessa de resultado e proíbe vincular a advocacia a outras atividades (arts. 3º, 6º e 8º) [E20](#) . O Código de Ética da OAB veda captar clientela e divulgar advocacia junto com outras atividades (arts. 7º e 40, IV) [E31](#) . Decisão: a assessoria jurídica comercial fica na oferta. Mantido por decisão do cliente, que tem advogado próprio. A forma de apresentar o serviço (quem presta, inscrição na OAB, separação da publicidade) deve ser validada pelo advogado do cliente antes de publicar [E28](#) .

Dados de leads e transferência internacional

P · Pesquisa

Contato de decisor (nome, e-mail, telefone) é dado pessoal. Se a base da prospecção for o legítimo interesse, o guia da ANPD pede o teste em três fases (finalidade, necessidade, balanceamento e salvaguardas), registro das operações, informação clara e ostensiva ao titular e canal fácil de oposição; no exemplo de e-mail promocional do guia, o descadastro em cada mensagem é uma das salvaguardas. A hipótese não vale para dado sensível [E32](#) [E23](#) . Para o Oceanos Insight: base legal registrada, aviso de privacidade real, canal de oposição e descadastro em toda mensagem; contato no exterior segue também a lei do país dele (não pesquisada aqui). Entregar contatos brasileiros a cliente estrangeiro, ou guardá-los fora do país, costuma configurar transferência internacional: quando o mecanismo é contrato, só valem as cláusulas-padrão da Resolução CD/ANPD nº 19/2024, obrigatórias desde 23/08/2025 [E22](#) . Validar com o encarregado de dados e com advogado.

Regras para comunicar

Serviços jurídicos: divulgação informativa e discreta, sem captação de clientela nem promessa de resultado. Texto revisado por advogado antes de publicar.

Despacho aduaneiro: só como atividade de profissional habilitado; não prometa prazo de liberação.

Sem número sem fonte: nada de “líder”, “maior” ou percentuais sem pesquisa citada.

Dados pessoais (LGPD): prospecção e listas de eventos só com base legal e aviso de privacidade.

Arquitetura e nome · Estratégia

O4

Uma marca-mãe, três frentes

Arquitetura do ecossistema



Lugar no ecossistema

C · Proposta

Oceanos é a marca-mãe; a Oceanos Solutions é a mesma marca com o descritor fixo Solutions (modelo “marca-mãe com descritores”), ao lado da Oceanos Shipping Agency e da Oceanos Events Global Bridge **E06** . Papel: conduzir o desenvolvimento comercial dos clientes. O briefing prevê que ela receba demandas pela Oceanos, represente clientes nos eventos da Events Global Bridge e passe à Shipping Agency as necessidades marítimas dos projetos; se isso já acontece, está a confirmar **E04** . Peça da Solutions usa a logo dela; peça conjunta usa a logo Oceanos e cita as frentes em texto; logos lado a lado só quando cada frente tem papel próprio na peça. Passar contato a outra frente com CNPJ diferente é compartilhamento de dados: base legal e aviso ao titular (“Dados de leads e transferência internacional”).

Por quê: regra única do ecossistema, igual nas quatro estratégias; o papel e as passagens entre frentes vêm do briefing e ficam no condicional até o cliente confirmar

Relação entre as frentes

O caminho comum das quatro marcas, do briefing (no condicional até o cliente confirmar):



Nome e escrita

Escreva assim

Oceanos · Oceanos Shipping Agency · Oceanos Solutions · Oceanos Events Global Bridge

Na primeira menção, o nome completo; depois, o nome curto da frente (Shipping Agency, Solutions, Events Global Bridge) quando o contexto for claro.

Nunca assim

OCEANOS SOLUTIONS · Oceanos-Solutions · Oceano · nomes do período anterior

Caixa alta só no logotipo. Os nomes antigos aparecem só na tabela de convivência com material antigo.

Nome e escrita

C · Proposta

Primeira menção sempre por extenso: Oceanos Solutions; depois, no mesmo texto, “a Solutions”. “Solutions” não se traduz, também em texto em português. Nunca: “Oceanos Events”, “Global Bridge” sozinho, “OSA”, “Oceanos Shipping”, “OceanosTech”, “Ocean Insight”, “Insight” sozinho, “Expanc”, “Soluções Integradas”, “Oceanos Tech Services” como marca, nome inteiro em caixa alta no meio da frase. Antes e agora E04 : “Oceanos Solutions — Soluções Integradas” vira Oceanos Solutions; “Eventos Expanc”, Oceanos Events Global Bridge. “Oceanos Tech Services”, que assina o rodapé do site E09 , nunca aparece como marca; como razão social, só em documento legal, e de quem é o nome (do grupo ou da frente marítima) está a confirmar.

Por quê: lista única das quatro estratégias; um nome só em todos os idiomas evita a tradução que o período anterior criou; o uso de “Oceanos Tech Services” é decisão, não fato E05

Nome antigo e nome novo

A convivência com material do período anterior segue a tabela do capítulo [Implantação e governança](#). Nomes antigos não voltam como marca.

Proteção

Proteção

H · Hipótese

Não sabemos se “Oceanos Solutions” ou “Oceanos Insight” têm pedido de registro. Nas buscas feitas, nenhum dos dois apareceu em uso por terceiros; “Ocean Insight” foi adotado por uma empresa de espectroscopia, que depois anunciou a volta da marca Ocean Optics E11 E12 . Até a busca no INPI, nada de ®.

Como validar: busca de anterioridade no INPI para os dois nomes e para a tagline “Inteligência antes do investimento”, com profissional de PI, que define as classes do serviço e da ferramenta

Taglines de apoio

Marca	Frase (proposta)	Selo
Oceanos	Da oportunidade à operação. <i>From opportunity to operation.</i>	C · Proposta
Oceanos Shipping Agency	Mão firme em cada escala. <i>A steady hand at every port call.</i>	C · Proposta
Oceanos Solutions	Inteligência antes do investimento. <i>Intelligence before investment.</i>	C · Proposta
Oceanos Events Global Bridge	Encontro com próximo passo. <i>Meetings with a next step.</i> (a revisar por falante nativo)	C · Proposta

Cada frase tem um dono: não use a frase de uma frente em peça de outra. Todas a validar com o cliente e a conferir no INPI antes de uso em campanha.

Oceanos Insight

C · Proposta

Oceanos Insight é a ferramenta da Oceanos Solutions, sem logo nem cor própria [E02](#) . Escreve-se por extenso, em texto (Outfit), sem plural e sem tradução; primeira menção: “Oceanos Insight, a ferramenta da Oceanos Solutions”. Os nomes do site atual, “OCEANOS SOFTWARE”, “Software Oceanos” e “cockpit”, viram Oceanos Insight se forem a mesma ferramenta (a confirmar) [E08](#) [E30](#) . Na tela da ferramenta, a assinatura é a logo Oceanos Solutions com o nome em texto ao lado.

Por quê: o briefing chama o Oceanos Insight de ferramenta da Solutions; ficar sem marca própria é decisão por padrão do projeto [E29](#) ; “Ocean Insight” existe em outro setor [E11](#) , por isso “Oceanos” e o “s” não caem (lista “Nunca” de “Nome e escrita”) [E29](#) [E11](#)

Clientes, parceiros e órgãos

C · Proposta

Nome ou logo de cliente só com autorização por escrito e com o que foi feito. ApexBrasil, câmaras de comércio e feiras aparecem em texto comum, como contexto (“participamos da feira X”); logo de parceiro só com autorização escrita e com o papel ao lado (apoio, realização, patrocínio). A faixa com cinco nomes do site atual sai até o cliente confirmar quem são [E09](#) .

Por quê: o site atual mostra nomes sem dizer o que são; órgãos públicos e câmaras são contexto, não parceiros; usar o nome deles sem acordo sugere vínculo que pode não existir [E17](#)



Conceito criativo · Estratégia

Um território, dois descartes

Três caminhos explorados para as peças; um escolhido. O território comum do ecossistema é a carta náutica (ver o capítulo Carta náutica no manual visual).

Território escolhido

Território: carta náutica, com grade e coordenadas

C · Proposta

Território comum do ecossistema: a carta náutica (coordenadas, rotas, horizonte e as ondas da base das logos). Elemento próprio da Solutions: grade e coordenadas. A grade hexagonal da logo vira malha de dados; pontos com coordenadas marcam mercados, compradores e reuniões; rótulos em Outfit fina com espaçamento largo, verdes sobre fundo escuro. Cada peça responde onde está a oportunidade e qual é o próximo passo. Fica de fora o que é das outras frentes: marcas de calado (Oceanos Shipping Agency) e rede de nós e linhas (Oceanos Events Global Bridge). Foto de pessoas ou operação real só com autorização escrita; até haver projeto real, foto produzida com modelos autorizados ou ilustração, sem sugerir histórico.

Por quê: sistema comum definido para as quatro marcas, com um elemento que sai do próprio símbolo (hexágono em grade) e do que a ferramenta faz (mercado, geolocalização, leads); mostra método e destino sem prometer resultado [E06](#) [E02](#)

Territórios descartados

Descartado: globo e aperto de mãos

C · Proposta

Globo girando, mapa-múndi com linhas brilhantes, aperto de mãos entre bandeiras. Descartado.

Por quê: é o clichê de negócios internacionais e o globo em rede é o símbolo da Oceanos Events Global Bridge; na Solutions, confunde as frentes [E06](#)

Descartado: robô de IA

C · Proposta

Cérebro digital, robô, neon e “a IA que vende por você”. Descartado.

Por quê: promete automação e resultado que o CONAR exige provar (“Promessa de resultado”) e repete o discurso “dados e IA” das plataformas (“Speedio”, “Logcomex”); a Solutions vende gente na mesa, não só software [E13](#) [E15](#) [E24](#)

Princípios de design

Carta náutica

O território comum: ondas, horizonte, coordenadas e rotas; conteúdo acima da linha, ondas abaixo. Cada frente soma um elemento próprio.

Um destaque

Uma área de cor forte por peça; o resto respira em névoa.

Letreiro é desenho

Nico Moji só em destaque curto; o nome da marca sempre do arquivo.

Calma

Movimento de maré, sem urgência fabricada.

Voz e tom · Diretrizes

Consultiva, estratégica, internacional

Como a Solutions fala

Comece pelo objetivo de quem lê. Explique o porquê. Termine com o próximo passo.

Tom definido pelo Kadu na entrevista: consultivo e estratégico, internacional e sofisticado.

Princípios

Princípios

D · Derivado

Mostre o mercado antes de recomendar. Dê a fonte de cada número. Feche com o próximo passo e a data. Prometa processo, não resultado. Em português, trate por você; em inglês, “you”; fale como nós. Sigla só depois do nome por extenso. Tom consultivo e estratégico, internacional e sofisticado, definido na entrevista do projeto; validar com a direção da Oceanos E05 . Idiomas: português e inglês, por decisão padrão do projeto, até o cliente confirmar E29 .

Por quê: derivados do tom definido na entrevista e da regra de comprovação do CONAR; o site atual já fala em processo, o que facilita E07 E24

Diga e evite

Diga e evite

D · Derivado

Diga “em 90 dias mapeamos o mercado, qualificamos contatos e buscamos reuniões; toda semana você vê quantas aconteceram”. Evite “99% de precisão” e “compradores garantidos”. Sobre o jurídico, diga só o texto que o advogado do cliente aprovar (quem presta, inscrição na OAB, publicidade separada) E28 ; evite prometer resultado em contrato ou disputa. Diga “dados de [fontes listadas], com base legal registrada; para sair da lista, responda ‘sair’”. Evite “dezenas de bases”. Say “you see the numbers every week”; avoid “guaranteed buyers”.

Por quê: pares tirados do que o site atual e as plataformas dizem (“Speedio”) e das regras de “Promessa de resultado”, “Assessoria jurídica comercial” e “Dados de leads e transferência internacional”; a frase sobre o jurídico fica com o advogado do cliente, por decisão do cliente E08 E13 E20 E24 E32

Casa de mensagens

Casa de mensagens

D • Derivado

Mensagem principal: entrar em outro mercado com informação na mão e gente na mesa (tagline: “Inteligência antes do investimento.”). Pilares: leitura de mercado, com diagnóstico e Oceanos Insight E02 E07 ; execução comercial, com prospecção, reuniões, feiras, missões e parceiros E01 ; ritmo visível, com ciclo de 90 dias, reunião semanal e relatório de leads, oportunidades, reuniões e negociações E03 .

Por quê: a mensagem principal sai do posicionamento; os três pilares são o que a proposta-modelo já inclui e pode mostrar no relatório

Manifesto

Manifesto

C • Proposta

Vender em outro país começa antes da primeira viagem. Começa por saber se há demanda, quem compra, quem distribui e que requisitos e certificações o produto precisa ter. A Oceanos Solutions faz essa leitura, busca as empresas certas e trabalha para colocar você na mesa com elas. Toda semana, você vê o que foi feito e o que vem a seguir. Em 90 dias, decidimos juntos se o mercado merece o próximo passo.

Por quê: texto curto para a página da Solutions e para apresentações; usa só a oferta descrita no briefing e promessas que dependem da própria Solutions cumprir E01 E03

Descrições prontas

Descrição curta

Oceanos Solutions: implantação comercial internacional.

Descrição média

Oceanos Solutions. Estratégia, inteligência de mercado, prospecção e representação para empresas que expandem para o exterior ou entram no Brasil.

Descrição longa

Oceanos Solutions. Estratégia, inteligência de mercado, prospecção e representação para empresas que expandem para o exterior ou entram no Brasil. Parte do ecossistema Oceanos, que articula inteligência de mercado, desenvolvimento de negócios, atuação marítima e conexões empresariais para aproximar empresas de oportunidades no Brasil e no exterior.

Montadas só com dados do briefing (fato). Revise quando a plataforma for validada.

Situações difíceis

Pedido fora do escopo

“Essa demanda não é da nossa frente, mas sabemos quem resolve. Se quiser, apresentamos a frente certa do ecossistema Oceanos.”

Dado que ainda não temos

“Ainda não temos esse número com segurança. Preferimos levantar e te mandar com a fonte.”

Pergunta jurídica ou aduaneira

“Isso precisa da análise de um profissional habilitado. Agendamos a conversa com quem responde por esse tema.”

Atraso

“O prazo combinado mudou por [motivo]. A nova previsão é [data]. Seguimos acompanhando e avisamos qualquer mudança.”

Banco de títulos

Do diagnóstico à primeira reunião no exterior
Implantação comercial em ciclos de 90 dias
Seu produto está pronto para outro mercado?
Do diagnóstico à negociação, uma conversa só.
Brasil e exterior, com a mesma frente.
O próximo passo, por escrito.
Conexões que viram agenda.

Exemplos de estrutura (proposta). Nenhum título promete resultado, prazo ou número.

Glossário

Termo	Como usar
Oceanos	A marca-mãe. Nunca “a Oceano” nem “Oceanos Group”.
Frente	Cada uma das três marcas operacionais do ecossistema.
Oceanos Insight	Ferramenta da Oceanos Solutions; sem logo nem cor própria. Nunca “Insight” sozinho.
Events Global Bridge	Depois da primeira menção, “a Events Global Bridge”. Nunca “Global Bridge” sozinho nem “Oceanos Events”.
Hub	Termo interno. No texto público, escreva Oceanos.
Cliente	A empresa atendida; evite “parceiro” quando for relação comercial.

Regras de comunicação do setor

Resumo das normas do capítulo Contexto e normas aplicadas ao texto:

- 

Jurídico e aduaneiro: informar sem prometer; revisão profissional antes de publicar.
- 

Sem superlativo sem fonte (líder, maior, único, nº 1).
- 

Dados oficiais só da constante única do manual; o que falta fica [A CONFIRMAR].

Checklist por peça

Antes de publicar	Como conferir
Contraste	Texto sobre fundo com 4,5:1 ou mais, nos dois temas
Texto alternativo	Descreve o que a imagem mostra, não só o tipo
Legenda	Todo vídeo com fala ou texto tem legenda
Botão	Diz o que acontece: “Falar com a equipe”

Contato	E-mail e telefone em texto, não só dentro da imagem
---------	---

Contraste e movimento

<div>Contraste</div> <div>Os laranjas da Shipping Agency e os dourados da Events Global Bridge não passam 4,5:1 como texto no claro: use as adições de contraste (capítulo Cores, no manual visual).</div>	<div>Movimento</div> <div>Toda animação tem pausa e respeita “reduzir movimento” do sistema. Nada pisca mais de três vezes por segundo.</div>
--	---

Texto alternativo

<div>Bom</div> <div>“Duas pessoas conversam numa mesa de reunião, com um notebook aberto e documentos.”</div>	<div>Ruim</div> <div>“Foto de reunião.”</div>
---	---

Linguagem inclusiva

Trate por você e fale como nós. Sem gênero quando der (“quem participa”, “a equipe”). Jargão técnico (draft, arqueação, compliance) explicado na primeira vez.
--

Outros idiomas

Idiomas de comunicação: português e inglês (hipótese a validar). Nomes das marcas ficam em inglês, como nos logos. Peça em inglês revisada por nativo antes de publicar.
--



Implantação e governança · Diretrizes

Da pasta para o mercado

Plano por fases

Quando	O que fazer	Status
Semana 1	Confirmar dados oficiais (razão social, CNPJ, contatos) e o símbolo das horizontais da Solutions.	a fazer
Semanas 2 a 4	Aplicar a marca nos perfis, na assinatura de e-mail e nos modelos de apresentação; publicar o manual no endereço definitivo.	a fazer
Mês 2	Cartões de visita, papelaria e materiais de evento; site institucional com as 4 marcas (etapa separada).	a fazer
Mês 3	Revisar o manual com o que a estratégia validada e o uso real mostrarem.	a fazer

Convivência com material antigo

Nome antigo	Nome novo
Hub Oceanos (termo do briefing)	Oceanos
Agência marítima (nome anterior)	Oceanos Shipping Agency
Frente de soluções (nome anterior)	Oceanos Solutions

Peças com nomes, cores ou imagens do período anterior saem de circulação em até 30 dias depois da aprovação deste manual. Até lá, não misture marca antiga e nova na mesma peça.

Kit para fornecedores

- Mande o link** deste manual, nunca um arquivo solto de mensagem.
- Gráfica:** SVG do logo, tabela de produção e pedido de prova de cor.
- Agência ou designer:** kit da marca e o prompt para IA.
- Peça a prova** antes da tiragem e confira com o capítulo Cores.

Papéis e aprovação

Decisão	Faz	Aprova	Consultado	Informado
Nova peça de comunicação	Designer	Direção da Oceanos	Responsável da frente	Equipe
Mudança no manual	Designer	Direção da Oceanos	Responsáveis das 4 frentes	Fornecedores
Texto jurídico, aduaneiro ou de preço	Responsável da frente	Direção da Oceanos	Advogado	Equipe
Produção gráfica	Fornecedor	Designer	Direção da Oceanos	—

Fluxo: pedido → rascunho do designer → aprovação da direção → produção → conferência com o manual.

Treinamento

- Equipe das frentes

20 minutos: qual versão do logo usar em cada fundo, assinatura de e-mail e modelos de apresentação.
- Quem escreve para a marca

Voz e tom, descrições prontas e os cuidados com textos jurídicos e aduaneiros.
- Fornecedores

Link do manual, mais usados e tabela de produção gráfica.

Perguntas frequentes

- Posso mudar a cor do logo para combinar com a peça? –

Não. Escolha a versão pelo fundo: colorida, positiva, negativa, preta ou branca.
- O fornecedor pediu o logo em alta. Qual mando? –

O SVG da pasta 03_LOGOS ou o link deste manual. O PDF em CMYK para gráfica entra no kit completo.
- Posso digitar o nome na Nico Moji em vez de usar o arquivo? –

Não. O letreiro é desenho fixo; use sempre o arquivo do logo.
- Qual marca uso numa peça que fala das quatro frentes? –

A Oceanos (marca-mãe). As frentes aparecem como nomes, com seus símbolos, nunca como logos lado a lado do mesmo tamanho.
- Posso pedir uma imagem à IA com o logo? –

Peça a imagem sem logo e aplique o arquivo oficial depois. O prompt da marca já orienta isso.

Medição e linha de base

Linha de base

C · Proposta

Começar já: por um mês, nos canais atuais (site, eventos, indicação), contar pedidos de diagnóstico, de onde vieram, propostas enviadas e ciclos fechados; repetir a contagem quando a página da Solutions estiver no ar. Só então fixar metas.

Por quê: não existe dado de partida: a rota /solutions não abre e o briefing não traz números; medir já dá a base antes da página nova; meta provisória até lá

E10 E26

Qualidade do ciclo

C · Proposta

Antes do primeiro relatório, escrever o que conta como lead qualificado, reunião realizada e negociação aberta. Medir por ciclo: leads qualificados que viraram reunião, reuniões que viraram negociação, pedidos de cadastro ou oposição e clientes que renovaram no fim dos 90 dias. A meta por mercado sai depois do primeiro ciclo completo.

Por quê: o relatório semanal já conta leads, oportunidades, reuniões e negociações; falta definir cada termo para os números serem comparáveis e substituírem o “99%” sem método; cadastro mede a saúde da prospecção (“Dados de leads e transferência internacional”) E03 E08 E32

Direitos e licenças

Item	Situação
Logotipos e símbolos	Arquivos entregues pelo Kadu; titularidade e cessão de direitos a formalizar
Fontes	Nico Moji e Outfit, SIL Open Font License 1.1
Ícones, carta náutica e ilustrações	Desenho próprio para o ecossistema
Animações e som	Criados a partir dos logos para este manual; o som é esboço
Fotografias	Ainda não existem; o ensaio precisa de autorização de imagem

Processo e fora do escopo

Processo	Fora do escopo
Toda mudança passa pelo designer, sobe a versão do manual e entra no histórico.	Site institucional, calendário de conteúdo, ensaio fotográfico, versão final do som e registro no INPI. Estão no checklist mestre como “a fazer”.

Fontes e metodologia · Diretrizes

OSS

Como esta página foi feita

Como esta página foi feita

Pesquisa de nível padrao, atualizada em 2026-10-30: briefing, sites de referência, concorrentes nomeados e normas do setor. 44 blocos: 6 fato, 8 pesquisa, 7 derivado, 8 hipótese, 15 proposta. O texto foi montado pela skill de estratégia e passa por revisão cética antes da publicação final.

Como ler os selos

- F · Fato dado do próprio cliente ou do briefing.
- P · Pesquisa fonte externa, com link e data.
- D · Derivado conclusão tirada das fontes indicadas.
- H · Hipótese hipótese, com plano para validar.
- C · Proposta escolha de marca, com o motivo.

Evidências

E01	<div>F</div> projeto/briefing/notion-oceanos.md (Notion · 3. Oceanos Solutions, propósito e eixos de atuação) · link · acessado em 30/10/2026 Implantar e desenvolver a operação comercial de empresas em mercados internacionais; seis eixos: diagnóstico e estratégia de entrada, inteligência e prospecção terceirizada, estrutura comercial e marketing, representação e parcerias, assessoria jurídica comercial, gestão e desempenho · confiança alta
E02	<div>F</div> projeto/briefing/notion-oceanos.md (Notion · 3. Ferramenta própria Oceanos Insight) · acessado em 30/10/2026 Oceanos Insight é o nome da ferramenta da Solutions, integrada à oferta de serviços; combina inteligência de mercado, IA, geolocalização, geração e qualificação de leads, indicadores e relatórios; ambiente exclusivo para o cliente com dashboard · confiança alta
E03	<div>F</div> projeto/briefing/notion-oceanos.md (Notion · 3. Modelo de execução e entregas características) · acessado em 30/10/2026 Ciclo inicial de 90 dias, renovável mediante acordo, com reuniões semanais; o prazo caracteriza a proposta de referência e o escopo de cada contratação orienta a aplicação; relatórios com leads gerados, oportunidades abertas, reuniões realizadas e negociações em andamento; apoio a importação e exportação · confiança alta
E04	<div>F</div> projeto/briefing/notion-oceanos.md (Notion · tabela das frentes e papel da Solutions no ecossistema) · acessado em 30/10/2026 Nome antigo 'Oceanos Solutions — Soluções Integradas', rota de referência /solutions no domínio do Hub; nos eventos, a Solutions representa a empresa e trabalha as oportunidades geradas; necessidades marítimas dos projetos vão para a Agência Marítima · confiança alta
E05	<div>F</div> projeto/entrevista.md e projeto/contexto-cliente.md (respostas do Kadu, designer do projeto, 2026-10-30) · acessado em 30/10/2026 Tom: consultivo e estratégico + internacional e sofisticado (resposta do Kadu na entrevista); aviso do Kadu: termos, cores e imagens do Notion são do período anterior, vale o conteúdo e os nomes vêm das logos · confiança alta
E06	<div>F</div> projeto/design-system/tokens.json (cores e tipografia extraídas dos SVGs oficiais) · acessado em 30/10/2026 Oceanos Solutions: hexágono em grade sobre ondas; descritor SOLUTIONS em Outfit fina; verdes #0B6A54, #0D7E29, #00C268, #8BFF9B, #C6FFDC; letreiro OCEANOS em Nico Moji comum às quatro marcas; o globo em rede é o símbolo da Oceanos Events Global Bridge · confiança alta
E07	<div>F</div> Site atual da Oceanos (oceanotech.services/pt), chamada e processo · link · acessado em 30/10/2026 Chamada 'Expansão internacional guiada por inteligência / Transformada em negócios'; eixos inteligência de mercado, execução comercial, monitoramento e alcance global; processo 'Inteligência antes do investimento' em 5 etapas (mercados prioritários, sinais de mercado, leitura estratégica, riscos e potencial, clareza para investir) · confiança alta
E08	<div>F</div> Site atual da Oceanos (oceanotech.services/pt), seção do software · link · acessado em 30/10/2026 A ferramenta aparece como 'Software Oceanos' e 'cockpit', não como Oceanos Insight; funções: mercado de commodities, importação e exportação, visão logística e portuária, viabilidade de mercado, leads qualificados, relatórios semanais; 'Leads Altamente Qualificados 99% de precisão', sem fonte nem método · confiança alta
E09	<div>F</div> Site atual da Oceanos (oceanotech.services/pt), faixa de nomes, contatos e rodapé · link · acessado em 30/10/2026 Cinco nomes em faixa sem rótulo (não diz se são clientes ou parceiros); as palavras Solutions, Insight, jurídico e 90 dias não aparecem; rodapé '© Oceanos Tech Services'; link de privacidade aponta para example.com; sem menção à LGPD; redes apontam para páginas genéricas; idiomas PT, IN (leva a /en), FR e ZH · confiança alta
E10	<div>F</div> Rota da frente no site da Oceanos (oceanotech.services/solutions) · link · acessado em 30/10/2026 A página não abriu (erro do lado do site) na consulta de 2026-10-30; o Notion já registrava 404 nessa rota · confiança alta
E11	<div>P</div> Busca exata por 'Oceanos Insight' (títulos dos resultados; GoPhotonics) · link · acessado em 30/10/2026 Nenhum resultado com 'Oceanos Insight'; os resultados trazem 'Ocean Insight', nome adotado pela Ocean Optics (espectroscopia e fotônica), que depois anunciou reestruturação para retomar a marca Ocean Optics · confiança media
E12	<div>P</div> Busca sem resultado: 'Oceanos Solutions' com expansão internacional ou international business · acessado em 30/10/2026 Nenhum resultado com o nome exato ligado a expansão internacional; aparecem empresas de nomes parecidos de outros setores (General Oceans, Oceanmax, OneOcean) · confiança baixa
E13	<div>P</div> Speedio, página inicial · link · acessado em 30/10/2026 'Escale suas vendas B2B com leads qualificados e validados'; listas de empresas com mais de 80 filtros, decisores, telefones e e-mails, clientes similares, integração com CRMs; planos a partir de R\$ 719/mês (300 empresas/mês) com fidelidade de 12 meses; declara 'mais de 4.000 clientes'; cita a LGPD sem nomear as fontes dos dados ('dezenas de bases'); depoimentos com percentuais de conversão; um depoimento com texto de preenchimento · confiança media
E14	<div>P</div> ConnectAmericas (BID), perfil verificado da Global Bridge Negócios Internacionais · link · acessado em 30/10/2026 Empresa brasileira fundada em 2016, 4 funcionários; atua como equipe de exportação das fábricas que representa, vendendo direto da fábrica ou pela própria comercial; afiliações Apex-Brasil e CIC; selo 'Company verified by ConnectAmericas'; site próprio não indicado · confiança media
E15	<div>P</div> Logcomex, página inicial · link · acessado em 30/10/2026 'Comércio Exterior é mais fácil com a Logcomex'; descrição da página: explorar mercados, fornecedores, empresas e operações globais com dados e IA; destaques para Conta Global (câmbio), LogDespachante (despacho ligado ao Portal Único Siscomex, conferência por IA) e o evento Comex Tech Forum; sem preço público; sem menção à LGPD · confiança media

E16	<div>P</div> <div>Altios International, página 'About' · link · acessado em 30/10/2026</div> <div>'We reveal your international potential'; Market Prioritization, Market Entry & Business Development, abertura de subsidiária, contabilidade e impostos, FDI Representation; escritório em São Paulo (aberto em 2005 pela linha do tempo); declara '40 offices' e '22 countries' e, no código de conduta, '550+ experts across 25 countries'; site sem português; sem preço público · confiança media</div>
E17	<div>P</div> <div>Governo de Goiás (Secti), página do PEIEX · Programa de Qualificação para a Exportação da ApexBrasil · link · acessado em 30/10/2026</div> <div>Qualificação gratuita ('não gera ônus'): visita de diagnóstico por técnico, capacitações e, ao final, plano de exportação; exige perspectiva de exportar em até 1 ano; não inclui prospecção, agenda com compradores nem representação; depois dos requisitos, a empresa 'pode' ser convidada a rodadas, feiras e missões · confiança alta</div>
E18	<div>P</div> <div>Biz Latin Hub (parte da Vistra), página inicial · link · acessado em 30/10/2026</div> <div>'Everything your expansion needs, under one roof'; abertura de empresa, contabilidade e impostos, serviços jurídicos, folha e contratação (PEO), conta bancária e vistos; '18 wholly owned offices', '25+ Countries', '950+ Multinational clients'; preço sob escopo ('talk to an expert'); 'Our lawyers, accountants and recruiters are our employees'; pesquisa de mercado e busca de parceiros não aparecem como serviço; a página lista só a unidade da Cidade do México; equipe em inglês, espanhol e português · confiança media</div>
E19	<div>P</div> <div>The Brazil Business, página inicial · link · acessado em 30/10/2026</div> <div>'Guide to Doing Business in Brazil', em inglês, endereço em São Paulo; 1.935 artigos práticos sobre impostos, contratação, importação e escritório; nenhum serviço listado na página inicial; copyright 2008–2022 · confiança media</div>
E20	<div>P</div> <div>OAB, Conselho Federal · Provimento 205/2021 (publicidade e informação da advocacia) · link · acessado em 30/10/2026</div> <div>Art. 3º: publicidade 'meramente informativa', discreta e sóbria, sem captação de clientela nem mercantilização; art. 6º: veda 'a menção à promessa de resultados'; art. 8º: 'Não é permitido vincular os serviços advocatícios com outras atividades', salvo o magistério, ainda que complementares ou afins · confiança alta</div>
E21	<div>P</div> <div>Lei 8.906/1994 (Estatuto da Advocacia e da OAB), PDF no site da OAB · link · acessado em 30/10/2026</div> <div>Art. 1º, II: são atividades privativas de advocacia 'as atividades de consultoria, assessoria e direção jurídicas'; § 3º: 'É vedada a divulgação de advocacia em conjunto com outra atividade'; art. 3º: exercício e denominação de advogado privativos dos inscritos na OAB; art. 4º: 'São nulos os atos privativos de advogado praticados por pessoa não inscrita na OAB'; art. 16: sociedades de advogados não podem realizar atividades estranhas à advocacia nem ter sócio não inscrito · confiança alta</div>
E22	<div>P</div> <div>Lefosse Advogados, alerta 'Transferência internacional de dados: prazo para adoção das cláusulas-padrão da ANPD' · link · acessado em 30/10/2026</div> <div>Resolução CD/ANPD nº 19, de 23/08/2024, aprova o Regulamento de Transferência Internacional de Dados e as cláusulas-padrão contratuais; transferência do Brasil para outro país segue os arts. 33 e seguintes da LGPD; cláusulas contratuais só valem com as cláusulas-padrão (salvo cláusulas específicas aprovadas pela ANPD); prazo para incorporá-las aos contratos: 23/08/2025 · confiança media</div>
E23	<div>P</div> <div>Legismap, 'ANPD lança guia orientativo sobre legítimo interesse' · link · acessado em 30/10/2026</div> <div>A ANPD lançou em 2 de fevereiro de 2024 o guia sobre legítimo interesse; teste em três fases: finalidade, necessidade, balanceamento e salvaguardas; 'A hipótese não se aplica aos dados pessoais sensíveis' · confiança media</div>
E24	<div>P</div> <div>CONAR · Código Brasileiro de Autorregulamentação Publicitária, íntegra hospedada pelo ConJur · link · acessado em 30/10/2026</div> <div>Art. 27: o anúncio deve conter 'uma apresentação verdadeira'; § 1º: alegações baseadas em fatos ou dados objetivos devem ser comprováveis, cabendo ao anunciante fornecer as comprovações quando solicitadas; § 2º: veda induzir a engano por implicação, omissão, exagero ou ambiguidade; § 7º, a: o anúncio 'não se referirá a pesquisa ou estatística que não tenha fonte identificável e responsável' · confiança alta</div>
E25	<div>F</div> <div>projeto/contexto-cliente.md (Perfil e oferta), a partir do Notion · acessado em 30/10/2026</div> <div>Público da Solutions: empresas que querem expandir para o exterior ou entrar no Brasil; tom consultivo e estratégico, internacional e sofisticado; nenhuma prova numérica no briefing · confiança alta</div>
E26	<div>F</div> <div>projeto/contexto-cliente.md (Empresa e 'A confirmar com o cliente') · acessado em 30/10/2026</div> <div>Razão social, CNPJ, endereço, contatos e site oficial de cada marca a confirmar; PDF da proposta Solutions e os documentos 'Oceanos business' e 'Oceanos Insight' não lidos; idiomas oficiais a confirmar · confiança alta</div>
E27	<div>P</div> <div>Mercado&Consumo, matéria sobre pesquisa da CNI com exportadoras · link · acessado em 30/10/2026</div> <div>392 empresas exportadoras; entraves mais citados: custo do transporte internacional (58,2%), ineficiência dos portos (48,5%), limitação de rotas, espaço ou contêineres (47,7%), tarifas portuárias (46,2%), câmbio (41,8%), juros (38,8%); no acesso a mercados, ausência de acordos comerciais (25,8%); a matéria não cita dificuldade de achar comprador nem de conhecer o mercado de destino · confiança media</div>
E28	<div>F</div> <div>projeto/estrategia/decisoes-comuns.md §1 (mensagem do Kadu, 2026-10-30 14:14) · acessado em 30/10/2026</div> <div>'pode fazer mesmo assim. o cliente que pediu e tem advogado': a assessoria jurídica comercial continua na oferta; a forma de apresentar o serviço (quem presta, inscrição na OAB, separação da publicidade) deve ser validada pelo advogado do cliente antes de publicar · confiança alta</div>
E29	<div>F</div> <div>projeto/contexto-cliente.md (Decisões por padrão) e projeto/entrevista.md (Decisões sem pergunta) · acessado em 30/10/2026</div> <div>Decisões por padrão do projeto, sem pergunta ao cliente: a frente de eventos se chama Oceanos Events Global Bridge (nome da logo); Oceanos Insight sem marca própria; idiomas português e inglês como hipótese · confiança media</div>
E30	<div>F</div> <div>Site atual da Oceanos, versão em inglês (oceanostech.services/en) · link · acessado em 30/10/2026</div> <div>Rótulo 'OCEANOS SOFTWARE' sobre o título 'Your international market, visible in one cockpit.'; link de navegação 'Cockpit'; 'Solutions' e 'Insight' não aparecem como nome; seletor de idioma PT, IN, FR, ZH · confiança alta</div>

E31	<div><div>P</div><div>OAB, Conselho Federal · Código de Ética e Disciplina (Resolução 02/2015) · link · acessado em 30/10/2026</div></div> <div>Art. 7º: 'É vedado o oferecimento de serviços profissionais que implique, direta ou indiretamente, angariar ou captar clientela'; art. 40, IV: veda 'a divulgação de serviços de advocacia juntamente com a de outras atividades ou a indicação de vínculos entre uns e outras' · confiança alta</div>
E32	<div><div>P</div><div>ANPD · Guia orientativo sobre legítimo interesse, versão 1.0 (cópia hospedada pelo TCE-PB) · link · acessado em 30/10/2026</div></div> <div>Informações ao titular 'de forma clara, adequada e ostensiva' (p. 26); 'possibilidade efetiva de se opor' e 'canais de fácil acesso' (p. 22-23); no exemplo de e-mail promocional, 'mecanismo de descadastramento' em cada mensagem como salvaguarda (p. 18); o controlador 'deve manter o registro das operações' baseadas no legítimo interesse (Anexo I, p. 44); coleta em fonte pública é só um fator da legítima expectativa (p. 24); não vale para dado sensível (p. 8-9) · confiança alta</div>

O que ainda precisa de validação

<div>Primeiro</div> <div><div>· **O advogado do cliente valida a apresentação do serviço jurídico** (quem presta, inscrição na OAB, separação da publicidade) antes de publicar qualquer peça que cite a assessoria jurídica comercial. Por decisão do cliente, o serviço fica na oferta. As normas estão no ct-2:</div><div><div>· Lei 8.906/1994, arts. 1º (II e § 3º), 3º, 4º e 16;</div><div>· Provimento CFOAB 205/2021, arts. 3º, 6º e 8º;</div><div>· Código de Ética da OAB, arts. 7º e 40, IV.</div></div></div>	<div>Com os sócios (uma conversa de 45 minutos)</div> <div><div>· Razão social, CNPJ, endereço, contatos e domínio da Solutions. "Oceanos Tech Services", no rodapé do site, é razão social? De quem: do grupo ou da frente marítima?</div><div>· "OCEANOS SOFTWARE", "Software Oceanos" e "cockpit" do site são o Oceanos Insight? Quais fontes de dados a ferramenta usa, com que frequência atualiza e onde ficam os servidores?</div><div>· De onde vem o "99% de precisão"? Se não houver método e medição, a frase sai do site.</div><div>· Os cinco nomes da faixa do site: são clientes, parceiros ou exemplos? Há autorização para usar?</div><div>· Quem faz a "orientação fiscal" e o "compliance comercial" do eixo jurídico?</div><div>· Importação: é serviço ativo? Quantos contratos e em que setores?</div><div>· Representação: se a Solutions intermediar vendas em nome do cliente (além da representação institucional em feiras e missões), que registro é exigido e quem executa?</div><div>· Passagem entre frentes: já acontece? As frentes têm o mesmo CNPJ? Se não tiverem, passar contato de uma para outra é compartilhamento de dados.</div><div>· Ciclo de 90 dias: o que é fixo em todo contrato (reunião semanal, relatório) e o que varia?</div><div>· Valores (pl-4): quais já são prática? Já recomendaram a algum cliente não entrar num mercado?</div><div>· Tom: confirmar com a direção da Oceanos o tom definido na entrevista com o designer.</div><div>· Idiomas: português e inglês? O site tem francês e chinês: eles continuam?</div><div>· Enviar o PDF da proposta e os documentos "Oceanos business" e "Oceanos Insight".</div><div>· Casos: algum cliente autoriza contar o mercado, o prazo e as reuniões realizadas?</div></div>
--	--

Com clientes e possíveis clientes

- **8 exportadoras pequenas e médias** (4 que já exportam, 4 que querem começar).
- Perguntas: como acham compradores hoje? O que já tentaram (feira, missão, PEIEX, lista de contatos) e o que aconteceu? O que mais trava a venda lá fora? Como pagariam por reuniões qualificadas?
- Aceite: 5 de 8 citam falta de tempo ou de gente para prospectar.
- **5 empresas estrangeiras** que entraram no Brasil nos últimos três anos (rede do cliente, câmaras de comércio).
- Perguntas: o que pesou na decisão? Quem contrataram, para quê e em que idioma?
- Aceite: 3 de 5 contrataram a busca de distribuidores separada da abertura da empresa.
- **Primeiros clientes da Solutions, no dia 30 e no dia 90.** Pergunta: que momento mais pesou na decisão de continuar (diagnóstico, primeira reunião, relatório semanal, conversa de renovação)?
- **Tagline:** mostrar "Inteligência antes do investimento." e a de apoio, "Do mapa à mesa de negociação.", a 6 pessoas do público, em português e inglês. Perguntar o que cada uma quer dizer, não de qual gostam.

Medir (começar já)

- Por um mês, nos canais atuais: pedidos de diagnóstico, origem, propostas enviadas e ciclos fechados. Repetir quando a página da Solutions estiver no ar.
- Antes do primeiro relatório: definir por escrito lead qualificado, reunião realizada e negociação aberta. Contar também os pedidos de descadastro e de oposição.

Profissionais

- **Encarregado de dados ou advogado de privacidade:**
- base legal da geração de leads e registro do teste de legítimo interesse;
- aviso de privacidade real (hoje o link aponta para example.com);
- canal de oposição e descadastro em toda mensagem de prospecção;
- cláusulas-padrão da Resolução CD/ANPD 19/2024 nos contratos com clientes estrangeiros;
- lei do país de cada contato no exterior, como a da União Europeia (não pesquisada aqui);
- compartilhamento de contatos entre as frentes.
- **Publicidade:** revisar números e alegações pelo art. 27 do código do CONAR antes de publicar.
- **Propriedade intelectual:** busca de anterioridade no INPI para "Oceanos Solutions", "Oceanos Insight" e a tagline "Inteligência antes do investimento"; as classes ficam com o profissional.

Não verificado nesta rodada

- Texto da Lei 8.906/1994 no Planalto (recusou a leitura); foi usado o PDF do site da OAB.
- Íntegra da Resolução CD/ANPD 19/2024; foi lida por resumo de escritório (Lefosse).
- Relatório da CNI (a página deu erro); foi usada a matéria do Mercado&Consumo.
- Site da Econodata (não abriu).
- LinkedIn, Google Maps e avaliações públicas da Oceanos.
- Se a Global Bridge Negócios Internacionais é a mesma trading de Caxias do Sul citada no parecer de conformidade.



Manual da marca Oceanos Solutions · v1.0 · 30/10/2026

Razão social: a confirmar · CNPJ: a confirmar · Endereço: a confirmar

Design das marcas e do manual: Kadu Veronez
kaduveronez.com



PROJETO
Manual da marca Oceanos Solutions

DATA
30/10/2026

FOLHA
Estratégia e diretrizes

ESCALA
1:1 · tela

CAPÍTULOS
09 folhas

DESENHO
Kadu Veronez

REVISÃO
v1.0

SISTEMA
Carta náutica · Zuik