

Por que a Oceanos 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, 9 derivado, 8 hipótese, 13 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

1

A base de cada decisão

Posicionamento

Posicionamento

H · Hipótese

Proposto: para empresas que querem fazer negócio entre o Brasil e outros mercados, a Oceanos é o ecossistema que leva a oportunidade da análise à operação: estudo de mercado e venda (Oceanos Solutions), encontros de negócio (Oceanos Events Global Bridge) e coordenação operacional, quando houver (Oceanos Shipping Agency), atrás de uma porta só.

Por quê: ocupa a lacuna “Lacuna” com o que o briefing descreve (E01, E03): as frentes existem; a passagem entre elas e o atendimento da Shipping a exportadores ainda não foram confirmados

E01 E03 E28

Ideia central

Ideia central

C · Proposta

A travessia inteira.

Por quê: resume o posicionamento em duas palavras e conversa com o nome e com as ondas comuns às marcas; serve de régua: se a peça não mostra de onde o cliente sai e para onde vai, não é Oceanos

Propósito

Propósito

C · Proposta

Aproximar empresas de oportunidades no Brasil e no exterior e ficar até a oportunidade virar negócio.

Por quê: parte da frase do próprio briefing (E01) e deixa explícito o acompanhamento, que separa a Oceanos de quem só informa ou só conecta (“Padrão da categoria”) **E01**

Proposta de valor

Proposta de valor

D · Derivado

Uma entrada para trabalhos que, entre os concorrentes consultados, não aparecem juntos sob uma marca: decidir se e como entrar num mercado, montar a venda, encontrar quem compra e coordenar a operação, quando houver. Pelo briefing, a Oceanos recebe a demanda e chama a frente certa **E02** ; a proposta-base da Solutions prevê reunião semanal e relatório de leads, reuniões e negociações **E26** , com dados do Oceanos Insight **E05** .

Por quê: soma do que o briefing descreve para cada frente (E28) contra o padrão da categoria (“Padrão da categoria”); diante do gratuito da ApexBrasil, o que se paga é a execução junto com o cliente, não a orientação **E28**

Tagline

Tagline

C · Proposta

Da oportunidade à operação. Em inglês: From opportunity to operation.

Por quê: resume o fluxo do briefing (E03) em quatro palavras e funciona nas duas línguas; é a tagline só da marca-mãe, cada frente tem a sua (“Taglines de apoio”); as chamadas dos concorrentes falam de escala, facilidade, potencial ou alcance (E15, E17, E19, E38, E39); proposta sem teste com clientes, checar no INPI e em busca junto com “Proteção e nomes parecidos” **E03**
E15 **E17** **E19** **E38** **E39**

Valores

Valores

H · Hipótese

Dado com fonte: toda recomendação diz de onde vem o número e de quando é. Continuidade: um responsável por cliente e passagem entre frentes com resumo escrito, dentro das regras de dados (“LGPD na prospecção, nos eventos e entre frentes”). Prestação de contas: relatório no ritmo combinado, com o que foi feito, o que abriu e o próximo passo. Habilitação: cada serviço com quem pode prestá-lo, como contrato com advogado e despacho com despachante registrado.

Por quê: cada valor vira um comportamento que o cliente consegue verificar

Personalidade

Personalidade

D · Derivado

É analítica, discreta e cosmopolita: fala com dado, sem alarde, e passa do português ao inglês sem perder a clareza. Não é vendedora, grandiloquente, técnica demais nem fria.

Por quê: tom definido na entrevista do projeto (E06), a validar com a direção da Oceanos; “discreta” corrige o site atual, que promete “99% de precisão” sem fonte (E10) **E06** **E10**

Princípios de experiência

Princípios de experiência

C · Proposta

Dizer quem cuida e quando volta. Passar o cliente adiante com o histórico, depois de avisá-lo e com base legal definida (“LGPD na prospecção, nos eventos e entre frentes”). Mostrar o dado com a fonte. Fechar cada etapa com o próximo passo por escrito.

Por quê: traduz a ideia central nos três momentos de verdade levantados em “Momentos de verdade”, com a regra de dados de “LGPD na prospecção, nos eventos e entre frentes”

Provas que sustentam

Provas que sustentam

H · Hipótese

Passagem entre frentes com resumo escrito, responsável nomeado e aviso ao cliente (“LGPD na prospecção, nos eventos e entre frentes”); relatório periódico com leads, reuniões e negociações [E26](#) ; casos contados com autorização (empresa, mercado, o que aconteceu) no lugar dos cinco nomes sem contexto do site atual [E10](#) .

Como validar: confirmar com a direção se a passagem entre frentes já acontece, se o relatório é padrão e quais clientes autorizam contar um caso

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 Oceanos é

F · Fato

Um ecossistema que junta inteligência de mercado, desenvolvimento de negócios, atuação marítima e conexões empresariais para aproximar empresas de oportunidades no Brasil e no exterior [E01](#) . No briefing, a marca-mãe é o Hub: apresenta as frentes e encaminha cada demanda para a frente certa [E02](#) .

Identidade nova

F · Fato

As quatro marcas dividem o letreiro OCEANOS e as ondas na base do símbolo; cada uma tem símbolo e cor próprios (azul, laranja, verde e dourado) sobre grafite e névoa. As frentes levam descritor em Outfit fina; a Oceanos, não [E07](#) .

O Hub hoje

F · Fato

O site oceanostech.services abre com “Expansão internacional guiada por inteligência. Transformada em negócios.”, mostra um painel de dados (commodities, logística e portos, viabilidade, leads, relatórios semanais) e chama para “Planejar minha expansão” e “Conhecer a plataforma” [E08](#) . As três frentes não aparecem e o rodapé assina “© Oceanos Tech Services” [E09](#) .

Duas casas sem ligação

F · Fato

A frente marítima tem site próprio, oceanosts.com, ainda com o nome Oceanos Tech Services e só em português [E13](#) . O Hub não cita nem liga para esse site [E09](#) . A rota shipping-agency do Hub não abriu em 30/10/2026, e o briefing já registrava erro nas rotas das três frentes [E14](#) .

Promessas sem prova

F · Fato

O site promete “99% de precisão” em leads qualificados sem dizer fonte nem método e mostra cinco nomes de empresas sem dizer se são clientes, parceiros ou exemplos [E10](#) . Nenhum dos cinco apareceu em busca pelo nome exato [E12](#) , o que não prova que não existam.

Cadastro e acabamento

F · Fato

Nem o Hub nem o site marítimo mostram razão social, CNPJ, endereço ou telefone [E09](#) [E13](#) . No Hub, o link de privacidade aponta para um endereço de teste (example.com), Instagram e LinkedIn levam às páginas iniciais das redes e, em inglês, o seletor mostra “IN” no lugar de “EN” [E11](#) . Se “Oceanos Tech Services” é também a razão social: a confirmar.

Preservar, transformar, evitar

Preservar, transformar, evitar

D · Derivado

Preservar: “Antes de investir, validamos onde existe oportunidade real” e o processo “Inteligência antes do investimento”, que passa a ser a tagline da Solutions [E08](#) ; o letreiro e as ondas comuns às quatro marcas [E07](#) . Transformar: o site de uma ferramenta em Hub que apresenta as três frentes e encaminha a demanda; o rodapé “© Oceanos Tech Services” na razão social confirmada; o link de privacidade de teste num aviso real; o domínio, que carrega o nome antigo, em decisão do cliente [E09](#) . Evitar: número sem fonte e nomes de empresas sem dizer a relação [E10](#) [E40](#) ; serviço jurídico sem dizer quem presta e sem a validação do advogado do cliente [E24](#) [E35](#) .

Por quê: o site já tem uma frase de método reconhecível e um processo em etapas; o que enfraquece é a ausência das frentes, a prova sem fonte, o aviso de privacidade de teste e o nome antigo no rodapé e no domínio

Concorrentes

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

Concorrente	O que mostra	Fonte
Comexport	Trading de importação que se apresenta como a maior empresa de comércio exterior do Brasil. Vende integração logística, otimização fiscal, rastreamento, soluções financeiras e compliance; declara mais de 550 profissionais e 9.000 importações (site lido em 30/10/2026), em português, inglês e mandarim. Exportação, eventos e missões não aparecem na página lida E15 .	E15
Logcomex	Plataforma de dados de comércio exterior com IA para achar mercados, fornecedores e empresas, mais conta para câmbio e pagamentos e software para despachante. Anuncia o Comex Tech Forum para 01/09/2027, em São Paulo. Tom direto e promocional: “Comércio Exterior é mais fácil com a Logcomex” E17 .	E17
LIDE	Grupo de líderes empresariais por filiação, com eventos, conferências e visibilidade de marca; declara mais de 2 mil empresas, 4 mil líderes e atuação em 22 países (site lido em 30/10/2026) E19 . A CGEM, do Marrocos, anunciou com o LIDE o primeiro Fórum Marrocos-Brasil; lido só o título, sem data E20 .	E19 E20
Altios Internationa l	Consultoria de expansão internacional com escritório em São Paulo desde 2005: priorização de mercados, entrada e desenvolvimento de negócios, abertura de subsidiária com contabilidade e impostos, RH e folha, aquisições e representação de investimento estrangeiro. Chamada: “We reveal your international potential”. Declara 40 escritórios e 22 países (site lido em 30/10/2026); site sem versão em português. Eventos, missões e serviços marítimos não aparecem na página lida E38 .	E38
Biz Latin Hub	Empresa de entrada em mercados da América Latina e do Caribe, parte da Vistra: abertura de empresa, serviços jurídicos, contabilidade e impostos, contratação e folha, conta bancária e vistos. Chamada: “Local depth. Global backing.” Declara 18 escritórios próprios, mais de 25 países e mais de 950 clientes multinacionais (site lido em 30/10/2026). A página inicial não cita o Brasil; pesquisa de mercado, eventos, missões e logística não aparecem E39 .	E39

Padrão da categoria e lacuna

Padrão da categoria

D · Derivado

Cada concorrente cobre parte da jornada: operação de importação (Comexport e também a Sertrading [E16](#)), dados (Logcomex), rede e eventos (LIDE), entrada e estrutura no país de destino (Altios, Biz Latin Hub); a BMJ, também consultada, trabalha acesso a mercado e governo [E18](#) . Quatro dos cinco da tabela vendem escala em números declarados. Fora da disputa, a ApexBrasil oferece diagnóstico e cursos gratuitos e conecta por feiras, missões e rodadas [E21](#) , e a Câmara de Comércio Árabe-Brasileira oferecia a associados, em 2019, dados de comércio, feiras e palestras [E22](#) . É com esse gratuito e esse associativo que o cliente pode comparar preço.

Por quê: números declarados em E15, E19, E38 e E39 (a Logcomex não tem número registrado); Sertrading e BMJ foram consultadas e saíram da tabela para dar lugar a Altios e Biz Latin Hub, mais próximas da oferta integrada; ApexBrasil e câmaras entram como alternativa, não como concorrente [E15](#) [E17](#) [E19](#) [E38](#) [E39](#)

Lacuna

D · Derivado

Altios e Biz Latin Hub já vendem expansão com vários serviços juntos (abertura de empresa, contabilidade, jurídico, desenvolvimento de negócios) [E38](#) [E39](#) : integrar, sozinho, não diferencia. Nas páginas lidas em 30/10/2026, nenhum dos consultados liga essa execução a eventos de negócio e a uma agência marítima sob a mesma marca [E33](#) ; ausência não prova que ninguém faça. O espaço provável é o de quem vai do estudo de mercado à coordenação operacional, com eventos no meio, e prova processo (agenda, reunião, relatório) em vez de escala.

Por quê: a Oceanos já descreve as quatro frentes (E01, E28) e um processo com reunião semanal e relatório (E26); Altios e Biz Latin Hub integram serviços de entrada, mas não eventos nem agência marítima nas páginas lidas (E38, E39); a amostra é pequena (sete empresas e duas buscas) [E01](#) [E28](#) [E26](#)

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

Empresa com produto ou serviço pronto e sem equipe no exterior. Quando decide testar um mercado, quer saber se vale, quem compra lá e alguém que leve a conversa até a negociação, sem gastar com viagem e feira à toa. Compara com o gratuito da ApexBrasil E21 e com consultorias. Não é público: quem busca só frete ou despacho pelo menor preço, sem projeto comercial.

Como validar: 4 conversas com empresas atendidas pela Solutions (se ainda não houver, com empresas que já exportam ou tentaram): por que contrataram ou desistiram, com quem compararam e o que esperavam do primeiro ciclo. A Events Global Bridge fica fora desta rodada até haver evento realizado E28

Empresa estrangeira que quer entrar no Brasil

H · Hipótese

Fabricante ou exportador de fora que procura distribuidor, importador ou parceiro no Brasil e precisa entender regras, impostos e logística antes de investir E28 . Quer um interlocutor no idioma dele; é o público que sustenta a hipótese de comunicar em português e inglês E34 .

Como validar: levantar com a direção quantos projetos de entrada no Brasil houve, de que países e em que idioma chegou o primeiro contato; 2 conversas com empresas estrangeiras atendidas ou em negociação

Empresa do setor marítimo

H · Hipótese

Armador, operador offshore ou empresa portuária que precisa de agenciamento, vistoria ou apoio técnico no porto, com agilidade E28 . Deve chegar pela Shipping Agency; para a marca-mãe, conta quando a operação revela uma demanda comercial que outra frente pode atender E03 .

Como validar: 2 conversas com clientes da Shipping Agency: o que contrataram, se pediram algo comercial ou de eventos e se a Shipping atende carga de exportador ou importador, além de navio E13

Jornada e momentos de verdade

Momentos de verdade

H · Hipótese

Três momentos parecem decidir se o ecossistema funciona para o cliente: o primeiro contato (quem vai cuidar e quando volta), a passagem entre frentes, se acontecer (o cliente não repete a história), e o relatório do período (o que foi feito, o que abriu, qual o próximo passo) E26 .

Como validar: nas 8 conversas acima, perguntar qual desses momentos mais pesou para continuar ou parar E02

Roteiro de pesquisa e métricas de base

Antes de publicar

- O advogado do cliente valida a apresentação do serviço jurídico da Shipping Agency e da Solutions: quem presta, inscrição na OAB e publicidade separada. O serviço fica na oferta por decisão do cliente.
- Os sites precisam de aviso de privacidade real (finalidade, controlador, encarregado) antes de captar qualquer contato; hoje o link do Hub vai para example.com.

Com a direção da Oceanos (uma conversa de 45 minutos)

- Razão social, CNPJ, endereço, telefone e e-mail oficiais de cada marca. "Oceanos Tech Services" é a razão social do grupo, da frente marítima ou só o nome antigo?
- As frentes são CNPJs diferentes? Se forem, passar contato de uma para outra é compartilhamento de dados.
- O tom proposto (consultivo e estratégico, internacional e sofisticado) foi definido na entrevista do projeto, com o Kadu. A direção concorda?
- Domínios: o Hub continua em oceanostech.services, que carrega o nome antigo? A frente marítima deixa oceanosts.com? Quando as páginas das frentes vão ao ar?
- Quem recebe a demanda, em quanto tempo responde e como passa o cliente para outra frente (há resumo escrito e responsável nomeado?).
- A Shipping Agency atende carga de exportador ou importador, ou só navio e armador?
- Quais dos valores propostos (dado com fonte, continuidade, prestação de contas, habilitação) já são prática e quais pedem rotina nova.
- Os cinco nomes do site (Norden Global Trade, Vera Commodities, Atlas Port Logistics, Solis Market Systems, Meridian B2B Network): são clientes, parceiros ou exemplos? De onde vem o "99% de precisão"?
- "OCEANOS SOFTWARE", "Software Oceanos" e "cockpit", no site, são o Oceanos Insight?
- Quem executa o despacho aduaneiro: despachante registrado da equipe ou parceiro?
- Idiomas oficiais (hipótese: português e inglês). O francês e o chinês do site atual continuam?
- Já houve evento ou missão realizados? Quais clientes autorizam contar um caso (empresa, mercado, o que aconteceu)?

Com clientes (8 conversas)

- Empresa brasileira que quer vender lá fora: 4 conversas com empresas atendidas pela Solutions (se não houver, com empresas que já exportam ou tentaram). Por que contrataram ou desistiram, com quem compararam (ApexBrasil, trading, consultoria, câmara) e o que esperavam do primeiro ciclo?
- Empresa estrangeira que quer entrar no Brasil: 2 conversas com empresas atendidas ou em negociação. Em que idioma chegou o primeiro contato e o que precisavam entender antes de investir?
- Empresa do setor marítimo: 2 conversas com clientes da Shipping Agency. O que contrataram e se pediram algo comercial ou de eventos.
- Nas 8 conversas: o que mais pesou para continuar, entre o primeiro contato, a passagem entre frentes e o relatório?
- A Events Global Bridge fica fora desta rodada até haver evento realizado.
- Critério de aceite:
 - Se 5 de 8 citam o acompanhamento contínuo ou a passagem entre frentes como motivo, o posicionamento e a lacuna se sustentam.
 - Se citam preço ou um serviço isolado, a marca-mãe fala menos do conjunto e mais de cada frente.

Medir por um mês

- Cada demanda que chega: frente de entrada, frente de destino e tempo até a primeira resposta.
- Clientes atendidos por mais de uma frente e projetos que nasceram em outra frente.

Profissionais

- Advogado do cliente:
- forma de apresentar o serviço jurídico (Lei 8.906/1994, art. 1º, II e §3º, arts. 3º, 4º e 16; Provimento CFOAB 205/2021, arts. 3º, 6º e 8º; Código de Ética da OAB, arts. 7º e 40, IV).
- Advogado ou encarregado de dados:
- base legal da prospecção e dos leads do Oceanos Insight;
- passagem de dados entre frentes;
- listas de eventos;
- cláusulas-padrão da ANPD para transferência ao exterior;
- lei local dos países contatados.
- Despachante aduaneiro ou advogado:
- como anunciar despacho aduaneiro (IN RFB 1.209/2011 e Regulamento Aduaneiro).
- Profissional de PI:
- busca de anterioridade no INPI para Oceanos, os três nomes com descritor e as taglines;
- registro e classe da Global Bridge Negócios Internacionais.
- Revisão de publicidade:
- todo número publicado com fonte e data (CONAR, art. 27).

Testar

- Mostrar "Da oportunidade à operação." e "Uma porta, três frentes." a 5 clientes, em português e em inglês. Eles conseguem dizer, com as próprias palavras, o que a Oceanos faz?

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

LGPD na prospecção, nos eventos e entre frentes

P · Pesquisa

Lead de empresa traz dado pessoal (nome, e-mail e cargo de quem decide). No legítimo interesse, a ANPD pede teste em três fases (finalidade, necessidade, balanceamento com salvaguardas), tratamento que a pessoa possa esperar, transparência e canal fácil de oposição; o guia traz exemplos de envio de ofertas com descadastramento, nenhum de prospecção entre empresas [E32](#) [E23](#) . Para as quatro marcas: base legal registrada, aviso e descadastro em toda mensagem de prospecção, inclusive as do Oceanos Insight [E05](#) ; passar contato, oportunidade ou histórico de uma frente a outra é compartilhamento se forem CNPJs diferentes e pede base legal definida por profissional e aviso ao titular (nos eventos, também à contraparte); transferência para fora do país só com as cláusulas-padrão da ANPD (Resolução CD/ANPD 19/2024) [E37](#) ; contato no exterior segue também a lei local, não pesquisada. O link de privacidade do Hub aponta para um endereço de teste [E09](#) : aviso real antes de captar contato. Validar com advogado.

Serviço jurídico: normas e decisão do cliente

P · Pesquisa

Normas: consultoria e assessoria jurídicas são privativas de advogado, e é vedado divulgar advocacia em conjunto com outra atividade (Lei 8.906/1994, art. 1º, II e §3º); só o inscrito na OAB exerce a advocacia, ato privativo praticado por não inscrito é nulo e sociedade de advogados não pode ter atividade estranha à advocacia (arts. 3º, 4º e 16) [E25](#) . O Provimento CFOAB 205/2021 pede publicidade sóbria, sem promessa de resultado nem casos concretos, e proíbe vincular a advocacia a outras atividades (arts. 3º, 6º e 8º) [E24](#) ; o Código de Ética veda captar clientela e divulgar advocacia junto com outras atividades (arts. 7º e 40, IV) [E36](#) . Decisão: a consultoria jurídica da Shipping Agency [E13](#) e a assessoria jurídica comercial da Solutions [E26](#) ficam na oferta. Mantido por decisão do cliente, que tem advogado próprio [E35](#) . A forma de apresentar o serviço (quem presta, inscrição na OAB, separação da publicidade) deve ser validada pelo advogado do cliente antes de publicar.

Despacho aduaneiro

P · Pesquisa

Pelo edital de qualificação da Receita Federal de setembro de 2026, só pessoa física inscrita no Registro de Despachantes Aduaneiros exerce a profissão, com o registro regido pela IN RFB 1.209/2011 E31 E27 . A frente marítima lista despacho aduaneiro entre os serviços E13 . Regra para as quatro marcas: o serviço entra condicionado (“com despachante registrado; a confirmar quem executa”), a peça traz nome e registro de quem faz e não chama de despachante quem não está no registro. Validar com despachante aduaneiro ou 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.

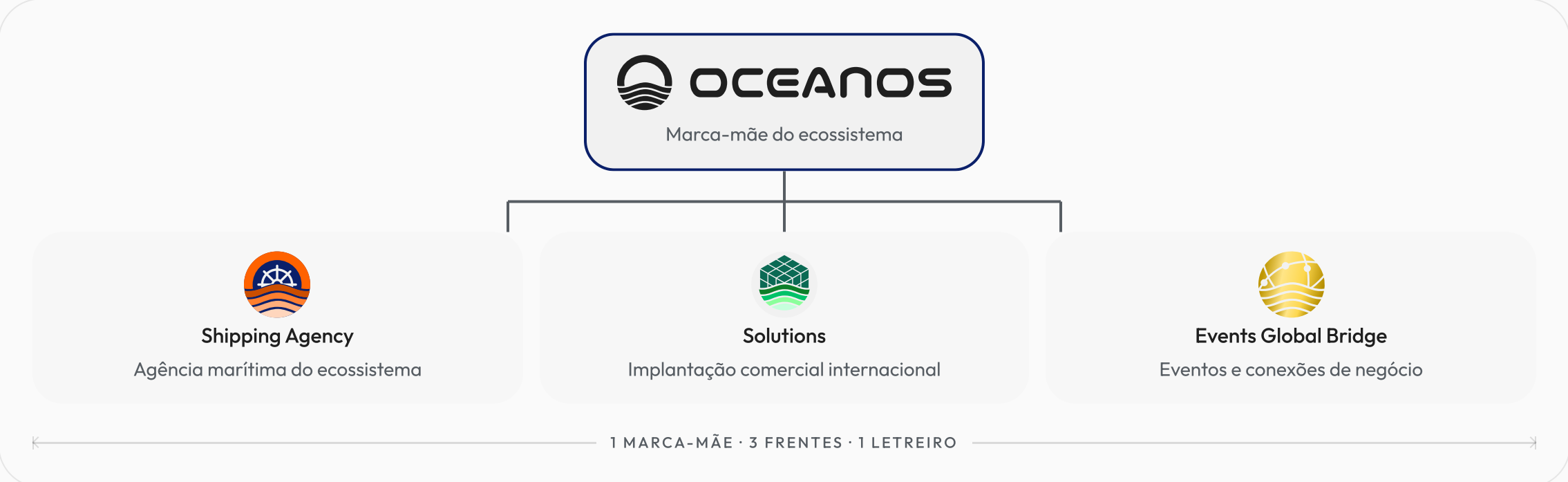


Dados pessoais (LGPD): prospecção e listas de eventos só com base legal e aviso de privacidade.

Arquitetura e nome · Estratégia

 Uma marca-mãe, três frentes

Arquitetura do ecossistema



Marca-mãe com descritores e peça conjunta

C · Proposta

Modelo: marca-mãe com descritores. Oceanos é a marca-mãe e não leva descritor; as frentes são a mesma marca com descritor fixo: Oceanos Shipping Agency, Oceanos Solutions e Oceanos Events Global Bridge. Letreiro, ondas e neutros são comuns; mudam o símbolo e a cor E07 . Peça de uma frente usa a logo dela. Peça conjunta: logo Oceanos e as frentes citadas em texto; logos lado a lado só quando cada frente tem papel próprio na peça (estande dividido, convite com dois anfitriões), na mesma altura, separadas por um fio, sem fundir símbolos. “Hub” é termo interno; no texto público, “Oceanos”.

Por quê: a identidade já foi desenhada assim (E07) e o briefing dá à marca-mãe o papel de entrada (E02); termo e regra são os mesmos nas quatro estratégias (decisões comuns), para nenhuma peça inventar combinação E02

Relação entre as frentes

Como a demanda circula

D · Derivado

Pelo desenho do briefing, a Oceanos recebe a demanda, entende o que é e chama a frente certa [E02](#) . Caminho-padrão: identificação da demanda → inteligência e estruturação comercial (Solutions) → conexões e negociação (Events Global Bridge e Solutions) → coordenação operacional, quando houver (Shipping Agency) [E03](#) . Há outras entradas: um evento pode virar projeto internacional, uma demanda marítima pode revelar necessidade comercial, uma análise de mercado pode indicar uma missão. A regra é o cliente ter um responsável e não recomençar a história a cada frente; passar contato ou histórico entre frentes de CNPJs diferentes é compartilhamento de dados e pede base legal e aviso ao titular (“LGPD na prospecção, nos eventos e entre frentes”).

Por quê: fluxo e entradas são do briefing (E03); a frente de cada etapa sai dos papéis descritos para elas (E26, E28); a passagem é intenção do desenho, ainda não confirmada como prática, e a regra de dados vem de “LGPD na prospecção, nos eventos e entre frentes” [E26](#) [E28](#)

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 (lista-mestra)

C · Proposta

Primeira menção sempre por extenso: Oceanos, Oceanos Shipping Agency, Oceanos Solutions, Oceanos Events Global Bridge. Depois, no mesmo texto: a Shipping Agency, a Solutions, a Events Global Bridge. Descritor não se traduz; sem ® até a busca no INPI. 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. Oceanos Insight é a ferramenta da Oceanos Solutions, sem logo nem cor própria [E05](#) ; os nomes do software no site atual (“OCEANOS SOFTWARE”, “Software Oceanos”, “cockpit”) viram Oceanos Insight se forem a mesma ferramenta, a confirmar [E08](#) [E11](#) . Oceanos Tech Services, hoje no rodapé do Hub e no site marítimo [E09](#) [E13](#) , só aparece como razão social em documento legal; de quem é o nome (grupo ou frente marítima): a confirmar. Antes e agora [E04](#) : “Agência Marítima — Oceanos Tech Services” → Oceanos Shipping Agency; “Oceanos Solutions — Soluções Integradas” → Oceanos Solutions; “Eventos Expanc” → Oceanos Events Global Bridge.

Por quê: os nomes oficiais são os das logos (E07); o Kadu avisou que os nomes do Notion são do período anterior (E06) e o projeto definiu os novos por padrão (E34); regra única para as quatro estratégias (decisões comuns) [E07](#) [E06](#) [E34](#)

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 e nomes parecidos

H · Hipótese

Não sabemos se Oceanos e as frentes estão registradas no INPI: até a busca de anterioridade, nada de ®. “Global Bridge” já está no nome de uma empresa brasileira do mesmo segmento, a Global Bridge Negócios Internacionais, que atua em exportação [E30](#) ; por isso nunca aparece sem “Oceanos Events” antes, e o risco de confusão e de registro vai para o profissional de PI. A busca por “Oceanos Tech Services” traz uma Ocean Tech Services, LLC, dos EUA [E29](#) : mais um motivo para o nome antigo sair. Logo de parceiro (ApexBrasil, câmara, coorganizador) só com autorização escrita e com o papel escrito ao lado: apoio, realização ou patrocínio.

Como validar: busca de anterioridade no INPI para Oceanos, os três nomes com descritor e as taglines, com profissional de PI; checar registro e classe da Global Bridge Negócios Internacionais

Taglines de apoio

Taglines de apoio

C · Proposta

Apoio da marca-mãe: “Uma porta, três frentes.” (One door, three fronts.). Cada frase tem um dono: Oceanos, “Da oportunidade à operação.”; Oceanos Solutions, “Inteligência antes do investimento.”; Oceanos Shipping Agency, “Mão firme em cada escala.”; Oceanos Events Global Bridge, ideia central “Encontro com próximo passo.”. Nenhuma marca usa a frase de outra.

Por quê: cada frase tem um dono para as quatro não colidirem (decisões comuns); “Inteligência antes do investimento” vem do site atual (E08) e fica com a Solutions, que faz o diagnóstico; todas são propostas a validar com o cliente e checar no INPI [E08](#)

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.

OS

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 comum: carta náutica

C · Proposta

Sistema comum às quatro marcas: carta náutica, com coordenadas, rotas tracejadas ligando mercados, linha do horizonte e as ondas que todas as logos têm na base. Cada frente soma um elemento próprio, sem repetir o das outras: Shipping Agency, marcas de calado; Solutions, grade e coordenadas; Events Global Bridge, rede de nós e linhas. A Oceanos usa o sistema comum, com o horizonte do seu símbolo como ponto de partida; em peça conjunta, cada frente entra como uma rota na própria cor. Foto de pessoas ou de operação real só com autorização escrita; sem projeto real, foto produzida com modelos autorizados ou ilustração, sem sugerir histórico.

Por quê: nasce do símbolo (sol nascendo sobre ondas) e das ondas comuns às marcas (E07), do fluxo do briefing (E03) e do tom consultivo; um sistema comum com um elemento por frente evita três territórios iguais (decisões comuns) E07 E03

Territórios descartados

Descartado: globo e aperto de mão

C · Proposta

Globo girando, aperto de mão, horizonte de arranha-céus e contêineres empilhados. Descartado.

Por quê: imagem de banco que qualquer empresa de comércio exterior pode usar; o aperto de mão promete relação sem mostrar método

Descartado: painel futurista

C · Proposta

Interface neon, visor de dados, “cockpit” e números grandes em contagem. Descartado.

Por quê: puxa a marca-mãe para a ferramenta, que é da Solutions (Oceanos Insight), e para promessas de precisão sem fonte como as do site atual (E08, E10); conflita com a personalidade discreta E08 E10 E05

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 Oceanos 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

Comece pela decisão do cliente, não pela empresa. Mostre o dado com fonte e data. Diga o próximo passo e quem cuida dele. Prometa o processo, nunca o resultado. Português e inglês com o mesmo conteúdo, revisados por quem escreve na língua; nome de marca não se traduz.

Por quê: derivados do tom definido na entrevista do projeto (E06), a validar com a direção da Oceanos, da prova sem fonte do site atual (E10) e da regra da OAB contra promessa de resultado (E24); os idiomas são hipótese do projeto (E34) [E06](#) [E10](#) [E24](#) [E34](#)

Diga e evite

Diga e evite

D · Derivado

Evite “99% de precisão”; diga “leads qualificados pelos critérios combinados com você” (se for a prática) [E10](#) . Número só com fonte e data; de terceiros, com “declara” [E40](#) . Evite superlativo de tamanho, comum na categoria [E15](#) ; diga o que faz e para quem. Serviço jurídico: só na forma validada pelo advogado do cliente, dizendo quem presta e sem promessa de resultado [E24](#) [E35](#) . Evite “IN” para inglês; use “EN” [E11](#) . Evite “expansão garantida”; diga “o diagnóstico mostra se vale entrar e o que falta”.

Por quê: pares tirados do site atual (E10, E11), do padrão da categoria (“Padrão da categoria”), do CONAR (E40) e da regra da OAB com a decisão do cliente (E24, E35)

Casa de mensagens

Casa de mensagens

D · Derivado

Mensagem principal: da oportunidade à operação, com uma porta só. Pilares: decidir com dado, com diagnóstico e o Oceanos Insight [E08](#) [E05](#) ; abrir a conversa, com eventos, missões, representação e agenda de reuniões [E26](#) [E28](#) ; coordenar a operação, quando houver, com a agência marítima e seus serviços, com habilitação a confirmar [E13](#) . A prova do conjunto é a passagem entre frentes, que ainda precisa virar prática registrada (“Provas que sustentam”).

Por quê: a mensagem sai da tagline e da ideia central; cada pilar é uma frente e usa só o que o cliente já descreve; a marca-mãe fala do conjunto

Manifesto

Manifesto

C · Proposta

Uma oportunidade em outro mercado começa como pergunta: vale a pena entrar? Depois vira lista de compradores, reunião, negociação e contrato. Quando cada etapa fica com uma empresa diferente, a história recomeça a cada troca. A Oceanos junta essas etapas atrás de uma porta, para que a demanda chegue a quem resolve. A Oceanos Solutions estuda o mercado e estrutura a venda, a Oceanos Events Global Bridge existe para reunir quem precisa se encontrar, e a Oceanos Shipping Agency coordena a operação marítima, quando houver. A ideia é que quem entra por uma frente encontre as outras prontas para continuar. Da oportunidade à operação.

Por quê: texto curto para a página Sobre e a apresentação; usa o que o briefing descreve (E01, E03); a passagem entre frentes aparece como intenção até virar prática (“Provas que sustentam”); versão em inglês depois de validar os idiomas [E01](#) [E03](#)

Descrições prontas

Descrição curta

Oceanos: marca-mãe do ecossistema.

Descrição média

Oceanos. Identidade institucional, visão integrada e direcionamento de cada demanda para a frente certa.

Descrição longa

Oceanos. Identidade institucional, visão integrada e direcionamento de cada demanda para a frente certa. 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 negociação, uma conversa só

Oceanos no Brasil e no exterior

Sua empresa quer vender fora do país?

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].

Acessibilidade e idiomas · Diretrizes

Para todo mundo **ler**

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

- Contraste

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).
- Movimento

Toda animação tem pausa e respeita “reduzir movimento” do sistema. Nada pisca mais de três vezes por segundo.

Texto alternativo

- Bom

“Duas pessoas conversam numa mesa de reunião, com um notebook aberto e documentos.”
- Ruim

“Foto de reunião.”

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 logs. Peça em inglês revisada por nativo antes de publicar.

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
Frente de eventos (nome anterior)	Oceanos Events Global Bridge

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

Registrar por um mês cada demanda que chega à Oceanos: por qual frente entrou, para qual foi encaminhada e quanto tempo levou a primeira resposta. Só então fixar metas.

Por quê: não existe dado de partida; meta provisória até medir

Ecossistema em uso

C · Proposta

Contar clientes atendidos por mais de uma frente e projetos que nasceram em outra frente (evento que virou projeto, demanda marítima que virou comercial). É o número que prova a arquitetura; a meta sai depois de um trimestre de registro.

Por quê: mede a promessa central (“Posicionamento”) com dado próprio; sem histórico, qualquer meta agora seria inventada

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

Toda mudança passa pelo designer, sobe a versão do manual e entra no histórico.

Fora do escopo

Site institucional, calendário de conteúdo, ensaio fotográfico, versão final do som e registro no INPI. Estão no checklist mestre como “a fazer”.

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, 9 derivado, 8 hipótese, 13 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

F

 projeto/briefing/notion-oceanos.md (Notion · Oceanos — visão técnica do ecossistema, abertura) · [link](#) · acessado em 30/10/2026

A Oceanos articula inteligência de mercado, desenvolvimento de negócios, atuação marítima e conexões empresariais para aproximar empresas de oportunidades no Brasil e no exterior; o eixo é transformar conhecimento de mercado em estratégia, relacionamento e execução · confiança alta
- E02

F

 projeto/briefing/notion-oceanos.md (Notion · 1. Domínio Hub) · acessado em 30/10/2026

O Hub é a camada institucional e de entrada: contextualiza a empresa, apresenta as frentes e direciona cada demanda para o atendimento adequado; organiza a arquitetura de informação, os acessos às frentes e os canais de contato sob uma identidade comum · confiança alta
- E03

F

 projeto/briefing/notion-oceanos.md (Notion · Lógica de funcionamento conjunto) · acessado em 30/10/2026

Hub → identificação da demanda → inteligência e estruturação comercial → conexões e negociação → coordenação operacional, quando necessária; um evento pode originar um projeto internacional, uma demanda marítima pode revelar necessidade comercial, uma análise de mercado pode orientar uma missão · confiança alta
- E04

F

 projeto/briefing/notion-oceanos.md (Notion · tabela das frentes e seções 2 a 4) · acessado em 30/10/2026

Nomes antigos das frentes: 'Agência Marítima — Oceanos Tech Services', 'Oceanos Solutions — Soluções Integradas', 'Eventos Expansão'; rotas de referência shipping-agency, solutions e globalbridge no domínio do Hub · confiança alta
- E05

F

 projeto/briefing/notion-oceanos.md (Notion · 3. Oceanos Solutions, ferramenta própria) · acessado em 30/10/2026

Oceanos Insight é o nome da ferramenta da Oceanos Solutions, integrada à oferta de serviços; combina inteligência de mercado, IA, geolocalização, geração e qualificação de leads, indicadores e relatórios · confiança alta
- E06

F

 projeto/entrevista.md e projeto/contexto-cliente.md (respostas e aviso do Kadu, designer do projeto, 30/10/2026) · acessado em 30/10/2026

Tom das marcas: consultivo e estratégico + internacional e sofisticado; plano aprovado (manual unificado); fontes Nico Moji e Outfit; aviso: termos, cores e imagens do Notion são do período anterior à marca nova, e nomes e identidade vêm da pasta de logos · confiança alta
- E07

F

 projeto/design-system/tokens.json (cores e tipografia extraídas dos 72 SVGs oficiais) · acessado em 30/10/2026

Quatro marcas com o mesmo letreiro OCEANOS (Nico Moji) e ondas na base de todo símbolo; descritores em Outfit fina: SHIPPING AGENCY, SOLUTIONS, EVENTS GLOBAL BRIDGE; a Oceanos não tem descritor; uma cor por marca (azul, laranja, verde, dourado) sobre grafite #1F1F1F e névoa #F1F1F1 · confiança alta
- E08

F

 Site atual do Hub (oceanostech.services/pt), página inicial · [link](#) · acessado em 30/10/2026

H1 'Expansão internacional guiada por inteligência. Transformada em negócios.'; 'Antes de investir, validamos onde existe oportunidade real.'; eixos inteligência de mercado, execução comercial, monitoramento e alcance global; processo 'Inteligência antes do investimento' em 5 etapas; painel ('Seu mercado internacional, visível em um só cockpit') com commodities, visão logística e portuária, viabilidade de mercado, leads qualificados e relatórios semanais; botões 'Planejar minha expansão' e 'Conhecer a plataforma'; menu Home, Expansão, Cockpit, Contato · confiança alta
- E09

F

 Site atual do Hub (oceanostech.services/pt), cabeçalho, links e rodapé · [link](#) · acessado em 30/10/2026

Rodapé '© Oceanos Tech Services'; nenhuma das três frentes é citada e não há link para oceanosts.com; links de Instagram e LinkedIn apontam para as páginas iniciais genéricas das redes; link 'Privacidade' aponta para example.com/privacy-test (endereço de teste); e-mail ofuscado; sem telefone, endereço, razão social ou CNPJ · confiança alta

E10	<div>F</div> <div>Site atual do Hub (oceanostech.services/pt), seções do software e de nomes exibidos · link · acessado em 30/10/2026</div> <div>'Leads Altamente Qualificados 99% de precisão', sem fonte nem método; cinco nomes em texto, sem logos (Norden Global Trade, Vera Commodities, Atlas Port Logistics, Solis Market Systems, Meridian B2B Network), sem dizer se são clientes ou parceiros · confiança alta</div>
E11	<div>F</div> <div>Site atual do Hub (oceanostech.services/en) · link · acessado em 30/10/2026</div> <div>Título 'International expansion with strategy, intelligence and execution'; o software aparece como 'OCEANOS SOFTWARE' e 'one cockpit'; o seletor de idioma mostra 'IN' em vez de 'EN'; idiomas PT, IN, FR e ZH · confiança alta</div>
E12	<div>P</div> <div>busca sem resultado: os cinco nomes exibidos no site do Hub, entre aspas · acessado em 30/10/2026</div> <div>Nenhuma correspondência exata para Norden Global Trade, Vera Commodities, Atlas Port Logistics, Solis Market Systems ou Meridian B2B Network; os resultados tratam de outra empresa (DS Norden, armadora dinamarquesa) · confiança media</div>
E13	<div>F</div> <div>Site atual da frente marítima (oceanosts.com), página inicial · link · acessado em 30/10/2026</div> <div>Título 'Oceanos Tech Services – Soluções Marítimas de Alto Desempenho'; 'empresa global especializada em soluções na área marítima'; diz ser autorizada a atuar como agente marítimo; missão cita normas da IMO fiscalizadas pela DPC, segurança da vida humana no mar e prevenção da poluição; lista despacho aduaneiro, agente de carga, vistorias ISM e ISPS, avaliação para seguros P&I e consultoria jurídica; fechamento 'O parceiro estratégico que você precisa para navegar com segurança e eficiência'; só em português; sem razão social, CNPJ, endereço ou telefone visíveis · confiança alta</div>
E14	<div>F</div> <div>Rota da frente marítima no Hub (oceanostech.services/shipping-agency) · link · acessado em 30/10/2026</div> <div>A página não abriu (erro do lado do site) na consulta de 30/10/2026; o Notion já registrava 404 nas rotas shipping-agency, solutions e globalbridge · confiança media</div>
E15	<div>P</div> <div>Comexport, página inicial · link · acessado em 30/10/2026</div> <div>Trading que se apresenta como 'maior empresa de comércio exterior do Brasil' e líder em importação indireta; integração logística 5PL, otimização fiscal, rastreamento, soluções financeiras e compliance; mais de 550 profissionais e mais de 9.000 importações desembarcadas; site em português, inglês e mandarim; exportação, eventos e missões não aparecem · confiança media</div>
E16	<div>P</div> <div>Sertrading, página inicial (sertrading.com.br redireciona para sertrading.com) · link · acessado em 30/10/2026</div> <div>'Transformamos o comércio exterior em soluções para todos os negócios'; gestão operacional, plataforma Sertrading Vista, planejamento logístico, organização tributária, estruturação financeira e inteligência consultiva; '+25 anos de história' e '+100 países já fizeram transações conosco'; foco em quem importa; site em português, inglês e espanhol; exportação, eventos e missões não aparecem · confiança media</div>
E17	<div>P</div> <div>Logcomex, página inicial · link · acessado em 30/10/2026</div> <div>'Comércio Exterior é mais fácil com a Logcomex'; dados e inteligência com IA para explorar mercados, fornecedores e empresas; Conta Global para câmbio e pagamentos; LogDespachante (embarques, Mercante, licenças, DUIMP, demurrage); Comex Tech Forum anunciado para 01/09/2027 em São Paulo; site em português, tom direto e promocional · confiança media</div>
E18	<div>P</div> <div>BMJ Consultores Associados, página inicial · link · acessado em 30/10/2026</div> <div>Relações governamentais, comércio internacional e política tributária para empresas e associações; escritórios em Belo Horizonte, Brasília, São Paulo, Buenos Aires e Washington DC; chamada 'Destrave barreiras. Expanda mercados. Ganhe competitividade.'; site em português, inglês e espanhol; sem números de clientes; eventos, missões e logística não aparecem · confiança media</div>
E19	<div>P</div> <div>LIDE (Grupo de Líderes Empresariais), página inicial · link · acessado em 30/10/2026</div> <div>Organização de líderes empresariais com filiação ('Junte-se agora ao LIDE'); eventos, conferências e visibilidade de marca; 'mais de 2 mil empresas e 4 mil líderes', 'atuação em 22 países', 25 anos; site em português e inglês; fóruns e missões não aparecem de forma explícita na página inicial · confiança media</div>
E20	<div>P</div> <div>CGEM (Marrocos), notícia; lido só o título no resultado de busca · link · acessado em 30/10/2026</div> <div>'The CGEM and LIDE organize the first Morocco-Brazil Forum' · confiança baixa</div>
E21	<div>P</div> <div>ApexBrasil, página Soluções · link · acessado em 30/10/2026</div> <div>Três eixos (Conhecimento, Capacitação e Conexão) para 'exportar, se internacionalizar e atrair investimentos'; 'Descubra gratuitamente se sua empresa está pronta para exportar'; 'cursos e treinamentos gratuitos'; conexão por feiras, missões, fóruns, encontros e rodadas de negócios; custo dos demais serviços não informado; 'Independentemente do tamanho da sua empresa' · confiança alta</div>
E22	<div>P</div> <div>ANBA (agência de notícias da Câmara de Comércio Árabe-Brasileira), 'Arab Brazilian Chamber seeks new associates' · link · acessado em 30/10/2026</div> <div>Associados têm acesso a dados de comércio para achar clientes, desconto em tradução, publicidade nos veículos da câmara e participação em feiras, palestras e oficinas; especialistas setoriais ajudam a achar oportunidades; associação paga, com preço conforme o perfil da empresa · 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 orientativo 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>OAB, Conselho Federal · Provimento 205/2021 (publicidade e informação da advocacia) · link · acessado em 30/10/2026</div> <div>Publicidade sóbria e informativa, sem captação de clientela nem mercantilização (art. 3º); o art. 6º veda promessa de resultado e a menção a casos concretos; o art. 8º proíbe 'vincular os serviços advocatícios com outras atividades', salvo o magistério · confiança alta</div>

E25	<div><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> <div>Art. 1º: são privativas de advocacia 'as atividades de consultoria, assessoria e direção jurídicas' (II) e 'É vedada a divulgação de advocacia em conjunto com outra atividade' (§3º); 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: sociedade de advogados não pode ter atividade estranha à advocacia · confiança alta</div>
E26	<div><div>F</div><div>projeto/briefing/notion-oceanos.md (Notion · 3. Oceanos Solutions: eixos, modelo de execução, entregas e papel no ecossistema) · acessado em 30/10/2026</div></div> <div>Eixo 'Assessoria jurídica comercial' (contratos, cláusulas internacionais, compliance comercial); ciclo inicial de 90 dias, renovável, com reuniões semanais; relatórios com leads gerados, oportunidades abertas, reuniões realizadas e negociações em andamento; nos eventos, a Solutions pode representar a empresa e trabalhar as oportunidades; necessidades marítimas dos projetos podem ser articuladas com a agência marítima · confiança alta</div>
E27	<div><div>P</div><div>Resultados de busca sobre despachante aduaneiro (títulos lidos; páginas não abriram) · link · acessado em 30/10/2026</div></div> <div>Os títulos indicam que a IN RFB 1.209/2011 disciplina o exercício das profissões de despachante aduaneiro e ajudante e que o art. 810 do Decreto 6.759/2009 (Regulamento Aduaneiro) trata do tema; Legisweb recusou a leitura duas vezes (limite de acesso), LegJur e Okai deram erro · confiança baixa</div>
E28	<div><div>F</div><div>projeto/briefing/notion-oceanos.md (seções 2 a 4) e projeto/contexto-cliente.md (Perfil e oferta) · acessado em 30/10/2026</div></div> <div>Público: empresas que querem expandir para o exterior ou entrar no Brasil (Solutions); empresas do setor marítimo que demandam agilidade, conhecimento técnico e coordenação de serviços (Shipping); empresas, instituições, compradores e parceiros reunidos em eventos e missões (Events) · confiança alta</div>
E29	<div><div>P</div><div>Busca exata por 'Oceanos Tech Services' · link · acessado em 30/10/2026</div></div> <div>A busca exata não trouxe os sites da própria empresa nem perfis em redes; trouxe 'Ocean Tech Services, LLC' (marine monitoring systems, surveys), dos EUA, e diretórios com nomes parecidos · confiança media</div>
E30	<div><div>P</div><div>ConnectAmericas, perfil 'Global Bridge Negócios Internacionais' · link · acessado em 30/10/2026</div></div> <div>Empresa brasileira 'Global Bridge Negócios Internacionais', perfil verificado; exporta produtos brasileiros como equipe de exportação de fábricas; 'Established in 2016'; afiliações Apex-Brasil e CIC · confiança media</div>
E31	<div><div>P</div><div>Receita Federal (Coana) · Edital de abertura do Exame de Qualificação Técnica para Despachante Aduaneiro 2026 · link · acessado em 30/10/2026</div></div> <div>Item 1.3: o exercício da profissão é permitido somente a 'pessoa física inscrita no Registro de Despachantes Aduaneiros'; o registro segue a IN RFB 1.209/2011 (itens 8.1 e 9.1); o exame é aberto a ajudantes registrados há pelo menos 2 anos e a aprovação é um dos requisitos para pedir o registro · confiança alta</div>
E32	<div><div>P</div><div>ANPD · Guia orientativo 'Hipóteses legais de tratamento de dados pessoais: legítimo interesse', versão 1.0 (cópia publicada pelo TCE-PB) · link · acessado em 30/10/2026</div></div> <div>Teste de balanceamento em três fases (finalidade, necessidade, balanceamento e salvaguardas); o tratamento deve ser o razoavelmente esperado pelo titular naquele contexto; o controlador oferece canais de fácil acesso para oposição, com descadastramento como salvaguarda; transparência pelo art. 10, §2º, da LGPD; a hipótese não se aplica a dados sensíveis; traz exemplos de envio de promoções e ofertas com opção de descadastramento (marketing direto), nenhum de prospecção entre empresas · confiança alta</div>
E33	<div><div>P</div><div>busca sem resultado: consultoria privada no Brasil que una inteligência de mercado, representação comercial, feiras ou missões e operação marítima (duas buscas e um perfil lido) · link · acessado em 30/10/2026</div></div> <div>As duas buscas trouxeram programas públicos e associativos (ApexBrasil, CNI) e perfis pequenos em plataformas B2B; o perfil lido (Extensão Internacional, Santo André/SP, 'Unverified company', 'O-10' funcionários) oferece estudo de mercado, documentos, regimes aduaneiros e drawback, sem feiras, missões nem representação própria; nenhuma empresa com as quatro frentes apareceu · confiança baixa</div>
E34	<div><div>F</div><div>projeto/entrevista.md e projeto/contexto-cliente.md (decisões por padrão do projeto, sem pergunta ao cliente) · acessado em 30/10/2026</div></div> <div>Events se chama Oceanos Events Global Bridge, o nome da logo, e 'Expans' e os demais nomes antigos do Notion saem; Oceanos Insight sem marca própria (Notion: 'nome da ferramenta da Oceanos Solutions'); idiomas de comunicação português e inglês como hipótese; manual em português com os nomes das marcas em inglês · confiança alta</div>
E35	<div><div>F</div><div>projeto/estrategia/decisoes-comuns.md §1 (mensagem do Kadu de 30/10/2026, 14:14, repassada pelo orquestrador) · acessado em 30/10/2026</div></div> <div>'pode fazer mesmo assim. o cliente que pediu e tem advogado': a consultoria jurídica (Shipping Agency) e a assessoria jurídica comercial (Solutions) continuam na oferta; a forma de apresentar o serviço é validada pelo advogado do cliente antes de publicar · confiança alta</div>
E36	<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'; em vigor desde 1º/09/2016 · confiança alta</div>
E37	<div><div>P</div><div>Lefosse Advogados, alerta 'Transferência internacional de dados: prazo para adoção das cláusulas-padrão da ANPD se encerra em 23 de agosto' · link · acessado em 30/10/2026</div></div> <div>A Resolução CD/ANPD nº 19/2024 (agosto de 2024) aprovou o Regulamento de Transferência Internacional de Dados e as cláusulas-padrão contratuais; terminado o prazo de transição (23/08/2025), cláusulas contratuais só servem de base para transferir dados ao exterior se adotarem as cláusulas-padrão ou se a ANPD aprovar cláusulas específicas · confiança media</div>
E38	<div><div>P</div><div>Altios International, página 'About' · link · acessado em 30/10/2026</div></div> <div>'We reveal your international potential'; priorização de mercados, entrada e desenvolvimento de negócios, mentoria executiva e sourcing; busca de executivos, incubação, folha e RH, abertura de subsidiária com contabilidade e impostos, cadeia de suprimentos; aquisições, integração pós-fusão, seleção de sites industriais e representação de investimento estrangeiro; declara 40 escritórios, 22 países (25 no código de conduta), 750 colaboradores (550+ especialistas no código) e mais de 12 mil projetos, fundada em 1991; escritório em São Paulo desde 2005; eventos, feiras, missões e serviços marítimos não aparecem; site em inglês, francês, espanhol, alemão, italiano e polonês · confiança media</div>

E39	<div><div>P</div><div>Biz Latin Hub (parte da Vistra), página inicial · link · acessado em 30/10/2026</div></div> <div>'Local depth. Global backing.'; abertura de empresa, serviços jurídicos, contabilidade e impostos, PEO e recrutamento, conta bancária, consultoria tributária e vistos (a descrição da página cita também representação comercial e back office); declara 18 escritórios próprios na América Latina e no Caribe, mais de 25 países, mais de 950 clientes multinacionais e mais de 10 anos; o Brasil não é citado na página; pesquisa de mercado, busca de parceiros, eventos, missões, logística e serviços marítimos não aparecem; equipes em inglês, espanhol e português · confiança media</div>
E40	<div><div>P</div><div>CONAR · Código Brasileiro de Autorregulamentação Publicitária, íntegra hospedada pelo ConJur (registrada no livro da Solutions, E24) · link · acessado em 30/10/2026</div></div> <div>Art. 27, § 1º: alegações baseadas em fatos ou dados objetivos devem ser comprováveis, e o anunciante fornece as comprovações quando solicitadas; § 7º, a: o anúncio não se referirá a pesquisa ou estatística sem fonte identificável e responsável · confiança media</div>

O que ainda precisa de validação

<div>Antes de publicar</div> <div><div>· O advogado do cliente valida a apresentação do serviço jurídico da Shipping Agency e da Solutions: quem presta, inscrição na OAB e publicidade separada. O serviço fica na oferta por decisão do cliente.</div><div>· Os sites precisam de aviso de privacidade real (finalidade, controlador, encarregado) antes de captar qualquer contato; hoje o link do Hub vai para example.com.</div></div>	<div>Com a direção da Oceanos (uma conversa de 45 minutos)</div> <div><div>· Razão social, CNPJ, endereço, telefone e e-mail oficiais de cada marca. "Oceanos Tech Services" é a razão social do grupo, da frente marítima ou só o nome antigo?</div><div>· As frentes são CNPJs diferentes? Se forem, passar contato de uma para outra é compartilhamento de dados.</div><div>· O tom proposto (consultivo e estratégico, internacional e sofisticado) foi definido na entrevista do projeto, com o Kadu. A direção concorda?</div><div>· Domínios: o Hub continua em oceanostech.services, que carrega o nome antigo? A frente marítima deixa oceanosts.com? Quando as páginas das frentes vão ao ar?</div><div>· Quem recebe a demanda, em quanto tempo responde e como passa o cliente para outra frente (há resumo escrito e responsável nomeado?).</div><div>· A Shipping Agency atende carga de exportador ou importador, ou só navio e armador?</div><div>· Quais dos valores propostos (dado com fonte, continuidade, prestação de contas, habilitação) já são prática e quais pedem rotina nova.</div><div>· Os cinco nomes do site (Norden Global Trade, Vera Commodities, Atlas Port Logistics, Solis Market Systems, Meridian B2B Network): são clientes, parceiros ou exemplos? De onde vem o "99% de precisão"?</div><div>· "OCEANOS SOFTWARE", "Software Oceanos" e "cockpit", no site, são o Oceanos Insight?</div><div>· Quem executa o despacho aduaneiro: despachante registrado da equipe ou parceiro?</div><div>· Idiomas oficiais (hipótese: português e inglês). O francês e o chinês do site atual continuam?</div><div>· Já houve evento ou missão realizados? Quais clientes autorizam contar um caso (empresa, mercado, o que aconteceu)?</div></div>
---	---

Com clientes (8 conversas)

- Empresa brasileira que quer vender lá fora: 4 conversas com empresas atendidas pela Solutions (se não houver, com empresas que já exportam ou tentaram). Por que contrataram ou desistiram, com quem compararam (ApexBrasil, trading, consultoria, câmara) e o que esperavam do primeiro ciclo?
- Empresa estrangeira que quer entrar no Brasil: 2 conversas com empresas atendidas ou em negociação. Em que idioma chegou o primeiro contato e o que precisavam entender antes de investir?
- Empresa do setor marítimo: 2 conversas com clientes da Shipping Agency. O que contrataram e se pediram algo comercial ou de eventos.
- Nas 8 conversas: o que mais pesou para continuar, entre o primeiro contato, a passagem entre frentes e o relatório?
- A Events Global Bridge fica fora desta rodada até haver evento realizado.
- Critério de aceite:
- Se 5 de 8 citam o acompanhamento contínuo ou a passagem entre frentes como motivo, o posicionamento e a lacuna se sustentam.
- Se citam preço ou um serviço isolado, a marca-mãe fala menos do conjunto e mais de cada frente.

Medir por um mês

- Cada demanda que chega: frente de entrada, frente de destino e tempo até a primeira resposta.
- Clientes atendidos por mais de uma frente e projetos que nasceram em outra frente.

Profissionais

- Advogado do cliente:
- forma de apresentar o serviço jurídico (Lei 8.906/1994, art. 1º, II e §3º, arts. 3º, 4º e 16; Provimento CFOAB 205/2021, arts. 3º, 6º e 8º; Código de Ética da OAB, arts. 7º e 40, IV).
- Advogado ou encarregado de dados:
- base legal da prospecção e dos leads do Oceanos Insight;
- passagem de dados entre frentes;
- listas de eventos;
- cláusulas-padrão da ANPD para transferência ao exterior;
- lei local dos países contatados.
- Despachante aduaneiro ou advogado:
- como anunciar despacho aduaneiro (IN RFB 1.209/2011 e Regulamento Aduaneiro).
- Profissional de PI:
- busca de anterioridade no INPI para Oceanos, os três nomes com descritor e as taglines;
- registro e classe da Global Bridge Negócios Internacionais.
- Revisão de publicidade:
- todo número publicado com fonte e data (CONAR, art. 27).

Testar

- Mostrar "Da oportunidade à operação." e "Uma porta, três frentes." a 5 clientes, em português e em inglês. Eles conseguem dizer, com as próprias palavras, o que a Oceanos faz?



	PROJETO Manual da marca Oceanos	FOLHA Estratégia e diretrizes	CAPÍTULOS 09 folhas	REVISÃO v1.0
	DATA 30/10/2026	ESCALA 1:1 · tela	DESENHO Kadu Veronez	SISTEMA Carta náutica · Zuik