



Sete erros cometidos pelas empresas ao definir seu posicionamento

Segundo uma pesquisa da McKinsey, marcas com posicionamento claro geram até 15% mais receita e 20% mais satisfação dos clientes.

Toda marca transmite uma emoção, mesmo sem perceber: frieza, descaso, agilidade, acolhimento, credibilidade. As pessoas sentem algo quando compram de você, e é por isso que o posicionamento não pode ser improvisado. Ele é o que ancora percepção, reputação e crescimento.

Segundo uma pesquisa da McKinsey, marcas com posicionamento claro geram até 15% mais receita e 20% mais satisfação dos clientes.

Para Gustavo Hansel e Tiago Denardin, cofundadores da GH Brandtech, a maioria das empresas fracassa por competir em atributos genéricos, como preço, e deixar a construção de marca à deriva. “Sem um posicionamento claro, a empresa cria uma percepção confusa de valor e perde força competitiva”, afirma Hansel.

A seguir, Hansel lista sete erros comuns e fatais cometidos pelas empresas ao definir (ou negligenciar) seu posicionamento:

1) Você não sabe contra quem está competindo

Muita empresa acha que sabe quem são seus concorrentes — mas só “acha”. “O que seu cliente compraria se você não existisse?”, pergunta Hansel, CEO da GH Brandtech. “Essa resposta revela mais do que você imagina”. Sem entender o cenário competitivo, você não tem como ocupar um espaço real na mente do público.

2) Seu diferencial não está claro nem para você

Marcas que não sabem o que as torna únicas dificilmente sobrevivem. Pouco a pouco, ficam parecidas com todas as outras. Liste seus principais atributos, avalie quais são relevantes para o seu público e veja o que os concorrentes também entregam. O que sobrar é o que você precisa destacar. “Marcas autênticas ganham corações, mas acima de tudo caminham com consistência”, diz Denardin, líder da vertical de Branding da GH.

3) O cliente não enxerga valor no que você vende

Se o público não percebe valor, não importa o quanto você se esforce. Talvez ele

nem saiba o que ganha ao escolher sua marca. “Valor precisa ser construído, mas também precisa ser comunicado”, afirma Denardin. Mostre os benefícios práticos e emocionais de forma objetiva. Se eles não existem, comece por aí.

4) Você está mirando no público errado

Nem todo mundo que precisa de você é seu melhor cliente. Existem nichos dentro do nicho. “Descubra quem realmente valoriza o que você entrega e foque sua energia neles”, diz Hansel. “É esse grupo que vai aumentar sua margem, defender sua marca e indicar seu produto com convicção”.

5) Seu produto não faz sentido no contexto atual

Não basta ter um bom produto — ele precisa fazer sentido aqui e agora. Há demanda? Há espaço nessa categoria de mercado? Talvez seja o público errado. Ou até o mercado errado. “Pesquisas de mercado e testes de validação podem esclarecer muitas dúvidas”, afirma Hansel.

6) Você não está resolvendo problema nenhum

Uma boa ideia não sustenta um negócio. Um problema bem resolvido, sim. Se você não consegue dizer qual dor está aliviando, ou qual ganho está entregando, talvez sua empresa ainda não tenha um motivo forte para existir. E se esse motivo não está claro, não tem branding que salve. “Se você não tem um problema para resolver, também não tem um valor para oferecer”, diz.

7) Não ter um propósito claro

Propósito precisa ser mais do que uma frase bonita em apresentação institucional. É a força que move decisões, define a linguagem e conecta a marca com as pessoas. “É um direcionamento atemporal, que ajuda a marca a prosperar em qualquer contexto”, diz Tiago Denardin. Quando o propósito existe, tudo se alinha — produto, discurso, identidade. E o público sente isso.

Quer construir uma marca que ocupe um lugar real na cabeça (e no coração) das pessoas? Comece pelo básico: descubra quem você é, para quem existe e o que faz melhor do que ninguém. A partir disso, o posicionamento deixa de ser uma aposta e passa a ser uma vantagem.

As cinco principais ameaças cibernéticas que devem marcar o segundo semestre

Uso de deepfakes em tempo real, ataques a APIs e ransomware com tripla extorsão estão entre os riscos mais relevantes mapeados por especialistas

O Brasil vive um momento crítico no campo da cibersegurança. Em 2024, o país movimentou R\$17 bilhões em investimentos no setor, reflexo direto do crescimento de ameaças digitais cada vez mais sofisticadas, segundo dados da Peers Consulting + Technology. No primeiro semestre de 2025, o cenário se intensificou: ataques com ransomware aumentaram 149% no mundo, enquanto golpes que utilizam inteligência artificial já representam mais de 80% dos casos de phishing, de acordo com a Axis Insurance e a Hoxhunt.

A recente tentativa de desvio bilionário via sistema do Banco Central, com ataque hacker à C&M Software, que afetou seis instituições financeiras e é considerado o maior da história do Brasil, acendeu o alerta vermelho em setores estratégicos, principalmente no sistema financeiro, infraestrutura crítica e administração pública.

Nesse contexto de alta complexidade e exposição, Rodolfo Almeida, COO da ViperX, empresa especializada em proteção de ativos digitais, aponta cinco frentes críticas de ameaça que devem dominar o cenário de risco cibernético nos próximos meses. A análise leva em conta tendências globais, dados de inteligência de ameaças e incidentes reais registrados recentemente.

A seguir, os principais vetores de ameaça identificados:

1. Ransomware 3.0 com tripla extorsão

A nova geração de ransomware vai além da criptografia e do vazamento de dados. Grupos como Qilin, Akira e RansomHub passaram a incluir também ataques de negação de serviço (DDoS), ampliando o impacto e a pressão sobre as vítimas. Segundo relatório da Axis Insurance, os incidentes com ransomware cresceram 149% no primeiro semestre de 2025, e 31% já envolvem o chamado modelo de tripla extorsão.

“O Brasil é um dos principais alvos, especialmente



por conta de sistemas de pagamentos como o Pix e o Open Finance. O impacto imediato atrai grupos que buscam alto retorno com baixo esforço físico”, explica Rodolfo Almeida.

2. Deepfakes em tempo real usados em fraudes corporativas

Clonagem de voz e vídeo em tempo real passou a ser utilizada por criminosos para fraudes conhecidas como BEC 2.0 (Business Email Compromise). A técnica já provocou prejuízos de mais de US\$200 milhões no mundo em 2025, de acordo com a Veriff. Um dos casos mais emblemáticos foi o da empresa britânica Arup, que perdeu US\$25 milhões após uma videochamada com um executivo falso.

“Ferramentas de deepfake ‘como serviço’ tornaram essas fraudes acessíveis. Em segundos, criminosos simulam aprovações ou autorizações com aparência legítima”, alerta Almeida.

3. Ataques à cadeia de suprimentos de software

O comprometimento de bibliotecas open source e plataformas SaaS tem crescido de forma acelerada. Em junho, um incidente envolvendo a Groundhogg distribuiu malware por meio de uma atualização oficial, atingindo toda a base de clientes. Relatório da ReversingLabs aponta um aumento de 1.300% em pacotes OSS maliciosos desde 2020. No Brasil, a exigência de SBOM (Software Bill of Materials) — um inventário que detalha todos os componentes e dependências de um soft-

ware — passou a ser incorporada aos contratos com instituições financeiras.

“Organizações precisam auditar não só suas próprias aplicações, mas também o ecossistema de fornecedores e integrações. A cadeia de software é hoje um dos elos mais frágeis”, comenta o executivo.

4. Exploração de APIs financeiras

A aceleração do Open Finance e a crescente dependência de APIs vêm acompanhadas de falhas de segurança. No dia 2 de julho, o ataque à C&M Software - que segue repercutindo - afetou seis instituições financeiras brasileiras, provocando vazamento de dados, suspensão temporária de serviços e um prejuízo bilionário, considerado o maior da história do país até o momento.

Segundo a Akamai, 88,7% das instituições financeiras foram alvo de ataques a APIs no último ano, com foco em brechas como autenticação fraca e autorização mal configurada (BOLA). “APIs mal protegidas expõem não só dados, mas também fluxos financeiros críticos. É uma porta de entrada cada vez mais visada pelos cibercriminosos”, afirma Rodolfo Almeida.

5. Phishing com IA e hiperpersonalização

Com a ajuda de modelos de linguagem natural, os e-mails de phishing ficaram mais difíceis de detectar. Conteúdos são gerados com base no histórico de comportamento da vítima, com tom personalizado e livre de erros. A Hoxhunt identificou

que 82% dos e-mails de phishing em 2025 já foram produzidos com apoio de inteligência artificial. Quando comparadas com campanhas convencionais, essas mensagens apresentam uma taxa de clique 17% maior. “Não se trata mais de detectar erros de português. Os ataques agora são sofisticados, bem escritos e altamente direcionados. A IA mudou o jogo”, pontua Almeida.

Como mitigar os riscos? Entre as principais recomendações da ViperX para mitigar as ameaças estão:

- Autenticação multifator com tokens físicos
- Confirme transferências ou solicitações de dados sensíveis por um segundo canal (telefonema conhecido ou app oficial).

- Monitoramento contínuo de APIs e implementação de gateways de segurança

- Auditoria de fornecedores e exigência de SBOM

- Treinamentos de conscientização 2.0: inclua “desafio deepfake” e simulações de phishing com IA para treinar reconhecimento de voz/vídeo falsos.

- O que fazer se suspeitar que foi vítima?
- Isolar e coletar evidências: desconecte o dispositivo da rede, mas não o desligue; preserve logs.

- Trocar credenciais: altere senhas de e-mail, bancos e redes sociais de um dispositivo confiável.

- Avisar a instituição financeira: bloqueie cartões/Pix imediatamente; muitos bancos têm canal 24 h de fraude.

- Registrar incidente: abra ticket no CERT.br e faça boletim de ocorrência (delegacia de crimes cibernéticos).

- Contato com especialistas: acione sua equipe de resposta a incidentes para análise forense, erradicação e prevenção de reinfecção.

Proclamas de Casamentos

CARTÓRIO DE REGISTRO CIVIL DE PESSOAS NATURAIS

15º Subdistrito - Bom Retiro

Amanda de Rezende Campos Marinho Couto - Oficial

Faço saber que os seguintes pretendentes apresentaram os documentos exigidos pelo Art. 1525, do Código Civil Atual Brasileiro e desejam se casar:

O pretendente: **MATEUS DE PAES LOPES**, nascido em Adamantina, SP, no dia 10/01/1991, profissão coordenador tributário, estado civil divorciado, residente e domiciliado neste Subdistrito, São Paulo, SP, filho de Josemi Pedro Lopes e de Rute Eugenio de Paes Lopes. A pretendente: **KARINA XAVIER PESSÔA DE JESÚS**, nascida nesta Capital, Butantã, SP, no dia 15/01/1990, profissão analista fiscal, estado civil solteira, residente e domiciliada neste Subdistrito, São Paulo, SP, filha de José Carlos de Jesus e de Amara Xavier da Silva de Jesus.

Se alguém souber de algum impedimento, oponha-se na forma da lei. Lavro o presente, para ser afixado no Oficial de Registro Civil e publicado na imprensa local

Jornal Empresas & Negócios

CARTÓRIO DE REGISTRO CIVIL

33º Subdistrito - Alto da Mooca

ILZETE VERDERAMO MARQUES - Oficial

Faço saber que os seguintes pretendentes apresentaram os documentos exigidos pelo Art. 1525, do Código Civil Atual Brasileiro e desejam se casar:

O pretendente: **VICTOR VIEGAS DE OLIVEIRA SANTOS**, estado civil solteiro, filho de Deusdete de Oliveira Santos e de Irene Aparecida da Silva Santos, residente e domiciliado neste Subdistrito, Alto da Mooca - São Paulo - SP. A pretendente: **GABRIELA ALVES GONÇALVES**, estado civil solteira, filha de Elvio Neves Gonçalves Filho e de Denise Aparecida Alves, residente e domiciliada neste Subdistrito, Alto da Mooca - São Paulo - SP.

O pretendente: **JOSÉ ERENILDO DE FARIAS**, estado civil solteiro, filho de José Pedro de Farias e de Maria das Dores de Farias, residente e domiciliado neste Subdistrito, Alto da Mooca - São Paulo - SP. A pretendente: **PRISCILA SQUILLANTE**, estado civil divorciada, filha de Claudionor Squillante e de Alzira Lourenço Squillante, residente e domiciliada neste Subdistrito, Alto da Mooca - São Paulo - SP.

O pretendente: **SÉRGIO NICOLA COCCORULLO**, estado civil viúvo, filho de Antonio Coccorullo e de Antonia Cesare Coccorullo, residente e domiciliado neste Subdistrito, Alto da Mooca - São Paulo - SP. A pretendente: **MARIA BERTYLLA SAMPAIO DE SOUSA**, estado civil solteira, filha de Lucimar Vieira de Sousa e de Sebastiana Sampaio de Sousa, residente e domiciliada neste Subdistrito, Alto da Mooca - São Paulo - SP.

O pretendente: **ARTHUR ESGOLMIN**, estado civil solteiro, filho de Elder Esgolmin e de Lígia Barbagallo Esgolmin, residente e domiciliado neste Subdistrito, Alto da Mooca - São Paulo - SP. A pretendente: **LUCY FATIMA ESTANQUEIRO**, estado civil solteira, filha de João Carlos Afonso Estanqueiro e de Lucia de Fatima Cardoso Estanqueiro, residente e domiciliada neste Subdistrito, Alto da Mooca - São Paulo - SP.

O pretendente: **ANDRÉ AMORIM DOS SANTOS**, estado civil divorciado, filho de Wilson Silva dos Santos e de Tereza Amorim dos Santos, residente e domiciliado no Alto da Mooca, neste subdistrito - São Paul o - SP. A pretendente: **JESSICA SOBRAL FRANCISCO**, estado civil divorciada, filha de Jorge Otaciano Francisco e de Vera Lucia Sobral Francisco, residente e domiciliada no Alto da Mooca, neste subdistrito - São Paulo - SP.

Se alguém souber de algum impedimento, oponha-se na forma da lei. Lavro o presente, para ser afixado no Oficial de Registro Civil e publicado na imprensa local

Jornal Empresas & Negócios

PROTOCOLO DE ASSINATURA(S)

O documento acima foi proposto para assinatura digital na plataforma Certisign Assinaturas. Para verificar as assinaturas clique no link: <https://assinaturas.certisign.com.br/Verificar/AB0E-4218-B180-D561> ou vá até o site <https://assinaturas.certisign.com.br:443> e utilize o código abaixo para verificar se este documento é válido.

Código para verificação: AB0E-4218-B180-D561



Hash do Documento

59DF997F60B1B2EA89FBE5D29F72016558A2C60502E006174829CCE440CD78FF

O(s) nome(s) indicado(s) para assinatura, bem como seu(s) status em 14/07/2025 é(são) :

- ☒ Lilian Regina Mancuso - 05.687.343/0001-90 em 14/07/2025 20:53 UTC-03:00
- Tipo:** Certificado Digital - JORNAL EMPRESAS E NEGOCIOS LTDA - 05.687.343/0001-90

