



NicoElNino_CANVA



SEIS DICAS PARA CONSTRUIR UMA MARCA FORTE E SEGURA DESDE O INÍCIO

Especialista revela estratégias essenciais para construir startups sólidas, proteger a marca e reduzir riscos desde o início

A infer assessoria, empresa especializada em assessoria jurídica e de comunicação para empresas de tecnologia e inovação, destaca a importância de planejamento estratégico, proteção legal e estrutura organizacional para empresas em crescimento. Desde o mapeamento do mercado até a formalização de contratos e rebrands, a empresa orienta negócios a reduzir riscos, proteger a marca e manter vantagem competitiva em setores de tecnologia e inovação.

Segundo Priscila Ferreira, advogada empresarial e especialista em tecnologia e inovação, fundadora da Infer Assessoria, os desafios das startups vão muito além do lançamento de produtos: “Empreender vai muito além de lançar um produto ou serviço. É essencial conhecer profundamente o mercado, formalizar todas as relações comerciais e garantir que a marca esteja protegida juridicamente. Esses cuidados são determinantes para a sustentabilidade e o crescimento de qualquer negócio”, afirma.

Com base na experiência da Infer Assessoria, Priscila Ferreira apresenta seis estratégias essenciais para estruturar startups, reduzir riscos e fortalecer a marca:

1 Entenda profundamente o mercado – Antes de lançar qualquer produto ou serviço, empreendedores devem imergir na realidade do público-alvo, acompanhar concorrentes e mapear tendências. Ferramentas como a análise SWOT ajudam a identificar forças, fraquezas, oportunidades e ameaças. Conhecer o mercado reduz o risco de produtos irrelevantes e permite segmentações mais precisas. Empresas como Kodak e Blockbuster deixaram de acompanhar mudanças no consumo, servindo de alerta para startups que buscam inovar constantemente. Uma fintech, por exemplo, pode monitorar relatórios de uso de apps de pagamento e focar em nichos não atendidos, garantindo vantagem competitiva antes da concorrência.

2 Proteja sua marca e cumpra a legislação – Registrar nome e logotipo junto ao Instituto Nacional da Propriedade In-



anyaberkul_CANVA

dustrial (INPI) é tão estratégico quanto definir o CNAE correto ou obter licenças e autorizações necessárias, como as da ANVISA. O registro impede que terceiros usem ou copiem a identidade da empresa. Além disso, operar dentro da lei evita multas e embargos. Um exemplo emblemático: a Disney precisou ajustar o registro do filme “Moana” em alguns países europeus por conflitos prévios, demonstrando que a falta de due diligence gera atrasos e custos adicionais.

“**Empreender vai muito além de lançar um produto ou serviço. É essencial conhecer profundamente o mercado, formalizar todas as relações comerciais e garantir que a marca esteja protegida juridicamente. Esses cuidados são determinantes para a sustentabilidade e o crescimento de qualquer negócio.**”

4 Formalize todas as relações comerciais – Sócios, investidores, fornecedores e colaboradores devem ter direitos e deveres claramente definidos em contratos, do acordo de sócios ao NDA. Além disso, cumprir a Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD) fortalece a confiança do usuário. Contratos evitam disputas futuras, NDAs protegem know-how, e o descumprimento da LGPD pode gerar multas e danos à reputação. Ao desenvolver um algoritmo com parceiros, é recomendável firmar NDA e contratos de licenciamento de código, definindo quem detém a titularidade da propriedade intelectual.

5 Estruture processos internos e cultura organizacional – Crescimento sem estrutura pode comprometer até as melhores ideias. Ter processos claros para vendas, suporte, desenvolvimento ágil e compliance, além de métricas financeiras, ajuda a manter a qualidade e a reputação da empresa. O caso do Peixe Urbano ilustra como a falta de adaptabilidade operacional levou à falência, mesmo com rápido crescimento inicial. Relatórios periódicos de burn rate e indicadores de satisfação do cliente (NPS) permitem ajustes rápidos no modelo de negócios.

6 Planeje rebrands e expansões com respaldo jurídico – Mudanças significativas na identidade visual ou estratégia de mercado exigem atualização de registros de marca, contratos de franquia, acordos societários e, quando necessário, proteção internacional, como o Protocolo de Madri. Rebranding sem cobertura legal expõe a marca a disputas e cópias. Expansões internacionais exigem atenção às legislações locais de propriedade intelectual e proteção de dados. Antes de lançar um aplicativo em outro país, é essencial alinhar cláusulas de privacidade ao GDPR na União Europeia e à LGPD no Brasil, além de registrar a marca em cada jurisdição.

Construir uma marca forte e segura vai além da criatividade: requer alinhamento entre estratégia de mercado, comunicação consistente e proteção jurídica. Priscila Ferreira reforça que “planejar cada etapa do negócio, desde a criação da marca até a expansão internacional, não é apenas prudência; é um diferencial competitivo que garante credibilidade, solidez e crescimento sustentável ao longo do tempo”.



Worawee_Neeplans_Images_CANVA