

Startups: cinco vantagens do alinhamento entre marketing e vendas

No universo acelerado das startups, onde cada recurso conta e a margem para erro é mínima, o alinhamento entre marketing e vendas deixa de ser diferencial e se torna necessidade estratégica

Ana Paula Debiasi (*)

Embora desempenhem funções distintas, marketing na atração e qualificação de leads e vendas na conversão desses contatos em clientes, ambos compartilham um mesmo objetivo: gerar receita e impulsionar o crescimento da empresa. Quando operam de forma desconectada, surgem gargalos que comprometem os resultados. Mas quando essas áreas caminham juntas, o impacto positivo é imediato e significativo.

A seguir, cinco vantagens que o alinhamento oferece para startups que buscam crescer com eficiência.

1 – Geração de leads mais qualificados

Quando as duas áreas trabalham em conjunto para definir o perfil ideal de cliente (ICP), a persona e alinhar seus critérios de qualificação, os leads entregues à equipe comercial chegam muito mais preparados para a compra. Isso evita desperdício de tempo com contatos que não têm fit com a solução e aumenta a produtividade da equipe de vendas. Com sinergia, o time comercial atua com foco total na conversão,



Realnova - CANVA

enquanto o marketing investe esforços em atrair o público certo.

2 – Comunicação unificada com o mercado

Empresas que integram suas mensagens entre os dois times conseguem transmitir uma proposta de valor coesa em todos os pontos de contato com o cliente. O discurso apresentado em campanhas, conteúdos e anúncios é o mesmo reforçado nas abordagens comerciais. Por essa razão, as reuniões de alinhamento devem ser periódicas, para revisar resultados e ajuste de rota.

3. Ciclo de feedback constante e construtivo

Um dos ganhos do alinhamento entre os times é o fluxo contínuo de informações en-

tre os dois setores. A equipe comercial, por estar na linha de frente com o cliente, traz insights valiosos sobre objeções, dores e percepções do público. O marketing, por sua vez, ajusta campanhas, conteúdos e abordagens com base nesses dados reais. Além disso, as ferramentas e dados devem ser compartilhados e unificados. O resultado é uma atuação muito mais estratégica e baseada em evidências.

4. Melhora nas taxas de conversão e retenção

Se o marketing entrega leads mais prontos e o discurso está alinhado com as reais necessidades do cliente, a taxa de fechamento tende a aumentar. Clientes que passam por um funil bem estruturado, com mensagens coerentes e aborda-

gem consultiva, geralmente têm uma experiência mais positiva, influenciando diretamente na retenção e fidelização. A startup ganha não apenas novos clientes, mas também clientes mais aderentes e duradouros.

5. Redução de desperdícios e ganho de eficiência

A falta de alinhamento gera retrabalho, perda de oportunidades e uso ineficiente de recursos. Já quando as duas áreas atuam como um time único, com metas compartilhadas, Sales Level Agreement (SLA), em português, Acordo de Nível de Serviço, bem definido e ferramentas integradas, a jornada do lead se torna mais clara e objetiva. Isso reduz o lead time, diminui gargalos e transforma o funil de vendas em verdadeira máquina de aquisição e conversão, essencial para escalar resultados sem desperdiçar energia.

Para startups que buscam tração em um ambiente altamente competitivo, alinhar marketing e vendas não é apenas uma boa ideia: é uma estratégia decisiva para crescer com consistência e inteligência.

(*) CEO da Leonora Ventures.

Blockchain e licenciamento ambiental

Thiago Rossi (*)

O licenciamento ambiental brasileiro ainda sofre com entraves históricos como lentidão, burocracia, falta de transparência e baixa integração entre iniciativas de combate às mudanças climáticas

Esses fatores geram atrasos, custos elevados e desconfiança pública sobre a eficácia das políticas ambientais. Nesse cenário, a adoção de tecnologias inovadoras torna-se urgente para garantir processos mais eficientes e confiáveis.

A tecnologia blockchain surge como uma solução promissora. Por registrar dados de forma segura, imutável e transparente, ela pode transformar o licenciamento ambiental, permitindo que todas as etapas do processo sejam auditáveis e acessíveis ao público. Além disso, sensores instalados em campo podem assinar digitalmente os dados de monitoramento ambiental, registrando-os em tempo real na blockchain, o que aumenta a confiabilidade das medições e facilita auditorias e fiscalizações.

Casos internacionais comprovam sua eficácia. Na Estônia, a integração de

serviços públicos por meio de blockchain aumentou a segurança e transparência dos dados. Iniciativas como o projeto Digital MRV (Canadá e Chile) e a Power Ledger (Austrália) usam a tecnologia para monitoramento de emissões e comercialização de créditos de carbono, com excelentes resultados.

Para aplicar essa inovação no Brasil, é necessária a criação de parcerias público-privadas e consórcios estaduais, além de aproveitar experiências como a do Instituto Ecossis com o Inmetro. Entre os cenários possíveis de uso estão: uma plataforma transparente de licenciamento, sistemas de rastreamento automatizado das condicionantes ambientais e a tokenização de ativos ambientais, como créditos de carbono.

A adoção de blockchain no licenciamento exige ações estratégicas como criação de sandboxes regulatórios, programas de capacitação técnica, estímulo a políticas integradas e apoio de instituições de pesquisa. Com isso, o Brasil pode dar um salto em governança ambiental, tornando seus processos mais ágeis, confiáveis e sustentáveis.

(*) Head de Blockchain na Ecossis Soluções Ambientais.

Consórcio: curiosidades que mostram por que ele é uma solução inteligente em tempos de juros altos

Especialista explica como o consórcio vem se destacando como opção econômica e planejada frente ao financiamento tradicional.

Com as taxas de juros em níveis elevados, o acesso ao crédito ficou mais caro e limitado para grande parte da população. Neste cenário, o consórcio tem se consolidado como uma alternativa mais econômica e planejada para quem deseja adquirir bens sem comprometer o orçamento.

De acordo com a ABAC (Associação Brasileira de Administradoras de Consórcios), no primeiro trimestre de 2025, o setor registrou recordes históricos. Foram 1,23 milhão de adesões, alta de 26% em relação ao mesmo período do ano anterior. O número de participantes ativos chegou a 11,44 milhões e o volume de créditos comercializados superou R\$ 105 bilhões, um crescimento de 36,4% na comparação com o mesmo período de 2024.

Para explicar porque a modalidade tem atraído cada vez mais brasileiros, Sebastião Cirelli, diretor geral de Consórcios da Rodobens, destaca cinco curiosidades que mostram como o consórcio pode ser vantajoso em momentos de instabilidade econômica:

1. Os clientes contemplados preferem usar a carta para compra imediata

Embora o consórcio seja uma modalidade de compra programada, muitos consorciados optam por utilizar a carta de crédito assim que são contemplados. Essa estratégia permite aproveitar o poder de negociação do pagamento à vista, possibilitando descontos significativos.

2. Flexibilidade de uso

O crédito obtido pode ser usado para diversos fins: imóveis, veículos, serviços, educação e até viagens — o que amplia o público-alvo e as possibilidades de comunicação.



DAPA Images - CANVA

3. Disciplina financeira

Ao participar de um consórcio, o cliente desenvolve o hábito de poupar mensalmente, o que contribui para uma relação mais saudável com o dinheiro.

4. Crescimento contínuo

O setor de consórcios tem batido recordes de vendas no Brasil, sendo uma das soluções financeiras que mais cresce no país — o que reforça sua relevância e aceitação no mercado.

5. Acessível para diferentes perfis

Com parcelas acessíveis e prazos variados, o consórcio é uma alternativa democrática, que atende desde o pequeno investidor até grandes empresas. Desde quem quer comprar uma moto, pagar um serviço, até empresários que buscam ampliar/renovar frotas, investidores que compram imóveis para ampliar patrimônio.

“O consórcio permite que o consumidor mantenha o foco no planejamento sem abrir mão da conquista. É uma escolha que combina controle financeiro, menor custo e liberdade”, conclui Cirelli.

Mercado financeiro reduz projeção de inflação

As expectativas do mercado financeiro estão mais otimistas com relação à inflação do país. Pela sétima semana consecutiva, são registradas quedas nas projeções para o IPCA — considerado a inflação oficial do país. De acordo com o Boletim Focus divulgado pelo Banco Central, ontem (14), em Brasília, é esperado que o ano feche com uma inflação de 5,17%.

A estimativa para 2025 está acima do teto da meta de inflação que deve ser perseguida pelo BC. Definida pelo Conselho Monetário Nacional (CMN), a meta é de 3%, com intervalo de tolerância de 1,5 ponto percentual para cima ou para baixo. Ou seja, o limite inferior é 1,5% e o superior, 4,5%.

As projeções relacionadas ao PIB se mantiveram estáveis para 2025, com um crescimento de 2,23%. Para 2026, o mercado se mostrou mais otimista do que na semana passada, aumentando as expectativas de crescimento de 1,86% para 1,89%. Para 2027, projeta-se um PIB de 2%.

Com relação ao câmbio, o Boletim Focus reviu para baixo as expectativas de cotação do dólar. O mercado projeta que, ao final de 2025, a moeda norte-americana custará R\$ 5,65. Na semana passada, a projeção era de uma cotação de R\$ 5,70 ao final do ano. Há quatro semanas as expectativas estavam em R\$ 5,77 (ABR).