

Marketing B2B: o silêncio de um líder custa caro

No marketing B2B, quem não se posiciona cede espaço. E quem cede espaço perde relevância

Mário Soma (*)

Ainda tem muito C-Level que prefere o bastidor ao palco. Acha que thought leadership é vaidade, autopromoção ou apenas mais uma tarefa de marketing pessoal. Mas enquanto você hesita, alguém da concorrência está publicando um artigo, gravando um vídeo, liderando uma discussão, educando o mercado e ganhando terreno.

Hoje, não basta ser excelente. É preciso ser percebido como excelente. E isso só acontece quando você compartilha o que pensa.

Em 2025, a autoridade de uma empresa está diretamente ligada à autoridade de suas lideranças. Um estudo da Edelman com o LinkedIn mostra que 65% dos tomadores de decisão se sentem mais propensos a confiar em uma empresa quando seus líderes compartilham ideias consistentes em canais públicos.

Mas não estamos falando de discursos ensaiados ou frases genéricas. Estamos falando de visão. De posicionamento. De coragem para falar antes que o mercado pergunte.

Quem domina essa prática não apenas acelera vendas. Constrói influência duradoura.

Liderar com ideias é liderar com clareza

Simon Sinek, autor de "Start With Why" e um dos pensadores mais influentes da liderança contemporânea, popularizou a ideia de que líderes inspiradores começam



uma história que ressoe com quem você quer alcançar. Em "This is Marketing" e "Purple Cow", ele nos lembra que a atenção não se conquista com táticas, mas com relevância.

Ann Handley, uma das maiores vozes do marketing de conteúdo no mundo B2B, vai na mesma direção. Em seu livro "Everybody Writes", ela defende que escrever bem é uma habilidade estratégica, não apenas estética. Para Handley, marcas que escrevem como robôs são ignoradas como robôs. A linguagem importa, mas a intenção por trás dela importa ainda mais.

Esses dois autores não falam de fórmulas. Falam de humanidade. De conexão. De autenticidade. Dá trabalho. E por isso funciona.

É mais fácil seguir calado. É mais confortável delegar a comunicação para a área de marketing. Mas o mercado escuta mais quem tem coragem de colocar a cara e o pensamento para jogo.

Enquanto alguns líderes se escondem atrás de dados, outros transformam suas ideias em reputação. Enquanto alguns gastam tempo aprovando campanhas, outros moldam a percepção do setor com uma frase, um artigo ou uma provocação bem colocada.

No fim, o que diferencia um líder técnico de um líder estratégico é o impacto que ele causa fora da sua sala de reunião.

(*) CEO e Head B2B da Pólvora Comunicação.

pelo propósito. Para ele, as pessoas não compram o que você faz, mas porque você faz. O "porquê" é o que conecta, fideliza e sustenta decisões em tempos incertos.

Em outra linha, Adam Grant, psicólogo organizacional, professor da Wharton School e colunista do New York Times, nos provoca a abandonar certezas. Em livros como "Originals" e "Pense de Novo", ele mostra que os melhores líderes não são os que têm todas as respostas, mas os que fazem as melhores perguntas. Grant valoriza a dúvida produtiva e a capacidade de reaprender, características fundamentais para quem ocupa cargos de alta liderança em mercados em constante disrupção.

Enquanto Sinek ajuda você a encontrar e comunicar sua essência, Grant ensina a evoluir sem perder a identidade.

O palco é digital. E o protagonismo também

Brian Solis, um dos mais respeitados analistas de comportamento digital do mundo, cunhou o termo "Digital Darwinism" para explicar porque empresas

fracassam. Segundo ele, não é a tecnologia que ameaça os negócios, mas a incapacidade de seus líderes de se adaptarem ao novo ambiente. Solis defende que presença digital sem propósito é algo vazio. Relevância exige intenção, contexto e consistência.

Já o britânico Bernard Marr, autor de mais de 20 livros sobre big data, inteligência artificial e transformação digital, atua como um tradutor entre o mundo técnico e o mundo executivo. Marr acredita que a vantagem competitiva de uma liderança está na sua capacidade de tornar o complexo acessível. Em tempos de sobrecarga de informação, quem traduz melhor, lidera melhor.

Esses dois nomes reforçam um ponto essencial: thought leadership não é só o que você pensa, é o quanto você consegue tornar isso útil, compreensível e aplicável para o seu mercado.

Ser claro é melhor do que ser grandioso

Seth Godin, considerado por muitos o pai do marketing moderno, ensina que marketing de verdade não é sobre vender. É sobre contar

Alimentação saudável aumenta em até 25% a concentração e produtividade nas empresas

Nutrisaude defende restaurantes corporativos como alternativa ao vale-refeição e destaca os alimentos que impulsionam o desempenho no trabalho.

Uma pesquisa da Onlinecurrículo com 500 brasileiros revelou que 57% dos trabalhadores priorizam refeições práticas e rápidas, como sanduíches (30%), salgadinhos assados (27%), frituras (18%) e doces (18%) durante a jornada. Essas escolhas, comuns no dia a dia, afetam saúde, energia e produtividade. Diante desse cenário, os restaurantes corporativos ganham espaço: com cardápios equilibrados e acompanhamento nutricional, podem elevar em até 25% a produtividade e reduzir o absenteísmo.

"O vale-refeição é uma conquista importante como benefício, mas muitas vezes é usado sem orientação adequada, levando a escolhas que prejudicam saúde e desempenho. Nosso modelo de restaurante interno vai além do benefício tradicional, unindo saúde, produtividade e até 50% de

economia para as empresas", explica Victor Franco, CEO da Nutrisaude, que atende mais de 100 companhias como Shopee, Unimed, LATAM e O Boticário.

Estudos internacionais reforçam essa relação, como o realizado pela Harvard School of Public Health e que identificou ganhos de até 25% na produtividade com uma alimentação saudável, enquanto a Organização Mundial da Saúde associa boa nutrição à redução de doenças crônicas e afastamentos. Já a Organização Internacional do Trabalho estima perdas de até 10% na produtividade em locais onde predominam hábitos alimentares inadequados.

Para a nutricionista Alecsandra Françoise Lima, uma dieta bem planejada ajuda no controle do estresse e na manutenção da atenção, fundamentais em ambientes de alta demanda. Ela destaca alimentos ricos em ácido fólico, como agrião, brócolis, couve, feijão, lentilha, ervilha, abacate e fígado bovino, que apoiam o desempenho cognitivo. Já linhaça, peixes e

azeite extra virgem fornecem ômega 3, essencial para a saúde dos neurônios. Além disso, ovos, brócolis e couve-flor, ricos em colina, contribuem para memória, foco e agilidade mental.

Entre os vilões do cardápio, Alecsandra alerta para os alimentos ultraprocessados, ricos em gorduras ruins, açúcar e sódio, que geram picos de energia seguidos de queda, comprometendo o rendimento. Frituras, fast-food, doces e excesso de cafeína também podem prejudicar o sono e aumentar a ansiedade, reduzindo a produtividade.

Além dos benefícios à saúde, o modelo de restaurantes internos se mostra vantajoso frente à inflação da alimentação fora de casa, ajudando empresas a reduzir custos e a promover colaboradores mais saudáveis, focados e engajados. "A alimentação é o combustível que move as pessoas e, consequentemente, as empresas. Mudar o modelo de alimentação é alinhar saúde, eficiência e inovação para transformar a rotina de trabalho", conclui Franco.

Juros, Inflação e Câmbio: o que você precisa entender antes de enviar ou receber dinheiro do exterior

André Galhardo (*)

Em tempos de globalização e fronteiras financeiras cada vez mais flexíveis, é comum lidar com transações internacionais — seja para enviar dinheiro a familiares, investir fora do Brasil ou receber pagamentos de clientes no exterior. Mas você já parou para pensar em como o câmbio, os juros e a inflação influenciam diretamente o valor que você envia ou recebe?

Existe uma relação entre essas três variáveis e você pode usar esse conhecimento para tomar decisões mais inteligentes na hora de movimentar recursos entre países.

1. Inflação: o ponto de partida

A inflação é o aumento generalizado dos preços na economia. Quando ela está alta, o poder de compra da moeda cai — ou seja, com o mesmo dinheiro você compra menos coisas.

Governos e bancos centrais, como o Banco Central do Brasil, monitoram a inflação de perto porque ela afeta o custo de vida, a confiança do mercado e a estabilidade econômica. Quando a inflação sobe demais, é comum o banco central aumentar os juros para tentar conter esse movimento.

2. Juros: a resposta à inflação

A taxa de juros básica da economia brasileira, chamada Selic, é usada para controlar a inflação. Na prática, isso significa que, quando os juros sobem, o crédito fica mais caro, o que desestimula o consumo e reduz a demanda. Por outro lado, a poupança e os investimentos em reais se tornam mais atrativos, atraindo investidores.

Isso impacta diretamente o câmbio, especialmente quando comparamos o Brasil com outros países, como os Estados Unidos.

3. Câmbio: o reflexo do cenário

O câmbio, ou a taxa de conversão entre moedas (como o real e o dólar), é afetado por diversos fatores — e os juros e a inflação estão entre os mais importantes.

Quando os juros sobem no Brasil, o país se torna mais atrativo para investidores estrangeiros. Isso aumenta a entrada de dólares no país, elevando a oferta da moeda americana e, consequentemente, valorizando o real (o dólar fica mais barato).

Quando os juros caem, ou quando há incertezas sobre a inflação, o movimento é o oposto: os investidores tiram dinheiro do país, reduzindo a oferta de dólares

e encarecendo o câmbio (o dólar sobe).

Quando é melhor enviar ou receber dinheiro do exterior? Entender essa lógica ajuda você a escolher o melhor momento para fazer suas transações internacionais. A seguir, destacamos algumas possibilidades.

Melhores momentos para receber dinheiro do exterior:

- Quando o dólar está alto em relação ao real;
- Quando os juros no Brasil estão baixos ou caindo, ou quando há instabilidade econômica;
- Quando há inflação alta nos EUA, o que pode levar o Fed (banco central americano) a subir os juros, fortalecendo o dólar frente ao real.

Melhores momentos para enviar dinheiro para o exterior:

- Quando o dólar está baixo em relação ao real;
- Quando os juros no Brasil estão altos e atraem dólares, valorizando o real;
- Quando há maior estabilidade econômica no Brasil e menor pressão inflacionária.

Não é necessário ser um economista para acompanhar os principais sinais do mercado. Ficar atento às decisões do Comitê de Política Monetária (Copom) no Brasil e do Federal Reserve (Fed) nos Estados Unidos já ajuda bastante.

Observar os índices de inflação, como o IPCA no Brasil e o CPI nos EUA, também fornece pistas importantes sobre os rumos dos juros e do câmbio.

Além disso, utilizar sites e aplicativos que informam a cotação do dólar em tempo real pode ajudar a identificar boas oportunidades. Sempre que possível, antecipar ou postergar transações internacionais com base nesses sinais pode resultar em economias relevantes.

Saber como juros, inflação e câmbio se relacionam permite que você tome decisões mais estratégicas ao enviar ou receber dinheiro do exterior. Embora o mercado tenha flutuações diárias, compreender os fundamentos ajuda a identificar tendências e oportunidades.

Na dúvida, procure o apoio de especialistas ou plataformas que ofereçam ferramentas para acompanhar esses indicadores — assim, você transforma a economia em sua aliada na hora de lidar com moedas estrangeiras.

(*) Economista e consultor da Remessa Online.