

Startups em expansão

CINCO PASSOS PARA CONSOLIDAR A IMAGEM E BLINDAR JURIDICAMENTE

Especialista explica como a integração entre jurídico, marketing e comunicação fortalece a reputação e a confiança no ecossistema de inovação

Segundo a ABStartups (2025), o Brasil tem 12,8 mil startups ativas, com crescimento médio anual de 26,7% desde 2015 — embora metade ainda não tenha faturamento. Apenas 3,4% alcançam receita anual entre R\$ 500 mil e R\$ 1 milhão. Já o Distrito (Emerging Tech Report 2024) aponta que o país concentra 71,8% das startups de tecnologias emergentes da Améri-

ca Latina, sendo 65,8% delas B2B e 44% com foco em inteligência artificial. O Relatório de Impacto Econômico do Google (2023), em parceria com a Access Partnership, reforça esse dinamismo ao mostrar que as soluções da empresa movimentaram R\$ 188 bilhões na economia brasileira e que startups apoiadas pelo Google for Startups cresceram até 35% mais rápido em cap-

tação de investimentos.

Diante desse cenário de expansão e amadurecimento, cresce também a complexidade dos desafios enfrentados pelos empreendedores. Para Priscila Ferreira, advogada empresarial, especialista em Direito Digital e Startups, o avanço do ecossistema exige mais do que inovação e tração. “Em um ambiente competitivo e regulado como o brasileiro,

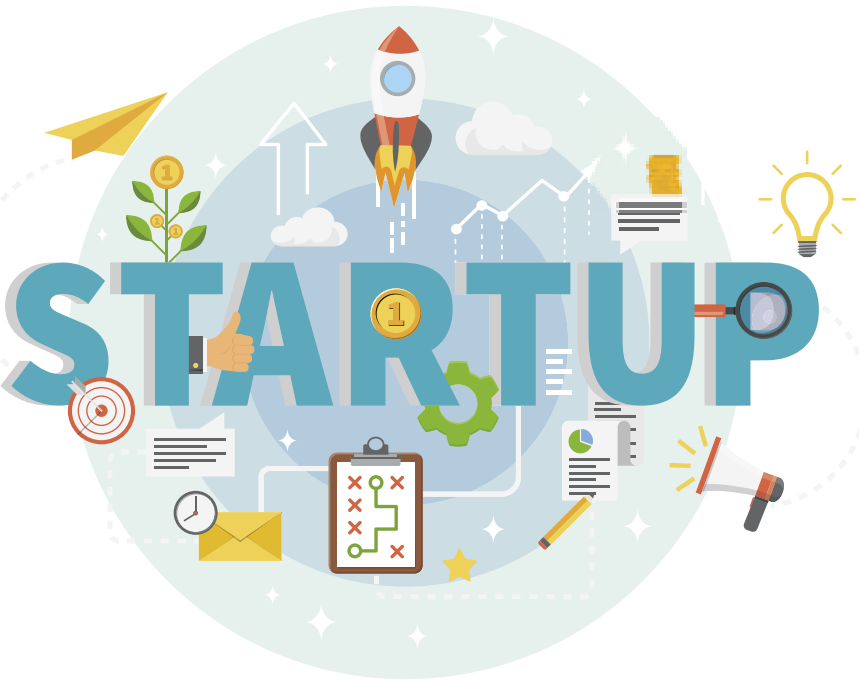
escalar uma startup não é só atrair clientes. É construir uma estrutura jurídica sólida, comunicar-se com estratégia e alinhar o posicionamento da marca à proposta de valor”, afirma.

A seguir, Priscila destaca os principais gargalos jurídicos e de comunicação que limitam o crescimento sustentável de startups e oferece cinco dicas práticas para empreendedores:

1. Comunicação sem blindagem jurídica

Na busca por visibilidade, muitas startups divulgam informações estratégicas — como projeções de receita, roadmap de produto ou rodadas de investimento — sem o devido respaldo jurídico. Essa prática pode gerar quebra de confidencialidade, risco de responsabilização ou até configurar propaganda enganosa, especialmente em setores regulados.

Dica: estabeleça uma política de comunicação validada pelo jurídico, garantindo que cada anúncio, press release ou campanha esteja alinhado a cláusulas de confidencialidade, contratos e restrições legais. Isso preserva a credibilidade e reduz riscos de litígio.



2. Marca sem proteção legal

A ausência de registro no INPI ainda é um erro recorrente entre startups. Sem a proteção da marca, a empresa pode perder o direito de uso do próprio nome, enfrentar disputas judiciais e até ser obrigada a mudar de identidade visual no auge do crescimento.

Dica: integre o branding ao planejamento jurídico desde o início. Registre nome, domínio, logotipo, layout e software. A formalização protege o investimento em comunicação e evita prejuízos reputacionais no futuro.

3. Crescimento sem governança nem narrativa institucional

Escalar sem uma estrutura societária definida e sem uma narrativa institucional consistente é um dos principais erros de startups em fase de expansão. Quando falta coerência entre discurso, governança e cultura, surgem ruídos com imprensa, investidores e clientes.

Dica: alinhar jurídico, marketing institucional e relações públicas permite que a empresa comunique seus valores de forma clara e responsável. Essa integração profissionaliza a imagem da startup e reforça a confiança de todo o ecossistema.

4. Uso inadequado de dados pessoais

Com a LGPD, o uso de dados em campanhas de marketing exige cuidado extremo. Startups que coletam, armazenam ou utilizam informações de usuários sem consentimento válido ou base legal adequada ficam expostas a multas e danos reputacionais.

Dica: adote boas práticas de compliance digital, como revisão de políticas de privacidade, auditoria de consentimentos e capacitação das equipes de marketing. A conformidade com a LGPD é um diferencial competitivo e um indicativo de maturidade empresarial.

5. Mensagens promocionais que infringem o Código de Defesa do Consumidor

Expressões como “garantia total”, “risco zero” ou “sem compromisso” são atrativas, mas podem ser interpretadas como propaganda enganosa se não houver respaldo contratual. Promessas comerciais precisam refletir exatamente o que o produto ou serviço entrega.

Dica: envolva o departamento jurídico na revisão de campanhas promocionais, assegurando que cada mensagem tenha fundamento contratual e atenda ao Código de Defesa do Consumidor. Isso evita penalidades e demonstra transparência na relação com o público.

