

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA
CAMPUS ARARANGUÁ
CENTRO DE CIÊNCIAS, TECNOLOGIAS E SAÚDE
DEPARTAMENTO DE ENERGIA E SUSTENTABILIDADE
CURSO DE GRADUAÇÃO EM ENGENHARIA DE ENERGIA

Bruno Henrique Menegat

Título: Sustentabilidade na Visão de Gestoras de Startups

Araranguá/SC.

2022

Bruno Henrique Menegat

Título: Sustentabilidade na Visão de Gestoras de Startups

Trabalho de Conclusão do Curso de Graduação em Engenharia de Energia do Centro de Ciências, Tecnologias e Saúde da Universidade Federal de Santa Catarina, como requisito para a obtenção do título de Engenheiro/a de Energia.
Orientador: Prof. Paulo Cesar Leite. Esteves, Dr.

Araranguá

2022

Bruno Henrique Menegat

Título: Sustentabilidade na Visão de Gestoras de Startups

O presente Trabalho de Conclusão de Curso, do Curso de Engenharia de Energia, foi avaliado e aprovado pela banca examinadora composta pelos seguintes membros:

Orientador: Paulo Cesar Leite Esteves, Dr.
Universidade Federal de Santa Catarina

Kátia Profa. Kátia Cilene Rodrigues Madruga, Dra.
Universidade Federal de Santa Catarina

Prof. Giovani Mendonça Lunardi, Dr.
Universidade Federal de Santa Catarina

Certificamos que essa é a versão original e final do trabalho que foi julgado adequado para obtenção do título de Engenheiro de Energia.

Prof. Luciano Lopes Pfitscher, Dr.

Coordenador do Curso



Documento assinado digitalmente
PAULO CESAR LEITE ESTEVES
Data: 18/07/2022 15:48:26-0300
CPF: 246.412.357-91
Verifique as assinaturas em <https://v.ufsc.br>

Prof. Paulo Cesar Leite Esteves, Dr.

Orientador



Documento assinado digitalmente
Bruno Henrique Menegat
Data: 18/07/2022 16:56:08-0300
CPF: 097.629.929-11
Verifique as assinaturas em <https://v.ufsc.br>

Nome do aluno: Bruno Henrique Menegat

Autor



Documento assinado digitalmente
Bruno Henrique Menegat
Data: 01/08/2022 13:51:18-0300
CPF: 097.629.929-11
Verifique as assinaturas em <https://v.ufsc.br>

Araranguá, 15 de julho de 2022

SUSTENTABILIDADE NA VISÃO DE GESTORAS DE STARTUPS

SUSTAINABILITY IN THE VIEW OF STARTUPS MANAGERS

Bruno Henrique Menegat*

RESUMO

O objetivo deste artigo é investigar a visão de gestoras de “startups” sustentáveis com diferentes níveis de maturidade e nichos de mercado, assim como, contextualizar a sustentabilidade, retratando conceitos e divergências entre autores. Com o intuito de alcançar estes objetivos, segundo diferentes autores, foi realizada uma descrição de conceitos que envolvem a sustentabilidade e uma pesquisa qualitativa envolvendo modelos de negócio sustentáveis. Deste modo, foram realizadas duas entrevistas com gestoras de “startups”. Utilizou-se de entrevista semi-estruturada. Por meio dessas foi possível compreender aspectos como: 1) Visão das gestoras de “startups” sobre a sustentabilidade 2) Explorar relações de autores com as gestoras 3) Relatar experiências das gestoras dentro de seus negócios. Através das entrevistas foi possível compreender os modelos de negócios e como é a interação com as esferas sociais, ambientais e econômica, assim como, entender como o modelo de negócio estruturado para a sustentabilidade opera. Assuntos como: tripé da sustentabilidade, desenvolvimento sustentável, economia verde, legislação ambiental, mercado da sustentabilidade, “startups” e inovação, foram abordados. Mediante as pesquisas realizadas e os modelos de negócios estudados, pode-se concluir que as “startups” sustentáveis lidam com questões complexas apostando na inovação e escalabilidade. As visões das gestoras foram apresentadas e descritas satisfatoriamente com os métodos de pesquisa utilizados. Possuindo em seus empreendimentos, conceitos e práticas sustentáveis aplicadas aos modelos de negócio. O fato de estarem em segmentos distintos evidencia que a inovação e a aplicação da sustentabilidade não possui uma fórmula para todos os negócios.

Palavras-chave: Startups, Sustentabilidade, Desenvolvimento Sustentável, Modelo de negócio sustentável, Empreendedoras.

ABSTRACT

In this work, the main objective is investigate the view of the managers businesses models with different levels of the maturity and different segments of the market, as well as, to contextualize sustainability and startups, showing variety of concepts and differences between the authors. To achieve these goals, according to several authors, a description of concept that involve sustainability and a qualitative research involving sustainable business models was realized. In this way, two interviews with managers of startups were made. The methodology used was semi-structured interview, in that way, it was possible to have a clear and far-reaching description about: 1) Startup managers view of sustainability 2) Explore relationships between authors and managers 3) Report managers experiences within their businesses. With these interviews it was possible to comprehend the business models and how it is the interaction with the social, ecological and economic fields, as well as understand how the business plan is structured to sustainability operate. Subjects as: tripod of sustainability, sustainable development, green economy, environment legislation, sustainable market, startups and innovation, were approached. Through the realized researches and the studied business plans, it's conclusive that the sustainable startups deal with complex questions, betting in the innovation and scalability. The managers point of view were presented and

described satisfactorily with the methods utilized. Having in their enterprise, sustainable concepts and practices applied to the business models. The fact of being in distinct sectors shows that the innovation and application of sustainability doesn't have a right formula for any kind of business.

Keywords: Startups, Sustainability, Development sustainable, Sustainable business models, Enterprising, Management.

1 INTRODUÇÃO

Para defrontar as mudanças climáticas vigentes, uma visão holística é demandada pelos empreendimentos, uma visão que integre sustentabilidade no cerne de seus negócios (BOCKEN; VAN BOGAERT, 2016).

A visão holística pode ser compreendida como uma abordagem transdisciplinar. Pois, atualmente reconhece-se que as ciências disciplinares não conseguiriam lidar bem com os muitos conceitos ambientais e sociais, inclusive o mais importante deles, a sustentabilidade (MIKHAILOVA, 2022).

Os desafios dos negócios não são somente de se manterem competitivos, eles também são sobre como criar uma maneira de empreender na sociedade, como solução para o cenário ambiental atual. Uma parte dos empreendimentos está se preparando para tomar a responsabilidade de resolver alguns destes desafios. Dessa forma, novos modelos de negócio sustentáveis estão surgindo. Em última análise, a “criação de valor compartilhado” diz respeito à necessidade de envolver os principais empreendedores, incluindo representantes de grupos ambientais e da sociedade como um todo, nos estágios iniciais do processo de inovação. Assim, novas formas de pensar são requeridas, nas quais as preocupações ambientais e sociais são tão importantes quanto os ganhos individuais do cliente ou a lucratividade de uma empresa individual (BOCKEN; VAN BOGAERT, 2016).

A escassez de recursos, crise econômica e mudanças climáticas têm afetado nosso sistema econômico e social. Como resultado, também estão sendo afetados os modelos de negócios vigentes. Como exemplo, a indústria, embora tenha trazido prosperidade, também é a causa básica de alguns desses principais desafios. Conscientes de suas atividades negativas para o meio ambiente e sociedade e impulsionadas pela legislação, as empresas começaram lentamente a tratar algumas de suas externalidades negativas, por meio do controle da poluição e da redução de resíduos (BOCKEN; VAN BOGAERT, 2016).

Entre os novos modelos de negócio, encontram-se as “*startups*”, definidas por Abstartups (2017) como empresas que nascem a partir de um modelo de negócio ágil e enxuto que conseguem gerar valor para seus clientes resolvendo problemas reais, oferecendo uma solução escalável para o mercado e, para isso, usam a tecnologia como ferramenta principal.

Popularizado nos Estados Unidos nos anos 90, o termo “*startup*” surge com a chamada “bolha da *internet*” que deu origem a empresas como Google e o Ebay. Já no Brasil, o termo é inicialmente utilizado entre os anos de 1996 e 2001. Uma característica importante da definição de “*startup*” atual, é a de estar inserida em um cenário volátil e que se mantém em constante atualização, tendo que gerar renda por maneiras inovadoras. Este foco na inovação faz com que sejam fundamentais na criação de novas tecnologias, implementando modelos de negócios sustentáveis ou pressionando empresas maiores a se preocuparem com o tema (MARTINS; VANIN, 2021).

O desenvolvimento de “*startups*” sustentáveis no Brasil é visto como favorável pelo fato de o país ser referência no setor de energias renováveis. Esta realidade somada à

característica da necessidade da transição energética, cria uma demanda para estes novos empreendimentos, possibilitando, a inserção de novas tecnologias sustentáveis e a mitigação dos danos ao meio ambiente (MENDONÇA, 2017).

A relação da inovação com o desenvolvimento sustentável ainda está em processo de definição e amadurecimento, sendo que elas possuem uma ligação intrínseca com o empreendedorismo (REIS, 2017). O vínculo do empreendedorismo com as “*startups sustentáveis*” começa a se desenvolver de uma maneira distinta da relação comum dos modelos de negócios tradicionais e o mercado, visto que, estes serviços possuem um apelo maior para a inovação e sustentabilidade. Para que a lucratividade das “*startups*” sustentáveis ocorra, os princípios da sustentabilidade devem estar atrelados ao núcleo da empresa, fazendo com que este seja seu eixo e assim possam arrecadar fundos e negociar seus produtos e serviços de uma maneira coerente, social e ambientalmente, possuindo assim, o potencial destes novos empreendimentos em fase inicial poderem levar ao colapso das atuais grandes organizações (REIS, 2017).

O objetivo deste artigo é investigar a visão de gestoras de “*startups*” sustentáveis com diferentes níveis de maturidade e nichos de mercado, assim como, contextualizar a sustentabilidade, retratando conceitos e divergências entre autores.

2 SUSTENTABILIDADE

2.1 Contexto

A sustentabilidade é o princípio que assegura que nossas ações hoje não limitam a gama de opções econômicas, sociais e ambientais disponíveis para as futuras gerações (ELKINGTON, 1997). É de suma importância a compreensão do momento histórico, para que assim, as melhores decisões possam ser tomadas e o trajeto do desenvolvimento sustentável possa ser trilhado.

Segundo Boff, (2018) comumente, é estimado que o conceito de “sustentabilidade” possui origem recente, a partir das reuniões organizadas pela ONU (Organização das nações unidas) nos anos 70 do século XX, quando surgiu de maneira mais expressiva, a consciência dos limites do crescimento que punham em crise o modelo vigente praticado em quase todas as sociedades mundiais. Mas mesmo com uma menor utilização e estima, o conceito já era utilizado na Alemanha, na província da Saxônia em 1560, para designações referentes à preocupação pelo uso racional das florestas. Em 1713, novamente na Saxônia, o Capitão Hans Carl von Carlowitz, propunha enfaticamente o uso sustentável da madeira. Seu lema era: “devemos tratar a madeira com cuidado” “*man muss mit dem Holz pfleglich umgehen*”, caso contrário, acabar-se-á o negócio e cessará o lucro (BOFF, 2018).

No âmbito da história recente da sustentabilidade, seu marco de início foi em 1972 na Primeira Conferência Mundial sobre o homem e o meio-ambiente, a partir de então, uma agenda mundial que considera estes fatores, foi sendo criada. Entre as reuniões, conferências e discussões realizadas desde então, o comprometimento por parte dos estados nações foram sendo adotados. Contudo, devido a uma contradição estrutural do sistema capitalista, entre a lógica do desenvolvimento (que sempre procura maximizar os lucros às expensas da natureza, criando grandes desigualdades sociais), e entre a dinâmica do meio ambiente, (que se rege pelo equilíbrio, pela interdependência de todos com todos e pela reciclagem de todos os resíduos), estes acordos, até então, não amadureceram em tomadas de decisão e iniciativas com a escala necessária para evitar um colapso do ecossistema planetário (BOFF, 2018).

Para tanto, a expectativa de que as empresas vão contribuir para "salvar o mundo", existe, e em parte isso flui de atividades de organizações como a “*World Business Council for Sustainable Development*” (Conselho Empresarial Mundial para o Desenvolvimento Sustentável) e do reconhecimento de que os negócios precisam de mercados estáveis para se desenvolverem. Assim, bancos líderes e seguradoras estão sinalizando o desenvolvimento sustentável como direção principal para o século XXI (ELKINGTON, 1997).

2.2 Tripé da sustentabilidade

Essencialmente, o Tripé da Sustentabilidade (TS) é outra estrutura que expressa a expansão da agenda do meio ambiente e a integração social e econômica (Elkington 1997). O TS fornece uma estrutura para mensurar o desempenho e sucesso da organização em termos econômicos, sociais e ambientais (ALHADDI, 2015).

2.2.1 Pilar Econômico

O pilar econômico se apresenta como uma subestrutura da sustentabilidade, e envolve a capacidade da economia sobreviver e se desenvolver de modo a apoiar as futuras gerações (ALHADDI, 2015). Em outras palavras, para quantificar o crescimento de uma empresa são considerados aspectos de favorecimento ao sistema circundante, que por sua vez apoiará a economia das próximas gerações.

2.2.1 Pilar Social

O pilar social se refere a beneficiar e exercer atividades econômicas justas com o comércio, capital humano e comunidade (ELKINGTON, 1997). O desempenho desta prática promove valores para a sociedade e retribuem benefícios para a comunidade. Casos destas iniciativas podem incluir salários justos e promoção da saúde e cuidados. Da perspectiva do aspecto moral, de trazer benefícios à sociedade e desconsiderar a responsabilidade social pode afetar o desenvolvimento sustentável do negócio. Exemplos recentes da indústria revelam que existem custos associados a desconsideração da responsabilidade social (ALHADDI, 2015). Portanto, o pilar social tem como foco a interação entre a comunidade e organização, envolvendo assuntos relacionados ao impacto da organização, salários e funcionários. Esta interação pode ser feita por meio do sistema público ou não.

2.2.1 Pilar Ambiental

O pilar ambiental denota a responsabilidade em práticas que não comprometam os recursos ambientais das futuras gerações. Isso significa, utilizar de forma eficiente os recursos energéticos, reduzindo emissões e pegadas ecológicas (ALHADDI, 2015, apud GOEL, 2010). Similar ao aspecto social, iniciativas ambientais impactam diretamente na sustentabilidade do negócio.

Uma análise realizada por com 99 organizações com foco em sustentabilidade, de diversos segmentos como: tecnologia, automotiva, alimentícia, mídia e turismo. Examina o impacto e preocupação ambiental e o desempenho da organização. O período de análise foi de 6 meses e o objetivo principal da metodologia de pesquisa foi determinar se as organizações com práticas sustentáveis têm maior probabilidade de resistir à retração econômica. A análise revela que durante os períodos de retração econômica, organizações com práticas de proteção

ao meio ambiente e melhoria de bem-estar social, agregam valores para os acionistas e se destacam quando comparadas a empresas do mesmo setor sem estas preocupações. As vantagens financeiras resultam dos custos operacionais reduzidos (energia, uso da água, etc.) e de novas receitas vindas da inovação de produtos ecológicos (ALHADDI, 2015 apud KEARNEY, 2009).

2.3 Desenvolvimento sustentável

Desenvolvimento sustentável é um termo que não possui uma definição precisa e, conseqüentemente, muitas concepções são usadas. Frequentemente, as definições são empregadas por áreas específicas, fazendo com que seus significados concedam maior valor a um pilar da sustentabilidade ou outro. Este termo pode ser usado com significados específicos por filósofos, políticos, cientistas, sociólogos, economistas, geógrafos, biólogos, ecologistas e engenheiros. Sendo assim, a interconexão entre os pilares da sustentabilidade pode ter diferentes formatos, e, por seguinte, trazer atitudes distintas na abordagem com o desenvolvimento sustentável. Apesar das diferenças nas definições, seus temas comuns (Figura 1) permitem uma compreensão cada vez mais clara do conceito de desenvolvimento sustentável (ROSEN, 2017).

Figura 1: Tripé da Sustentabilidade.

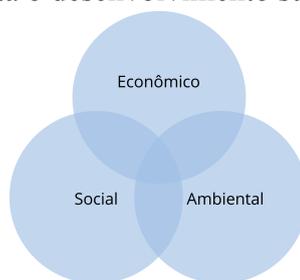


Fonte: Rosen, 2017, tradução do autor.

Argumenta Rosen (2017) que, neste primeiro esquema, desta forma apresenta na figura 1, o desenvolvimento sustentável sustentado pelos pilares da sustentabilidade e só pode permanecer de pé se um equilíbrio adequado for alcançado entre os requisitos frequentemente conflitantes para o desenvolvimento ambiental, econômico e social. Desta forma apresentada, o desenvolvimento sustentável tem frequentemente conflitos entre seus pilares, visto que não existe uma hierarquia clara da importância de cada um na atuação prática de tomada de decisão.

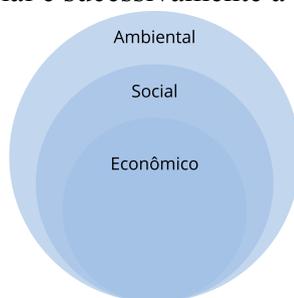
Na figura 2 o desenvolvimento sustentável é representado como o ponto comum de sobreposição de três círculos que se cruzam, onde os três círculos representam, respectivamente, as dimensões ambiental, econômica e social. Uma variação deste esquema se apresenta na Figura 3, onde estão apresentados os âmbitos de ação do desenvolvimento sustentável com círculos concêntricos (ROSEN, 2017).

Figura 2: relação entre às três áreas da sustentabilidade, onde a região de intersecção representa o desenvolvimento sustentável.



Fonte: Rosen, 2017, tradução do autor.

Figura 3: relação entre às três áreas da sustentabilidade, onde a dimensão ambiental contém a social e sucessivamente a econômica.



Fonte: Rosen, 2017, tradução do autor.

O desenvolvimento econômico sustentável, sendo uma atividade das pessoas e ocorrendo nas comunidades, é visto como um subconjunto do desenvolvimento social sustentável, que envolve uma abundância de dimensões sociais e culturais, bem como fatores econômicos. Então, o desenvolvimento social sustentável é visto como um subconjunto do desenvolvimento ambiental, visto que, tudo o que é feito pelas pessoas e sociedades é realizado no meio ambiente (ROSEN, 2017).

Apesar de suas diferenças, todas essas interpretações e ilustrações do desenvolvimento sustentável estão relacionadas conceitualmente e compartilham ligações importantes.

Segundo Rosen (2017), abordar o desenvolvimento sustentável requer que sejam consideradas as necessidades de recursos econômicos, culturais, sociais, saúde, impacto ambiental, engenharia, design e arquitetura, bem como a compreensão de como as pessoas interagem e se relacionam com relação a esses temas.

A quantidade dos campos de atuação que compõem o desenvolvimento sustentável está aumentando (ROSEN, 2017). O autor também indica que a quantidade de campos de atuação que compõem o desenvolvimento sustentável está aumentando e inclui áreas como:

- Desenvolvimento industrial, incluindo produção e cadeia de consumo;
- Recursos de suprimento, incluindo energia, minerais, água e outros materiais;
- Proteção ambiental, controle da poluição, gerenciamento dos resíduos e adaptação e mitigação das mudanças climáticas e desastres naturais;
- Degradação dos ecossistemas, incluindo espécies em extinção, perda da biodiversidade, diminuição da qualidade da água e seca;
- Apropriação de terras, incluindo desmatamento, perda de terra arável, saneamento e desertificação;

- Crescimento e distribuição da população, compreendendo urbanização e globalização;
- Fatores sociais e culturais, envolvendo padrões de vida;
- Estabilidade social, abrangendo paz e desastres antrópicos;
- Influências governamentais, incluindo políticas de incentivo ou desincentivo;

2.4 Economia verde

Como Diniz e Bermann (2011) argumentam, a noção de economia verde é mais recente que o conceito de desenvolvimento sustentável, e possui como premissa eficiência no uso de recursos, baixas emissões de carbono e inclusão social.

Sua introdução se dá na conferência das Nações Unidas Rio+20, que ocorreu em 2012 no Rio de Janeiro — RJ, quando foi cunhado o termo “economia verde”. Este conceito popular é percebido como parte da sustentabilidade por organizações internacionais como “*The World Bank*” e “*United Nations Environment Programme*”. Além disso, o termo economia verde tem sido usado largamente para financiar as mudanças da crise climática. E assim, também foi um elemento essencial no processo de mitigação das metas definidas no acordo de Paris. Contudo, as conexões entre economia verde e redução da crise climática ainda devem ser amplamente exploradas (LOISEAU et al., 2016).

Similar ao conceito de desenvolvimento sustentável, considera-se economia verde como aquela que “resulta em melhoria do bem-estar humano e equidade social, em simultâneo, em que reduz significativamente os riscos ambientais e a escassez ecológica” (DINIZ; BERMANN, 2011).

Ainda segundo os autores Diniz e Bermann (2011) existe uma divergência de posicionamento entre autores da área de economia. De um lado se argumenta que:

A mudança para uma economia verde pode ser feita por países ricos e por países pobres; não existe dilema entre sustentabilidade e crescimento econômico (DINIZ; BERMANN, 2011).

E de outro lado é argumentado que:

A inexistência de um dilema entre sustentabilidade e crescimento econômico pode ser contestada pela evidência empírica que aponta para um dilema nas primeiras etapas do desenvolvimento e depois passa a ocorrer crescimento com redução das emissões de poluentes (...). Logo, pode-se afirmar não haver consenso entre os economistas a respeito da economia verde e suas bandeiras. Pode-se dizer que o debate ainda está em curso. (DINIZ; BERMANN, 2011).

2.4.1 Implicações na legislação brasileira

Ao implementar a economia verde, na prática, existem vários fatores críticos relacionados à viabilidade econômica, fundo de investimento público, desenvolvimento tecnológico, avaliação de impactos, políticas públicas, regulamentos, capital social, liderança, coordenação, bem como a aceitabilidade e imagem pública. A transição para economias verdes também requer negociação entre os múltiplos setores, com objetivos e interesses das várias partes interessadas (LOISEAU et al., 2016).

No caso específico do Brasil, a Constituição Federal assegura alguns preceitos que devem orientar os setores públicos, cívicos e privados. Salientando o reconhecimento do direito fundamental ao meio ambiente ecologicamente equilibrado. Dentre as principais

normas que fornecem as bases para o desenvolvimento sustentável, em nosso país, figuram o Código Florestal (Lei nº 4.771/65), a Lei da Política Nacional do Meio Ambiente (Lei 6.938/81), a Lei da Ação Civil Pública (Lei nº 7.347/85), a Lei da Política Nacional de Recursos Hídricos (Lei nº 9.433/97), a Lei que institui o Sistema Nacional de Unidades de Conservação (Lei nº 9.985/00), a Lei de Política Nacional de Resíduos Sólidos (12.305/10) e a Lei de Política Nacional de Mudanças Climáticas (Lei 12.187/09) (TEODORO J.; IRIGARAY, 2011).

Logo, a estrutura legislativa brasileira possui alicerces para a transição para uma economia verde. Contudo, como dito por Teodoro J. e Irigaray (2011):

Há um déficit significativo na implementação dessas leis que possuem caráter meramente simbólico, já que seguem desrespeitadas sem maiores consequências, além de enfrentarem a resistência de setores que apostam no aumento da produtividade de forma insustentável, ou seja, sem considerar o custo ambiental (TEODORO J.; IRIGARAY, 2011).

A reversão desse cenário não se deve apenas a ajustes legislativos e de gerenciamento, mas também de medidas econômicas que viabilizem os modelos em favor da conservação ambiental, como de ativos florestais e o fomento de meios de subsistência alternativos atraentes para a população que depende desses recursos. Desse modo, não se tem relatos de países que conseguem produzir e melhorar a sua qualidade ambiental sem que o poder público consiga restringir práticas insustentáveis e, por outro lado, incentivar as boas condutas ambientais e o uso sustentável dos recursos naturais (TEODORO J.; IRIGARAY, 2011 apud IRIGARAY 2010).

3 INOVAÇÕES, MODELOS DE NEGÓCIOS SUSTENTÁVEIS E STARTUPS

A inovação, no meio do desenvolvimento tecnológico, deve ser concebida como uma condição de extrema importância, considerando que na maior parte dos casos venha trazer grandes ganhos para as indústrias e “*startups*”. Sendo assim, a inovação é o foco de diferentes organizações, entretanto, a sua concepção complexa e com diferentes dimensões e contextos de aplicação é compreendida sob distintas abordagens teóricas, em vários campos do conhecimento e setores (BRUNO-FARIA; FONSECA, 2014).

Os modelos de negócio sustentáveis e inovadores são definidos como: modelos transformadores que criam impacto positivo significativo e/ou reduzem significativamente os impactos negativos ao meio ambiente e/ou sociedade, por mudanças organizacionais e nas redes de contato. Além disso, geram valor econômico ou alteram suas proposições de valor (BOCKEN, 2014).

Segundo Bocken, Short, Rana e Evans (2014) para enfrentar os desafios urgentes de um futuro sustentável, as inovações necessitam introduzir uma mudança no cerne dos modelos de negócio para combater a insustentabilidade em sua origem e não como um complemento para neutralizar os resultados negativos dos negócios. O nível de ambição dos modelos de negócio inovadores, precisa ser alto e focado na maximização dos benefícios sociais e ambientais, ao invés de ganhos econômicos somente. Modelos de negócio sustentáveis podem não ser economicamente viáveis inicialmente (exemplo da introdução do primeiro carro híbrido), mas podem ser no futuro, devido a regulamentações ou outras mudanças.

Compreende-se que as “*startups*” conseguem propiciar alternativas para a sobrevivência de áreas organizacionais que sofrem com as novas tecnologias, atuando como auxiliares das organizações na grande busca pela inovação e por modelos de negócios

sustentáveis (REIS, 2017). Mas, também são capazes, com seu potencial de novas tecnologias e oportunidades de negócios, levar ao colapso das atuais grandes organizações (YOO et al., 2012). Isto se deve a sua criação e desenvolvimento, desviando radicalmente das práticas de negócio existentes. Este movimento gera uma maior diversidade de negócios disponíveis e também, por consequência, enfrenta o desafio de captação de recursos financeiros (ERLINGHAGEN; MARKARD, 2012).

3.1 Modelo de negócios sustentáveis e o mercado da sustentabilidade

Os novos desafios para as empresas dizem respeito não apenas a permanecerem competitivas, mas tratam de criar um papel para elas mesmas na sociedade, como solução para os nossos maiores desafios globais (BOCKEN; VAN BOGAERT, 2016).

Conforme descrito no documento de trabalho sobre Teoria da Inovação Social Transformativa (AVELINO et al., 2013), nossa sociedade enfrenta fenômenos macros de “mudança de jogo”, como a crise econômica e mudanças climáticas. Possuindo várias “narrativas de mudança” ou “contra-movimentos” como a “nova economia” (economia compartilhada ou economia circular), que tem seus efeitos em diferentes níveis nas inovações de sistema e sociais (novo “*design*”, novas formas de propriedade e modelos de negócios). Todos eles influenciam o atual processo de transformação da sociedade (AVELINO et al., 2013).

Jonker (2014) argumenta que vivemos em uma fase de transição para outra categoria de sociedade, na qual as organizações estão mudando, buscando a criação de múltiplos valores. Assim, outras formas de organização e “*networking*” são necessárias. Trata-se de enfatizar a “capacidade de colaboração” das organizações, em vez de suas habilidades organizacionais.

Haverá uma mudança em direção à cocriação coletiva e à criação de múltiplos valores compartilhados, com pessoas colaborando entre as organizações, e entre elas, em vez de apenas nas organizações, por exemplo, consideram-se os modelos de negócios “*peer-to-peer*” (P2P), como empréstimos “*peer-to-peer*”, “entre pares” (tradução do autor). Essas pessoas, que propositalmente conectam negócios e indústrias por meio da colaboração, os chamados “extraempreendedores”, funcionarão como “corretores”, ou seja, começa a existir uma intermediação entre as relações das organizações e seus clientes (BOCKEN; VAN BOGAERT, 2016).

Pode ficar claro que as pressões sobre as empresas para operar de maneira mais sustentável estão aumentando, exigindo que adotem uma abordagem sistêmica que integre a consideração das três dimensões da sustentabilidade de uma forma que gere criação de valor compartilhado para todas as partes interessadas, incluindo o meio ambiente e a sociedade. Isso pode ser referido como “pensamento empresarial sustentável” (BOCKEN et al., 2015).

Ansari et al. (2013) identificou três etapas de alto nível que precisamos percorrer para resolver a “Tragédia dos Comuns”: questões relacionadas ao nosso uso de recursos globais, mudanças climáticas e uso da água (que não são fáceis de resolver porque são compartilhados e usado por todos os cidadãos globais, sem propriedade e responsabilidade claras). Essas etapas são: (1) reconhecimento do destino interconectado; (2) aceitação da responsabilidade por todos; (3) compromisso coletivo para agir. Se as principais partes interessadas, sejam empresas, cidadãos ou governos, não conseguirem atender a algumas ou, pior ainda, a todas essas condições, será difícil encontrar soluções para os desafios globais urgentes, como as mudanças climáticas (ANSARI et al., 2013).

Felizmente, argumenta Bocken e Van Bogaert (2016), várias empresas estão se preparando para assumir a responsabilidade de resolver alguns desses desafios globais. Ainda assim, o “pensamento empresarial sustentável” não é uma prática comum nas operações comerciais diárias, embora possa ser muito benéfico para as empresas. Isso talvez se deva aos desafios de incorporar questões sociais, ambientais e econômicas à maneira como os negócios são feitos (BOCKEN; VAN BOGAERT, 2016).

Crane et al. (2014) em sua crítica ao conceito de “criação de valor compartilhado” argumenta que esse conceito pode ser desafiador de realizar: oportunidades de valor compartilhado nem sempre são evidentes, mas se manifestam como dilemas. Portanto, depende da criatividade dos tomadores de decisão para identificar oportunidades sustentáveis de criação de valor compartilhado e desenvolvê-las em boas oportunidades de negócios.

Modelos de negócios sustentáveis, que incorporam preocupações ambientais e sociais a sua prática, além dos lucros, consideram os benefícios para uma rede de partes interessadas (STUBBS E COCKLIN, 2008).

Um estudo conjunto do “MIT Sloan Management Review e do Boston Consultancy Group” descobriu que quase 50% das empresas pesquisadas mudaram seu modelo de negócios devido às oportunidades de sustentabilidade. A maioria dessas empresas, disse que a “sustentabilidade” gerava lucros adicionais (KIRON et al., 2013).

A abertura de novas oportunidades de negócios e economia de custos são exemplos de benefícios econômicos de inovações em modelos de negócios sustentáveis. Considerar as preocupações ambientais e sociais nos estágios iniciais do processo de inovação é essencial, porque, dado que as especificações do produto tenham sido decididas, apenas pequenas alterações na sustentabilidade do produto podem ser feitas (BOCKEN et al., 2014).

3.2 Startups

A definição brasileira de “startups” é a de serem empresas em fase inicial, que possuem seus serviços e/ou produtos associados à inovação. Entre suas características destacam-se o potencial de rápido crescimento, escalabilidade, repetibilidade, flexibilidade e rapidez (ABSTARTUPS, 2017).

Apesar disso, não há uma singular, universal aceitação para a definição de “startup” (PATERNOSTER, 2014). Para Bortolini (2018) o foco destes empreendimentos é criar produtos e/ou serviços para o mercado sob condições de grande incerteza, tendo como mecanismo de atuação a reprodução e escalabilidade acentuadas. Fazendo com que fique evidente que a criação de um novo modelo de negócio desta natureza, seja um processo difícil, complexo e de risco.

Toda essa incerteza somada ao risco do empreendimento ofertar um produto que o mercado não deseja ou não precisa, faz com que investidores, funcionários em potencial, fornecedores e compradores hesitem na hora de fornecer recursos para “startups”. Tal questão leva a outra característica associada com esta categoria de organização, o de possuírem naturalmente recursos econômicos, humanos e físicos limitados. Portanto, tais recursos devem ser efetivamente implementados e gerenciados. As altas taxas de falência das “startups” se deve as condições mencionadas, complementarmente a falta de um processo de estrutura de descoberta e entendimento de seus mercados, igualmente de seus clientes e validação de suas hipóteses nos estágios iniciais do projeto (BORTOLINI, 2018).

Por outro lado, a falência de “startups” poderia ser evitada ou pelo menos seus custos poderiam ser reduzidos se os gerentes dos novos empreendimentos baseados na inovação

usassem as ferramentas apropriadas de controle e planejamento (BORTOLINI, 2018 apud MCGRATH e MACMILLAN, 1995).

Portanto, para prevenir a falência nos estágios iniciais do negócio, existe uma abrangente literatura de ferramentas de controle e planejamento, visando elaborar dimensões de análises dos modelos de negócio que compreendam melhor as condições e assim possam prever os movimentos dos empreendimentos. Estas dimensões podem ser sumarizadas como: proposta de valor, criação de valor, entrega de valor, apropriação de valor e rede de valor.

É comum, por exemplo, para empreendedores iniciarem um novo negócio apenas com alguns conceitos rudimentares em mente, assim como, com somente limitados recursos disponíveis. A fase inicial de um modelo de negócio é uma hipótese vaga de como entregar valor para os clientes, a comprovação deste modelo de negócio raramente surge nos primeiros estágios de um novo empreendimento (BORTOLINI, 2018).

O ambiente e situações de grandes incertezas, complexidades e velocidade de mudança, especialmente para novos empreendimentos ou “*startups*”, fazem com que, especialistas da área concebam que o sucesso surge com a velocidade com que a organização pode conduzir testes, experimentos e aprendizado com os modelos propostos (BORTOLINI, 2018 apud MCGRATH e MACMILLAN, 1995). Especificamente, os projetos baseados na “*internet*” são um exemplo perfeito de empreendimentos com um ambiente de alta velocidade, que no que lhe concerne, demandam criações, testes e ajustes na mesma frequência (WIRTZ, 2010).

Para alcançar esse nível de maturidade no modelo de negócio, “*startups*” devem implementar métodos leves e simples a partir de processos que permitem iterações e evoluções dos protótipos básicos, realizando este processo por retorno de opiniões dos clientes (PATERNOSTER, 2014).

4 Metodologia

4.1 Tipo de pesquisa

A pesquisa tem caráter qualitativo, descritivo e considera o paradigma interpretativo. Segundo Triviños (1987), a abordagem qualitativa procura captar não só a aparência do fenômeno, como também suas essenciais, procurando explicar sua origem, relações e mudanças. Também tendo como base a percepção do fenômeno, é indagada as consequências. As pesquisas qualitativas estimulam os entrevistados a raciocinar e comunicar sobre algum tema, objeto ou conceito. Elas fazem emergir aspectos subjetivos, atingem motivações não explícitas ou mesmo não conscientes, de forma espontânea. Merriam (2009), declara que no estudo qualitativo, palpites, opiniões fundamentadas e intuição também fazem parte desse processo recursivo e dinâmico, visto que, o processo de análise se dá em simultâneo o decorrer das pesquisas.

Através da pesquisa qualitativa, não é buscada a generalização de seus resultados, mas sim a compreensão e interpretação mais profunda dos fatos. Os resultados têm que propiciar a disseminação do conhecimento, por possíveis generalizações ou proposições teóricas que possam surgir do estudo (YIN, 2001).

O paradigma interpretativo compreende que o pesquisador não possui uma posição neutra, portanto, considera que suas pressuposições, crenças, valores e interesses vão intervir na modelagem de suas pesquisas. Posto isto, é assumido pelo paradigma que não serão apresentados os fatos em si, mas a interpretação do pesquisador sobre o que dizem os

indivíduos sobre determinado fenômeno, por consequência, há o reconhecimento consciente do fato de que a intervenção do pesquisador é parte do processo (SACCOL, 2009).

4.2 Entrevistas semi-estruturada

Usado por profissionais de várias áreas, entrevistas têm sido exploradas como técnicas de iniciar e de revisar um processo. Basicamente, uma entrevista é uma forma particular de conversa com propósito. Diferentes das conversas casuais, as entrevistas são mais organizadas e bem planejadas. Sendo que, ambas as partes estão conscientes da proposta da entrevista e assim, procuram atingir o objetivo, por meio da comunicação (LUO; WILDEMUTH, 2017).

Uma entrevista de pesquisa qualitativa é uma forma de discussão na qual o entrevistador obtém informações dos participantes a partir do relato de suas visões sobre uma área específica (DADZIE et al., 2018).

As entrevistas semi-estruturadas são o foco deste artigo. Elas promovem uma diferente abordagem comparada com os métodos mais estruturados e não estruturados. Nesta atuação, como dito por Dadzie et al., (2018), além da estrutura dos tópicos de questionamento, os participantes têm a liberdade de introduzir novas ideias durante o encontro e também de adicionar e encerrar questionamentos. As perguntas estruturadas são de natureza aberta, permitindo aos entrevistados o uso de sua criatividade e flexibilidade. Isso ocorre porque envolve o uso de perguntas abertas ou tópicos projetados antes da coleta de dados, introduzindo algum grau de versatilidade no tema de estudo. Este pode ser o porquê das entrevistas semi-estruturadas serem consideradas uma das formas mais eficazes e convenientes de coletar dados científicos qualitativos.

4.3 Parâmetros para análise

O objetivo central das entrevistas com as “*startups*” é compreender como elas incorporam e utilizam a visão da sustentabilidade nas suas atividades diárias, assim como entender suas relações com o meio ambiente, sociedade, governo e empresas.

Para isso, seguindo a metodologia de entrevistas semi-estruturadas, segundo Luo e Wildemuth (2017) deve ser desenvolvido um conjunto de parâmetros. Após a criação destas referências, deve-se ordenar os tópicos em um sentido coerente.

As entrevistas realizadas foram em torno dos temas: tripé da sustentabilidade, desenvolvimento sustentável, economia verde, legislação brasileira, inovação, “*startups*” sustentáveis, mercado da sustentabilidade, desafios e futuro do modelo de negócio presente. Cada empresa teve a liberdade de entrar em um conjunto de temas ou outro, fazendo com que os resultados da análise se tornem mais subjetivos.

4.4 Startups entrevistadas

Para a presente pesquisa, buscaram-se empreendimentos que realizassem os requisitos de: ser uma empresa com um caráter sustentável e tenha em sua premissa condutas responsáveis. A fim de encontrar esses tipos negócios, foram realizadas pesquisas utilizando banco de dados brasileiros e também por vínculo com alguma instituição de ensino, seja por incubação ou demais projetos de fomentos a “*startups*”. Na primeira triagem foram pré-selecionadas 5 empresas. Destes 5 negócios, devido à disponibilidade, foram entrevistadas 2 “*startups*”. No quadro 1, abaixo, encontram-se os nomes das startups, empreendedor entrevistado, atividade do empreendedor na empresa e o segmento de atuação.

Quadro 1: Dados gerais das empresas e empreendedores entrevistados

	Startup	Empreendedora	Segmento
S1	Mútua	Laura - Sócia fundadora	Alimentício
S2	We Step Clean	Andrea - Sócia fundadora	Produtos

Fonte: elaborado pelo autor (2022)

5 Resultados e Discussão

5.1 Perfil dos entrevistados

O perfil dos entrevistados foi similar, possuindo ambas as entrevistadas experiências prévias com empreendedorismo e serem do gênero feminino. No quadro 2, também estão listados dados da “*startup*” e das empreendedoras.

Quadro 2: Perfil das entrevistadas

	Idade (anos)	Gênero	Experiência empreendedora prévia	Ano de criação da startup
S1	35	Feminino	Sim, experiências dentro e fora do segmento	2020
S2	56	Feminino	Sim, experiências dentro e fora do segmento	2013

Fonte: elaborado pelo autor (2022)

5.2 Caracterização das Startups

Nesta seção serão apresentadas as “*startups*”. Todas as entrevistas foram realizadas via plataforma de videoconferência. Essas tiveram o tempo médio de uma hora, a conversa seguiu o eixo dos parâmetros apresentados na metodologia. Com a intenção de extrair as percepções e experiências das gestoras são apresentadas as perspectivas por meio do método de transcrição.

Assim como dito por Stubbs e Cocklin (2018), modelos de negócios sustentáveis, consideram os benefícios para uma rede de partes interessadas em vez de apenas um negócio. Esta apuração foi evidenciada pelos relatos das gestoras, que mostraram como essa rede de partes interessadas recebe os benefícios de seus empreendimentos.

5.2.1 Mútua

A Mútua é uma “*startup*” que conecta o campo a cidade, levando as feiras agroecológicas até o consumidor. A empresa surgiu da necessidade frente à pandemia. A empreendedora Laura sócia fundadora e gestora da empresa, já estava engajada com uma feira de produtos orgânicos na escola do CEBB (Centro de estudos budistas bodisatvas) de Viamão — RS, portanto, em 2020, devido a COVID se deparou com a necessidade dos produtores venderem seus produtos orgânicos, sem contato presencial com os clientes. Assim, surgiu o website de vendas da empresa, tanto como, a rede de clientes de Porto-Alegre e

Viamão, Rio Grande do Sul. Como apresentado nos quadros 1 e 2, a empresa Mútua se refere a S1.

5.2.2 We Step Clean

A We Step Clean, é uma “*startup*” com foco no desenvolvimento de produtos biodegradáveis em alternativa ao plástico e soluções inteligentes para a melhora da saúde das pessoas. A entrevista foi realizada com a Andrea, sócia fundadora do empreendimento. O início da We Step Clean, ocorreu como o de muitos empreendimentos, através da falta de um produto, no caso relatado, uma esteira anti séptica para limpar as patas dos cachorros na entrada do condomínio. Com o intuito de criar este produto sem o uso de plástico, Andrea realizou pesquisas com diversos materiais, até que, encontrou a resina do óleo da mamona. A motivação para procurar insumos deste tipo foi a de estar preocupada com o fluxo dos resíduos, assim como, com a água e as pessoas que cuidam da biosfera como um todo. No caso aplicado a esteira, na hipótese do cachorro comê-la, não há problema para a vida do animal, dado que, a resina de mamona, insumo para a fabricação dos produtos é inerte para o animal e para o meio ambiente.

A “*startup*” foi incubada/acelerada e premiada no estado de São Paulo, por programas do estado, onde foi idealizada e opera. Entre os produtos entregues atualmente, além da esteira, encontram-se comedouro e bebedouro para animais de estimação, copos e também a possibilidade de fabricar utensílios de cozinha biodegradáveis. Como apresentado nos quadros 1 e 2, a empresa We Step Clean se refere a S2.

5.2.3 Tripé da sustentabilidade, desenvolvimento sustentável e economia verde

Ambas as “*startups*” possuem desde a sua criação os princípios da sustentabilidade diretamente conectados ao modelo de negócio. Isso é percebido por meio da compreensão das gestoras sobre o tema. Dessa forma, o empreendimento da entrevistada S1 acerca do tripé da sustentabilidade, descreve que:

“O tripé é uma boa forma de olhar a sustentabilidade, mas tenho uma visão que integra mais uma dimensão as outras três do tripé, a de visão de mundo. É como a cultura da empresa, são os princípios éticos que fazem com que os outros três pilares sejam nutridos, sejam contemplados na sua totalidade. Nos momentos de tomada de decisão é este quarto pilar que irá olhar tudo com mais inteligência.” (S1)

Portanto, este relato da S1 corrobora a visão de Rosen (2017), menciona que a quantidade dos campos de atuação que compõem a sustentabilidade e desenvolvimento sustentável está aumentando.

Entre os aspectos ambientais e sociais é descrito pelas gestoras que existem muitas adversidades para gerenciá-los, visto que o viés econômico é levado com maior importância pela maior parte da sociedade. Mas que, com a inovação é possível estruturar uma lógica que mesmo desta maneira as empresas possam considerar igualmente às três dimensões, sendo assim, a empresa S1 relata:

“A Mútua, como movimento ambiental, utiliza métodos de reutilização e reciclagem das caixas de entrega dos produtos. E, usa da tecnologia para receber as listas de produtos comprado pelos clientes, antes do agricultor colher os alimentos. Com a logística desta forma, zeramos o desperdício com alimentos que é comumente gerada pelas feiras.” (S1)

“Na dimensão social a empresa possui um sistema de voluntariado integrado na sua rotina, para que assim, possa dar a oportunidade para as pessoas participarem da cadeia de alimentos sem agrotóxicos e também aprenderem mais sobre o segmento. Na comunicação e operação da Mútua, também é transmitido e considerado a importância da equidade entre os gêneros. Também quero citar as várias iniciativas nas escolas, onde ensinamos as crianças sobre o ciclo dos alimentos e sobre compostagem. Na verdade, a “*startup*” surgiu daí, do contato com a mini feira da escola.” (S1)

Já a Andrea, sócia fundadora do negócio S2, sobre as dimensões ambientais e sociais, relata que:

“No segmento de produtos, encontrar um insumo biodegradável foi um grande desafio. Mas após esta etapa de muita pesquisa, onde pesquisadores do nordeste me ajudaram muito, o pilar ambiental é satisfeito. Por não prejudicar o meio ambiente de nenhum modo agressivo em nenhuma parte da cadeia de produção, temos a consciência tranquila de estarmos fazendo o trabalho certo para o planeta. Também ressalto, que para fabricar estes produtos é necessária uma baixa quantidade de energia e de água.” (S2)

“No social, fica tudo mais complexo, por que para meu negócio ser viável ele precisa de produção em escala e nós já deixamos de realizar acordos com indústrias que não tinham bom histórico de conduta com seus funcionários. Ainda é muito comum ver casos de exploração dos funcionários no chão de fábrica de grandes empresas. Acredito que cuidar do “pessoal das fábricas” faz parte da nossa sustentabilidade da We Step Clean ” (S2)

A expressão desenvolvimento sustentável e economia verde foi posta em questão, e as gestoras apresentam uma visão semelhante, declarada pela S2 como:

“Vejo que o termo desenvolvimento sustentável e economia verde como um engano, uma “faxada para inglês vê”. Prefiro lidar com tudo isso como âmbito econômico do tripé. E olhar para isso com sinceridade e honestidade. Porque estes termos “no fazer do dia-a-dia” não tem me ajudado. Conheço e sei seus significados e usei muitos deles para basear meu projeto, mas se fico focada no desenvolvimento, acabo passando por cima das pessoas e do meio ambiente, como o resto da indústria está fazendo, “vira tipo um *greenwashing*”. Posso estar enganada, mas é assim que vejo hoje.” (S2)

5.2.4 Inovação, startups sustentáveis e legislação brasileira

A inovação é de extrema importância nas “*startups*”, é por meio dela, que chegam os grandes ganhos. Consequentemente, ela possui diferentes focos e complexidades (BRUNO-FARIA; FONSECA, 2014). Esta análise realizada pelos autores citados é evidenciada pelas gestoras, o empreendimento S1 cita:

“A inovação na Mútua está centrada na aproximação direta e otimizada do produtor com o consumidor. Nosso lucro não vem da exploração de um lado da cadeia, ele vem do movimento de todos quererem comida sem veneno em suas mesas, por um preço justo. Assim, a tecnologia é uma ferramenta muito importante, por que é o algoritmo que desenvolvemos que faz acontecer esses encontros em escala, sem desperdício, porque como falei, o agricultor colhe após o cliente fazer o pedido.” (S1)

Os autores Bocken e Van Bogaert (2016), relatam que os novos desafios para as empresas dizem respeito não apenas a permanecerem competitivas, mas tratam de criar um papel para elas mesmas na sociedade, como solução para os nossos maiores desafios globais.

As “*startups*” apresentam sua inovação, como elemento indispensável para sua sustentabilidade, assim como, seus princípios sociais, ambientais e econômicos.

A “*startup*” S2, exercendo suas atividades em um segmento distinto da S1, possui outros desafios, entretanto também compreende que a solução se encontra no uso inteligente da inovação e tecnologia.

“Nós somos uma empresa com seus pilares na pesquisa, com vínculo com as novas descobertas, é deste lugar que vem a nossa inovação. E com isso procuramos manter o objetivo, “não pivotar” e focar em substituir o plástico. Vejo que nossa geração irá conseguir uma boa solução para o plástico. Mas temos muito trabalho pela frente também.” (S2)

Como mencionado por Teodoro J., Irigaray (2011) a respeito da legislação brasileira, existe um déficit significativo na implementação das leis já existentes no Brasil. Também existe uma força de resistência de setores que apostam no aumento da produtividade de forma insustentável.

O empreendimento S2 relata perspectivas similares pelo autor.

“Como estávamos falando sobre a complexidade da produção. Hoje, os meios de produção, as máquinas das fábricas, estão atualmente desenvolvidas para utilizar o plástico, na maior parte o mecanismo para criar os produtos de plástico é o sopro de uma máquina no plástico em um molde. A resina de mamona não possui estas características, precisamos de um maquinário diferente. Então, em certo momento, percebemos estarmos olhando para as grandes indústrias de plástico de frente, e não tem nada que faça elas pararem hoje se não o governo e a implementação efetiva de todas essas leis que possuímos.” (S2)

“A legislação brasileira, o código penal é lindo. Bem construído e elaborado, precisamos somente conservar.” (S2)

Acerca do relato da “*startup*” S2 sobre o movimento empresarial das grandes indústrias de plástico, que ainda apostam na insustentabilidade, também é retratado por Bocken e Van Bogaert (2016), quando explicam que o “pensamento empresarial sustentável” não é uma prática comum nas operações comerciais diárias, embora possa ser muito benéfico para as empresas. Isso talvez se deva aos desafios de incorporar questões sociais, ambientais e econômicas à maneira como os negócios são feitos.

5.2.5 Desafios e o futuro das startups sustentáveis

As visões sobre o futuro e amadurecimento das “*startups*”, de certa forma, se conectam a todos os assuntos anteriores. Visto que, cada perspectiva apresentada pelas empreendedoras e os desafios atuais são refletidos em cima dos problemas constatados por elas, no cotidiano. Portanto, ambas decorreram sobre suas visões de futuro abordando temas que consideram ser mais relevantes.

“Vejo que no passado da nossa política muitos movimentos positivos foram feitos pelo país, como a construção de diversas leis e implementação de ensino de empreendedorismo, do qual já fui beneficiada. Entretanto, para que este fomento cresça e atinja mais pessoas para o bem do nosso futuro, é necessária uma maior seriedade por parte do governo.” (S1)

“No movimento das “*startups*”, a maioria delas são de tecnologia. E gastam muita energia para fazer qualquer coisa, qualquer aplicativo gasta muita energia para fazer acontecer. Então, isso de ser sustentável, de que nível estamos falando? Vejo que “tá tudo” muito equivocado, não olhamos o balanço de energia maior. Eu adoraria ser uma mente brilhante e conseguisse enxergar um caminho para ser replicado, mas sinceramente, existe uma

complexidade na ação humana, “a gente” é super inteligente, consegue boas soluções. Mas aderência e escala, será que conseguimos? Eu não sei.” (S2)

“A sustentabilidade é um assunto muito sério e muito negligenciado. Teve um tempo dentro de uma incubadora que me aconselharam a tirar a palavra sustentabilidade porque disseram que já banalizou. Eu respondi, nunca. Precisamos “é fazer” acontecer a sustentabilidade, não mudar os termos!” (S2)

Também foram citados assuntos sobre a diversidade dos vários gêneros no movimento empreendedor brasileiro, como questões referentes ao futuro.

“A cultura empreendedora brasileira, considerando os diferentes gêneros, não recebe as mesmas considerações e oportunidades no momento de receberem aportes, confiança dos órgãos de incentivo e contato com investidores. Em muitos encontros de empreendedores notei que a minoria éramos nós mulheres, “no máximo 5, no meio de 50 homens”. Isso pode passar despercebido, mas “quer dizer muita coisa”. Também, com isso, o tripé da sustentabilidade está longe de ser satisfeito de forma equilibrada, visto que, o movimento empresarial continua colocando alguns vieses mais importantes que outros.” (S2)

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

As transições para a sustentabilidade das “*startups*” são de longo prazo e multidimensionais. A complexidade dessa transição será avaliada conforme o cenário de cada empresa e segmento do mercado, assim como, de acordo com a rede em torno do empreendimento. Além destes fatores, podem ser incluídas condições ambientais, sociais, econômicas e governamentais.

As visões das gestoras foi apresentada e descrita satisfatoriamente com os métodos qualitativos utilizados. As entrevistas trouxeram as experiências delas em cada assunto abordado, fazendo com que as perspectivas dos autores e delas fossem comparadas. E conforme intuído, as gestoras possuem suas “*startups*” em concordância com a maioria dos autores apresentados. Possuindo em seus empreendimentos, conceitos e práticas sustentáveis aplicadas ao modelo de negócio. O fato de estarem em segmentos distintos evidencia que a inovação e a aplicação da sustentabilidade não possui uma fórmula para todos os negócios.

O comportamento de ambas nas entrevistas foi similar, possuindo assuntos que dominavam mais e já haviam refletido sobre, assim como, tiveram outros assuntos abordados neste trabalho que não foram explorados pelas entrevistadas.

Como dito por Crane et al. (2014), depende da criatividade dos tomadores de decisão identificar oportunidades sustentáveis de criação de valor compartilhado e desenvolvê-las em boas oportunidades de negócios. Essa concepção também é notável nos modelos estudados, dado que, a criatividade e inovação foram apresentadas como fatores indispensáveis para a sustentação de um modelo de negócio sustentável.

O cenário de aquecimento global que estamos inseridos, requer da presente geração grandes movimentos em rede, conectados mutuamente por um objetivo comum. A reversão deste cenário se dará na medida em que os compromissos sustentáveis forem sendo implementados.

No que diz respeito às limitações do artigo, é visto que, para ter uma concepção de maior escala sobre o impacto das “*startups*”, do mesmo segmento de mercado ou não, é necessária uma pesquisa com um maior número delas. Também é estimado que pesquisas quantitativas sobre o tema possuam um grande valor, em razão desses novos modelos de negócios estarem aumentando significativamente.

REFERÊNCIAS

ABSTARTUPS. **O MOMENTO DA STARTUP BRASILEIRA E O FUTURO DO ECOSISTEMA DE INOVAÇÃO.** Disponível em: <https://abstartups.com.br/wp-content/uploads/2021/03/Radiografia_v26.pdf>. Acesso em: 10 maio. 2022. Abstartups e Accenture., p. 1-34, 2017.

ALHADDI, Hanan. **Triple Bottom Line and Sustainability: A Literature Review.** 1 v. Tese (Doutorado) - Curso de College Of Management, Lawrence Technological University, Mi, Usa, 2015. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.11114/bms.v1i2.752>. Acesso em: 25 mar. 2022.

Ansari, S., Wijen, F., & Gray, B. **Constructing a Climate Change Logic: An Institutional Perspective on the “Tragedy of the Commons”.** *Organization Science*, 24(4), pp.1014–1040, 2013.

AVELINO, F. WITTMAYER, J., HAXELTINE, A., KEMP, R., O’RIORDAN, T., WEAVER, P., LOORBACH, D. and ROTMANS, J. **Game-changers and Transformative Social Innovation: The Case of the Economic Crisis and the New Economy,** [TRANSIT working paper], A deliverable of the project: “Transformative Social Innovation Theory (TRANSIT)”. 2014.

BOCKEN, N. M. P.; SHORT, S. W.; RANA, P.; EVANS, S. **A literature and practice review to develop sustainable business model archetypes:** *Journal of Cleaner Production*, 65, 42–56. <http://doi.org/10.1016/j.jclepro.2013.11.039>. Acesso em: 27 mar. 2022. 2014.

BOCKEN, N. M. P.; VAN BOGAERT, A. **Sustainable business model innovation for positive societal and environmental impact.** Em: *Sustainable Development Research at ICIS: Taking stock and looking ahead.* Datawyse/Universitaire Pers Maastricht, 2016. p. 107–119.

Bocken, N., Farracho, M., Bosworth, R., Kemp, R. **The front-end of eco-innovation for eco-innovative small and medium sized companies.** *Journal of Engineering and Technology Management*, 31, pp.43–57. 2014.

BOCKEN, N.; RANA, P.; SHORT, S. **Value mapping for sustainable business thinking.** *Journal of Industrial and Production Engineering*, 32 (1), pp.67–81. 2015.

BOCKEN, Nancy; VAN BOGAERT, Anja. **Sustainable business model innovation for positive societal and environmental impact.** In: CÖVERS, Ron. In *Sustainable Development Research at ICIS: taking stock and looking ahead.* Netherlands: Universitaire Pers Maastricht, 2016. Cap. 10. p. 107-119.

BOFF, Leonardo. **Sustentabilidade: o que é - o que não é.** Petrópolis - Rj: Vozes, 2017.

BORTOLINI, R. F. et al. **Lean Startup: a comprehensive historical review.** *Management decision*, p. 1765–1783, 2018.

BRUNO-FARIA, M. DE F.; FONSECA, M. V. DE A. **Cultura de Inovação: Conceitos e Modelos Teóricos**. Revista de Administração Contemporânea, v. 18, n. 4, p. 372–396, 2014.

CORTIMIGLIA, M.N.; GHEZZI, A.G. **Business model innovation and strategy making nexus: evidence from a cross-industry mixed-methods study**”, R&D Management, Vol. 46 No. 3, pp. 414-432. 2016.

Crane, A., Palazzo, G., Spence, L.J., .Matten, D. **Contesting the Value of “Creating Shared Value”**. California Management Review, 56 (2), pp.130-153. 2014.

DADZIE, J. et al. **Barriers to Adoption of Sustainable Technologies for Energy-Efficient Building Upgrade**—Semi-Structured Interviews. Buildings, v. 8, n. 4, p. 57, 13 abr. 2018. Acesso em: 28 mar. 2022.

DINIZ, Eliezer M.; BERMANN, Celio. **Economia verde e sustentabilidade**. Estudos Avançados. São Paulo, p. 323-329. dez. 2011.

ELKINGTON, John. **CANNIBALS WITH FORKS: the triple bottom line of 21st century business**. London: Capstone, 1997.

ERLINGHAGEN, S.; MARKARD, J. **Smart grids and the transformation of the electricity sector: ICT firms as potential catalysts for sectoral change**. Energy Policy, v. 51, p. 895–906, 1 dez. 2012.

Jonker, J. (2014). **Nieuwe business modellen. Samen werken aan waardecreatie**. Academic Service.

KIRON, D.; KRUSCHWITZ, N.; HAANAES, K.; REEVES, M., GOH, E. **The Innovation Bottom Line**. MIT Sloan Review and the Boston Consulting Group, Research Report. 2013.

LOISEAU, E. et al. **Green economy and related concepts: An overview**. Journal of cleaner production, v. 139, p. 361–371, 2016.

LUO, L.; WILDEMUTH, B. M. **Semistructured Interviews**. In: WILDEMUTH, B. M. (Ed.). Applications of social research methods to questions in informations and library science. Santa Barbara , California: Libraries unlimited, 2017. p. 249–257.

MARKARD, Jochen; RAVEN, Rob & TRUFFER, Bernhard. **Sustainability transitions: An emerging field of research and its prospects**. Research Policy, 41, 955-967, 2012.

MARTINS, J. C.; VANIN, L. B. **MAPEAMENTO DO ECOSISTEMA BRASILEIRO DE STARTUPS COM SOLUÇÕES PARA O SETOR DE ENERGIAS RENOVÁVEIS**, 2021. <https://repositorio.animaeducacao.com.br/bitstream/ANIMA/19090/1/14-12-21_TCC%20final%20Lucas%20Borsoi%20e%20Jose%CC%81%20Carlos%20Martins.pdf>. Acesso em: 18 maio. 2022.

MENDONÇA, H. L. **O IMPACTO DAS STARTUPS NO SETOR DE ENERGIA**, 2017. Disponível em: <<https://www.fgv.br/fgvenergia/coluna-opiniao-setembro-hudson/files/assets/common/downloads/coluna%20opiniao%20setembro%20-%20hudson.pdf>>. Acesso em: 18 maio. 2022.

MERRIAM, S. B. **Qualitative Research: A guide to design and implementation**. JosseyBass. 2009.

MIKHAILOVA, I. **SUSTENTABILIDADE: EVOLUÇÃO DOS CONCEITOS TEÓRICOS E OS PROBLEMAS DA MENSURAÇÃO PRÁTICA**, 2004. Disponível em: <<https://periodicos.ufsm.br/eed/article/download/3442/1970>>. Acesso em: 18 maio. 2022.

Osterwalder, A., Pigneur, Y. and Tucci, C. **Clarifying business models: origins, present, and future of the concept**. Communications of the Association for Information Systems, Vol. 15 No. 1, pp. 1-43. 2005.

PATERNOSTER, N.; GIARDINO, C.; UNTERKALMSTEINER, M.; GORSCHKE, T.; ABRAHAMSSON, P. **Software development in startup companies: a systematic mapping study**. Information and Software Technology, Vol. 56 No. 10, pp. 1200-1218. 2014.

REIS, Diane Aparecida et al. **A visão da sustentabilidade relacionada a Startups: Estudo bibliométrico**. In: SIMPÓSIO INTERNACIONAL DE GESTÃO DE PROJETOS, INOVAÇÃO E SUSTENTABILIDADE, 6., 2017, São Paulo. Anais [...] . São Paulo: VI Singep, 2017. v. 1, p. 1-16. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/324499454_A_visao_da_sustentabilidade_relacionada_a_Startups_Estudo_bibliometrico. Acesso em: 29 maio 2021.

Ries, E. **The Lean Startup: How Today's Entrepreneurs Use Continuous Innovation to Create Radically Successful Business**, Crown Business, New York, NY. 2011.

ROSEN, Marc A. **Sustainable Development: A Vital Quest**. European Journal Of Sustainable Development. Toronto, p. 1-14. 17 jan. 2017. Disponível em: <https://doi.org/10.20897/ejosdr.201702>. Acesso em: 01 jul. 2021.

SACCOL, A. Z. Um retorno ao básico: compreendendo os paradigmas de pesquisa e sua aplicação na pesquisa em Administração. Revista de Administração da UFSM, v. 2, n. 2, art. 6, p. 250-269, 2009.

SHORT, S.; BOCKEN, N.; BARLOW, C.; CHERTOW, M. **From Refining Sugar to Growing Tomatoes**. Industrial Ecology and Business Model Evolution, 18 (5), pp.603-618. 2014.

STUBBS, W.; COCKLIN, C. **Conceptualizing a “sustainability business model”**. Organization & environment, v. 21, n. 2, p. 103–127, 2008.

Teece, D.J. **Business models, business strategy and innovation**. Long Range Planning, Vol. 43 Nos 2/3, pp. 172-194. 2010.

TEODORO J., C.; IRIGARAY, H. **A transição para uma economia verde no direito brasileiro: perspectivas e desafios**. ECONOMIA VERDE Desafios e oportunidades, v. 8, p. 156–170, jun. 2011.

TRIVIÑOS, Augusto. **Introdução à pesquisa em ciências sociais: a pesquisa qualitativa em educação**. São Paulo: Atlas, 1987.

Wirtz, B.W., Schilke, O. and Ullrich, S. **Strategic development of business models: implications of the web 2.0 for creating value on the internet.** Long Range Planning, Vol. 43 Nos 2/3, pp. 272-290. 2010.

YOO, C. et al. **Key Value Drivers of Startup Companies in the New Media Industry**—The Case of Online Games in Korea. Journal of Media Economics, v. 25, n. 4, p. 244–260, out. 2012.

YIN, Robert K. **Estudo de Caso – Planejamento e Métodos.** 5.ed. Porto Alegre: Bookman, 2015.