

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO  
FACULDADE DE ADMINISTRAÇÃO E CIENCIAS  
CONTÁBEIS  
FACC

MAURICIO STEFANO BRITO

**O PAPEL DA ÉTICA EM STARTUPS SUSTENTÁVEIS**

Rio de Janeiro  
2022

MAURICIO STEFANO BRITO

## **O PAPEL DA ÉTICA EM STARTUPS SUSTENTÁVEIS**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Faculdade de Administração e Ciências Contábeis da Universidade Federal do Rio de Janeiro como requisito parcial para a obtenção do grau de bacharel em Ciências Contábeis.

Orientador: Prof. Luiz Antonio Ochsendorf Leal

RIO DE JANEIRO

2022

MAURICIO STEFANO BRITO

**O PAPEL DA ÉTICA EM STARTUPS SUSTENTÁVEIS**

Trabalho de conclusão de curso apresentado à Faculdade de Administração e Ciências Contábeis da Universidade Federal do Rio de Janeiro, como parte dos requisitos necessários à obtenção de grau de Bacharel em Ciências Contábeis.

Aprovado em:

BANCA EXAMINADORA

---

Prof. Luiz Antonio Ochsendorf Leal (Orientador)

---

Profª. Mônica Visconti (Membro)

---

Prof. Dra. Eliane Ribeiro Pereira (Membro)

## RESUMO

O presente trabalho traz uma abordagem acerca do papel da ética em startups sustentáveis. O objetivo é o de compreender qual é a finalidade dessas empresas a partir de um ponto de vista social e ético. Pretende-se que o trabalho elucide questões a respeito da diferenciação de valores entre iniciativas empreendedoras com consciência social e outras que não tem em seu núcleo uma estrutura de princípios éticos. O estudo foi feito por meio de uma pesquisa descritiva de cunho bibliográfico. Analisando diversos arquivos e estudos que permeiam a investigação dos pontos apresentados. Os resultados mostraram que as startups possuem um papel relevante na sociedade, pois seu conceito contribui com o desenvolvimento econômico do país e suas ideias são benéficas aos fatores sociais diversos.

**Palavras-chave:** Startups. Ética. Responsabilidade social. Empreendedorismo.

## **ABSTRACT**

The present work brings an approach about the role of ethics in sustainable startups. The objective is to understand the purpose of these companies from a social and ethical point of view. It is intended that the work elucidates questions regarding the differentiation of values between entrepreneurial initiatives with a social conscience and others that do not have a structure of ethical principles at their core. The study was carried out through a descriptive bibliographic research. Analyzing several files and studies that permeate the investigation of the points presented. The results showed that startups have a relevant role in society, as their concept contributes to the country's economic development and their ideas are beneficial to various social factors.

**Keywords:** Startups. Ethic. Social responsibility. Entrepreneurship.

## **AGRADECIMENTOS**

Gostaria de expressar minha gratidão por cada um que me apoiou e incentivou nessa longa caminhada para me tornar um bacharel em ciências contábeis, não será possível citar cada um destes pois foram muitas as pessoas que acrescentaram e enriqueceram em minha jornada na universidade, em meu aprendizado e minha dedicação por seguir em frente.

À minha família, que apesar de todos os obstáculos que surgiram durante todo esse tempo sempre acreditaram em mim e me deram o suporte que eu precisava para alcançar esse diploma.

Aos meus amigos, que se mostraram muito mais do que amigos no decorrer do tempo e me mostraram o quanto valia a pena essa busca principalmente pela oportunidade de conhecer e me conectar com pessoas incríveis.

À todos os profissionais de ensino, que foram tão importantes tanto na minha formação como eterno aprendiz quanto na minha formação de caráter e personalidade, sempre buscando aprimorar meu conhecimento.

E finalmente, aos meus professores da UFRJ, por terem compartilhado todo o conhecimento que fez possível eu me capacitar e me tornar o profissional contábil que sou hoje, em especial o professor e meu orientador Luiz Antônio, por além disso ter me inspirado a entender como utilizar esse conhecimento em prol da minha família e da sociedade de forma ética e digna. Minha sincera gratidão.

## SUMÁRIO

|                                                                                    |    |
|------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 1 INTRODUÇÃO                                                                       | 7  |
| 2 ORIGEM E SURGIMENTO DA STARTUP                                                   | 8  |
| 2.1 ORIGEM E SURGIMENTO DO TERMO STARTUP                                           | 8  |
| 2.2 STARTUPS NO BRASIL                                                             | 10 |
| 2.3 INCUBADORAS DE EMPRESAS                                                        | 10 |
| 2.4 A LEGISLAÇÃO E OS IMPASSES BUROCRÁTICOS                                        | 11 |
| 2.5 CARACTERÍSTICAS                                                                | 11 |
| 3 METODOLOGIA                                                                      | 12 |
| 4 EMPREENDEDORISMO SUSTENTÁVEL                                                     | 13 |
| 4.1 O EMPREENDEDORISMO E SUA IMPORTÂNCIA EMPRESARIAL                               | 13 |
| 4.2 O EMPREENDEDOR E AS TECNOLOGIAS DE INOVAÇÃO                                    | 15 |
| 4.3 EMPREENDEDORISMO E INOVAÇÃO TECNOLÓGICA: COMO TAIS ÁREAS<br>CONVERSAM ENTRE SI | 16 |
| 4.4 LEI DE INVESTIDOR-ANJO                                                         | 17 |
| 4.5 O EMPREENDEDORISMO SUSTENTÁVEL                                                 | 18 |
| 4.6 A CAPACIDADE DE EMPREENDER COM OU SEM RESPONSABILIDADE SOCIAL<br>EMPRESARIAL   | 20 |
| 5 ÉTICA NAS STARTUPS SUSTENTÁVEIS: ALINHAMENTO DE VALORES                          | 21 |
| 5.1 ÉTICA E SUSTENTABILIDADE NO AMBIENTE EMPRESARIAL                               | 21 |
| 5.2 O <i>COMPLIANCE</i> ÉTICO E DIGITAL NAS STARTUPS SUSTENTÁVEIS                  | 22 |
| 5.3 RESPONSABILIDADE SOCIAL: STARTUPS MODELO DE DESENVOLVIMENTO<br>SUSTENTÁVEL     | 26 |
| 6 CONCLUSÃO                                                                        | 28 |
| REFERÊNCIAS                                                                        | 30 |

## 1 INTRODUÇÃO

A expressão “*Startup*” é oriunda do território norte-americano, e conseguiu furar a bolha dos empreendedores brasileiros em 2011. O termo “*Startup*” chegou ao Brasil para causar uma revolução no ramo empresarial. Define-se por *Startups*, empresas que trazem inovação para o mercado, apresentando um produto ou serviço novo, este que vem somado de uma escalabilidade, ou seja, a possibilidade de atingir de forma célere um grande número de pessoas, porém com pequeno uso de capital.

Dissertando sobre características marcantes desse novo tipo de negócio jurídico, é importante relatar que esse projeto traz uma facilidade, no sentido de não ser necessária uma grande proporção de recursos humanos e financeiros. Inicialmente é notória uma estrutura enxuta com equipes de poucas pessoas. Inerente as *Startups*, são seus atributos de ter um ambiente de alto risco, pela incerteza de sucesso e mercado competitivo.

Porém, estas, em sua maioria são capazes de realizar atendimentos rápidos e se adaptar prontamente ao que o mercado precisa. Frisando a forma de como se inicia a empresa já advém de uma possibilidade de sucesso muito grande, com um ponto de vista positivo para gerar receita aos envolvidos. Desse modo atrai mais fortemente investimentos que resultam em um crescimento acelerado, decorrente da união de capital com inovação.

É possível que a *Startup* seja comprada integralmente por organizações de maior escala, ou tenha a presença do famigerado investidor-anjo. O Investidor Anjo é costumeiramente alguém que diante da experiência de mercado, já teve uma trajetória de sucesso, suficiente ao ponto de conseguir ter acumulado recursos que poderão ser destinados a este tipo de investimento, estes chegam a utilizar entre 5% e 10% do seu patrimônio.

É fato que as *Startups* representam uma visão empresarial de sucesso e, portanto, aquelas que possuem uma visão sustentável possuem chances ainda maiores de ganharem a preferência do público, trazendo assim possibilidades ainda melhores de negócios, além de uma visão sustentável capaz de beneficiar a todos. Com base nisso, pretende-se compreender a seguinte questão: Qual é o papel da ética nas startups que atuam com uma visão sustentável em suas atividades?

A justificativa que permite a abordagem desse tema é o fato de que, as *Startups* possuem um papel fundamental para o país, com a tarefa de trazer uma

conexão de pessoas com o futuro, através de ideias inovadoras, elas renovam o mercado, desafiam modelos antigos e criam novas tecnologias. Com atenção aos efeitos práticos destas, o Governo Federal brasileiro, diante dos ministérios, resolveu investir nesse setor econômico de forma direta, criando o programa Startup Brasil, o programa InovAtiva e o programa InovApps. Esses programas foram implementados respectivamente pelo Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovação (MCTI), o Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior (MDIC) e o Ministério de Comunicações.

Adentrando especificamente ao Direito Empresarial, hoje no Brasil não existe uma regulamentação específica para as *Startups*. Estas, ao decidirem pela formalização de sua empresa, devem escolher dentro dos tipos societários existentes e suas peculiaridades. É importante compreender que para alcançar êxito em sua atividade, além de abarcar toda parte tecnológica e inovadora, a segurança jurídica é fundamental para quem está começando.

Em um primeiro olhar, não se parece tão significativo focar nisso inicialmente, mas para a durabilidade da empresa, é muito sério o momento de escolha da estrutura jurídica compatível com os objetivos traçados nos primórdios. Além disso, o acordo entre sócios sendo formalizado em um memorando ou contrato social facilita a resolução de um possível futuro confronto por ideias divergentes.

O objetivo geral deste trabalho é o de compreender como a ética é essencial na estrutura de *startups* sustentáveis. Pretende-se, de forma específica: revisar pesquisas e discussões de outros autores sobre o tema para entender a origem e o surgimento das *startups*; destacar a relevância do empreendedorismo sustentável e como a ética funciona como ideia central para uma gestão sustentável; compreender o papel da ética nas *startups* sustentáveis e o seu alinhamento de valores em prol da prestação de serviços que valorizem o bem-estar social.

## **2 ORIGEM E SURGIMENTO DA STARTUP**

### **2.1 ORIGEM E SURGIMENTO DO TERMO STARTUP**

Buscando morfologicamente o termo startup, é possível afirmar quer dizer começar algo, começar para cima, começar a ir para o alto, ir além. Só com essa informação, é possível notar que seu nome tem um grande impacto no mundo empresarial e traz uma imagem forte no mercado por mostrar-se bastante promissor. Danneman (2010) orienta que seu significado também tem ligação com a época em

que as startups alcançaram sucesso, pois geraram um grande lucro para os Estados Unidos, aumentando a quantidade de ações valorizadas na bolsa de valores.

Segundo Barros (2009), o termo startup surgiu na internet, que é o meio pelo qual ela mais se propaga. O desenvolvimento e divulgação virtual das empresas é mais fácil, haja vista que há uma melhor filtragem no público que visualizará seu produto, há um direcionamento da propaganda direto para o público-alvo, além disso, mostram-se mais promissoras e capazes de se desenvolver no meio virtual, onde cada vez mais surgem ideias de softwares e aplicativos para melhorar o dia a dia do cliente. Tomando esse aspecto como base, é possível notar que a maioria das grandes empresas virtuais começou em um escritório pequeno, onde não haveria uma boa infraestrutura para os funcionários, caso trabalhassem e produzissem produtos físicos.

Hall (2011) destaca que, a ideia de startup começou a ser reconhecida na década de 1990, quando empreendedores com ideias inovadoras (muitas delas ligadas à tecnologia) encontraram financiamento para seus projetos. Eles começaram a notar que este podia ser um negócio promissor, afinal, na mesma década, a tecnologia começou a se desenvolver e tudo relacionado a ela tinha uma considerável atenção no mercado. Graças à visão de tais empreendedores, existem na atualidade empresas como a Google, Yahoo, Microsoft, Apple.

Além das empresas que deram certo e que hoje servem de exemplo para qualquer empresário existem aquelas que não deram certo e acabaram fechando suas portas devido à instabilidade do mercado e o fluxo de caixa desfavorável à sua existência. Um exemplo de fluxo caixa desfavorável, é o Google, que só obteve o primeiro balanço de faturamento após gastar mais de US\$ 100 milhões e 4 anos de trabalho (DORNELAS, 2012).

O caminho percorrido até que startups fossem reconhecidas como um negócio lucrativo foi bem rápido, levando-se em consideração a maioria das outras empresas. As startups obtêm resultados e lucros em um curto prazo, com pouco investimento, mas devem renovar sempre suas ideias, fazendo pesquisas de mercado para se adaptar ao consumidor que quer atingir (DORNELAS, 2012).

Vilha (2009) ressalta que além de influenciar os novos empreendedores, esse modelo também vem inspirando empresários já consolidados no mercado. O modo como dirigem suas empresas é benéfico para todos, pois sempre estão em constante inovação. Apesar de ser um ramo lucrativo e não necessitar de um alto

valor de investimento, as startups ainda não tem muito reconhecimento no mercado.

## 2.2 STARTUPS NO BRASIL

No Brasil, até algumas décadas atrás, o mercado tecnológico não era tão explorado como na atualidade. Mesmo com pessoas criativas, inteligentes e com potencial empreendedor, não havia incentivo à criação de negócios. Com o sucesso mundial das startups, empresários brasileiros já consolidados no mercado passaram a notar, nesse novo modelo empresarial, novas oportunidades de expandir seu negócio. Entretanto, o país não oferecia um ambiente favorável à criação de startups, pois, não havia uma base concreta para servir de exemplo (DORNELAS, 2012).

Arbache (2016) ressalta que, atualmente, o cenário brasileiro de startups é totalmente diferente. Há potencial e incentivo à criação de novos negócios e tecnologias. O país se desenvolve, e cada vez mais aparece no mercado internacional e uma das causas disso é a melhor administração de empresas nacionais. Soma-se ainda as startups, que se não forem bem administradas e orientadas com especial atenção nos seus seis primeiros meses de existência, poderão passar por problemas financeiros sérios que podem levar a empresa à falência.

## 2.3 INCUBADORAS DE EMPRESAS

Pela criação de inúmeras startups, algumas empresas decidiram que estava na hora de ajudar outras a se desenvolver. Nesse sentido, uma solução surgiu nos Estados Unidos. As chamadas incubadoras têm como objetivo ajudar micro ou pequenas empresas a se desenvolverem mais rapidamente e com mais estabilidade (DORNELAS, 2012).

Arbache (2016) orienta que as incubadoras começaram a ganhar força no Brasil na década de 1980, quando se notou que o índice de fracasso de startups estava muito alto, devido à má administração e organização do negócio. Após a instalação de incubadoras no país, a taxa de fracasso de startups caiu de 70% para 20%, mostrando assim, que a intervenção das incubadoras no mercado foi fundamental para a criação e êxito de tais empresas. Portanto, é notável que as incubadoras são um ótimo recurso para as startups.

## 2.4 A LEGISLAÇÃO E OS IMPASSES BUROCRÁTICOS

Devem ser levados em consideração alguns processos burocráticos e legais na hora da criação de empresas – independente dela ser ou não uma startup. É preciso fazer o registro na prefeitura ou em uma administração regional na cidade onde a empresa exercerá suas atividades. Arbache (2016) destaca que é necessário também um registro na receita federal e previdência social. Dependendo da atividade que a empresa executará faz-se necessário o registro na entidade de classe, secretaria do meio-ambiente e órgãos de fiscalização do governo.

Para a legalização de uma empresa no país deve-se tirar um registro legal, que pode ser retirado na Junta Comercial do Estado ou no Cartório de Pessoa Jurídica. Na junta comercial é preenchido um documento com o nome da empresa que será criada. Neste documento são colocadas três opções de nome, para não haver problemas caso haja alguma empresa com o mesmo nome no mesmo segmento (BARBOSA, 2013).

Para que a empresa entre em funcionamento de fato, é extremamente necessário o registro de vários documentos e formulários que podem variar dependendo da localização do cartório. Porém existem os documentos obrigatórios, independente do estado e/ou cidade, como: o Contrato Social, o Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica (CNPJ), Alvará de Funcionamento, Inscrição Estadual e Aparato Fiscal (BARBOSA, 2013).

Não se pode deixar de mencionar que o nível de burocracia para a abertura de uma startup ou de qualquer outra empresa ainda é elevado no Brasil. Em razão disso, muitos empresários deixam de investir na ideia da criação de uma nova empresa ou encontram grandes dificuldades no que se refere ao seu processo de abertura e legalização (VILHA, 2009).

## 2.5 CARACTERÍSTICAS

Segundo Arbache (2016), uma das mais importantes características que uma startup possui é a de ter ideias inovadoras para o mercado. Os empreendedores devem ter uma visão de longo prazo, pensando no presente e futuro dos negócios, para que a startup possa obter destaque no mercado, que pode ser instável.

Exemplo: O Google, que está há bastante tempo no mercado e está sempre com novas ideias, procurando sempre um novo modelo de negócios para seguir e

aumentar seu lucro no mercado dos negócios, e apesar de ser uma empresa já estabilizada e com 15 anos de existência, não se acomoda e busca sempre expandir seus negócios (CASTELLS, 2016).

As startups são rentáveis pelo simples fato de não necessitarem de um grande investimento, geralmente começam em um pequeno cômodo, reunindo alguns futuros sócios que desenvolvem e procuram o modelo de negócio mais rentável para seu projeto. Castells (2016) ressalta que, para a criação de uma startup não é necessário muito investimento, como já dito, pode-se começar seu negócio com apenas um computador para a elaboração do conceito. Suas ideias devem ser facilmente aplicáveis ao mercado e ajustáveis aos consumidores. Se assim forem, não terão um grande custo para sua colocação no mercado, pois os consumidores farão a divulgação da marca e do produto, caso seja inovador e útil aos olhos dos usuários.

Com a competitividade no mercado atual, as empresas devem ter em mente que uma das características empresariais mais importantes é o diferencial, o que elas podem trazer de novidade para o consumidor, sem que seja uma ideia repetida e já muito explorada pelas demais companhias (DORNELAS, 2012).

É possível destacar como exemplo o Instagram, que é um aplicativo que permite tirar fotos e compartilhar em suas redes sociais em tempo real. Aparentemente não possui nada de novo, pois, já havia aplicativos assim como o Flickr, Picasa (DORNELAS, 2012).

### **3 METODOLOGIA**

A metodologia utilizada para a construção deste trabalho é um estudo qualitativo baseado em referências bibliográficas, por meio de obras e autores sobre temas relacionados. Na pesquisa bibliográfica, este modelo de pesquisa é realizado por meio de investigação e registros. Tendo em vista os conceitos propostos, este trabalho baseou-se na pesquisa bibliográfica, discussão e análise de documentos publicados entre 2009 e 2021 na forma de: revistas, textos, artigos e livros. O método utilizado para conduzir a pesquisa é a dedução hipotética.

Desde que o tema abordado tem certa especificidade e por tratar de startups sustentáveis que são um modelo de empreendimento de curtíssima idade perante outros modelos, a extensão de referências a respeito do assunto é, de certa forma, escasso e a profundidade de suas abordagens também não supre a necessidade de

entendermos a importância dos princípios éticos nos novos modelos de empreendimento, e seu reflexo na própria visão de negócios das empresas que ingressam no mercado, assim como seu impacto na cultura e no âmbito socioeconômico.

O propósito de reunir uma variedade de óticas recentes, porém contundentes, nos resultados desse aspecto sobre o contexto e a mentalidade empresarial, é de despertar mais interesse e, portanto, mais pesquisas e atenção acerca da temática, para que possamos entender com cada vez mais clareza os impactos e a evolução dos valores positivos se desenvolvendo nos embriões empresariais.

#### **4 EMPREENDEDORISMO SUSTENTÁVEL**

Dentre muitas definições existentes, a que talvez melhor defina um empreendedor seja uma das mais antigas, citadas por Schumpeter (1949 apud DORNELAS, 2012, p.39) ao afirmar que: “o empreendedor é aquele que destrói a ordem econômica existente pela introdução de novos produtos e serviços, pela criação de novas formas de organização ou pela exploração de novos recursos e materiais”.

Ou seja, aquele que é capaz de inovar sempre que for necessário. E como o tempo de inovar, dada à concorrência desleal e desenfreada existente na atualidade é sempre “agora”, um bom empreendedor precisa estar muito atento quando o assunto é a implantação de tecnologias inovadoras para o seu negócio. Já quando se trata do perfil de um empreendedor é necessário compreender que para o sucesso de sua atuação, tal profissional precisa ter em mente o desejo de crescer e se desenvolver como alguém que está em busca constante do sucesso (BARBOSA, 2013).

##### **4.1 O EMPREENDEDORISMO E SUA IMPORTÂNCIA EMPRESARIAL**

Um bom empreendedor precisa ter em mente o desejo de independência e a oportunidade de criar dinheiro (HIRSCH; PETERS 2011, p.61), que assume riscos moderados, que lida bem com falhas e erros, buscando alternativas eficazes acerca da boa condução administrativa, que preza o bom relacionamento com o seu próximo e com os seus clientes, tem iniciativa e discernimento para lidar bem com os seus negócios e principalmente: tem a mente aberta para o novo e para tudo o que puder servir de ajuda no campo das inovações na busca constante de melhorias

para a sua empresa.

Além de todos esses requisitos, o empreendedor precisa ter outras características que possam ser consideradas como 'extras' em observação aos seus concorrentes, já que a concorrência está presente em todas as áreas de atuação e em todos os ramos de negócios. A necessidade de atributos pessoais, inclusive é de extrema importância para o sucesso e crescimento do empreendedor (DORNLEAS, 2012). Essas características contribuem no processo de aceitação e decisão na implantação de atitudes inovadoras acerca de recursos que poderão beneficiar o andamento e a estrutura tecnológica de uma empresa.

O empreendedorismo é algo cada vez mais difundido em meio às pessoas, e não só naquelas das quais tenham visão, mas que também tenham o coração voltado ao desejo de ousar em algo novo e/ou que revolucione qualquer que seja a área de atuação do empreendedor. Segundo Barbosa (2013), É de extrema importância avaliar tal perfil e relacionar a influência que o mesmo pode exercer sobre o desenvolvimento de estratégias de inovação. O tratar desse assunto permite que outros empreendedores compreendam que as suas ações influenciam no desenvolvimento de estratégias; já que é através da visão deles que uma empresa ou empreendimento irá conquistar o sucesso.

Ser um empreendedor é um grande desafio, pois investir tempo, esforço, dinheiro e colocar seu nome em risco em determinado projeto, se torna algo que poucos teriam a ousadia em realizar; ainda mais com o desejo de inovação que pode ou não gerar um resultado satisfatório. Em outras palavras: "Um estereótipo comum do empreendedor enfatiza características como uma enorme necessidade de realização, uma disposição para assumir riscos moderados e uma forte autoconfiança". (LONGENECKER; MOORE; PETTY, 2014, p.9).

O trabalho pretende abordar também, como o perfil empreendedor se destaca nas chances de sucesso de um novo negócio. O que se sabe hoje é que o empreendedorismo é muito mais do que apenas a atitude de uma pessoa, mas sim uma área de ensino. Em outras palavras, o empreendedorismo pode ser "o campo de estudo que procura compreender como as oportunidades que geram novos produtos e serviços são descobertas, criadas e exploradas, por quem e com que consequências" (VENKATARAMAN, 2013, p. 120).

A inovação por sua vez vem trazendo impactos em qualquer área de atuação. Em dias atuais todos são afetados por inovações tecnológicas com novos aparelhos

e funções desenvolvidas, no ramo farmacêutico com medicamentos melhores e mais eficientes etc. É muito fácil perceber a presença da inovação em tempos atuais e como isso tem produzido efeitos nas negociações e ações do indivíduo em todo o planeta (DORNELAS, 2012).

Segundo Lucena (2010), um empreendedor que sabe desenvolver e executar uma estratégia de inovação tem sucesso garantido; visto que ter um projeto é apenas o primeiro passo, pois depende de pesquisa de mercado e da necessidade de correr riscos controlados para que o projeto alcance êxito. Falar sobre o impacto do perfil empreendedor e sobre inovação é necessário, pois se o empreendedor não tiver as características necessárias para seguir em frente com seus projetos, toda a inovação será perdida, podendo então ser realizada por outro com os requisitos necessários para tarefa.

#### 4.2 O EMPREENDEDOR E AS TECNOLOGIAS DE INOVAÇÃO

Um bom empreendedor precisa estar atento a tudo o que se refere de melhorias voltadas para a área da inovação tecnológica como forma de modernizar e facilitar o andamento dos seus negócios. A inovação tecnológica é considerada na atualidade como um fator primordial para a eficiência e postura de competitividade à altura com seus concorrentes (MARTINELLI, 2012).

No ramo das disputas empresariais, onde cada um necessita se superar em relação ao seu concorrente, visando oferecer aos seus clientes um serviço de qualidade insuperável, faz-se necessária a adoção de medidas estratégicas voltadas para a prática inovadora dos serviços prestados (DORNELAS, 2012).

Para isso, é necessário que se busque práticas e recursos que possam garantir ao empreendedor a devida diferenciação almejada em vista dos demais que atuam no mesmo ramo de negócio. Desse modo, o mesmo terá a capacidade de produzir serviços e produtos que sejam capazes de garantir vantagens competitivas em relação aos seus competidores (BARBOSA, 2013).

O processo de inovação tecnológica precisa ser pensado e colocado em prática de modo a ser visto como um processo estático, de modo a compreender quais serão os seus resultados logo de início (ASHLEY, 2013). Portanto, um bom planejamento de estratégias é necessário e um diferencial que coloca o empreendedor responsável em vantagem em relação aos demais.

Esse processo de inovação tecnológica é necessário ao empreendedor para

que sua empresa possa ter essa diferenciação tecnológica capaz de proporcionar ao mesmo um nível de informação maior. O processo produz ainda uma facilidade de adquirir recursos que possam beneficiar a empresa na produção e comercialização dos seus produtos e serviços, agindo de forma rápida e eficiente (BERNARDI, 2013).

Ações desse tipo podem beneficiar as ações e ganhos financeiros de uma empresa, sendo possível recuperar os recursos investidos em tecnologia e obter ganhos posteriores que compensarão qualquer tipo de investimento dentro das áreas onde tais recursos foram aplicados, conforme ressalta Ashley (2013).

Faz-se necessário lembrar que a prática da inovação não passa apenas pelo investimento financeiro para que assim se tenha os recursos necessários para o crescimento da empresa ou negócio em questão. É importante frisar que é necessário também ter uma capacidade de inovação que deve estar presente em todas as etapas desse processo (BARBOSA, 2013).

As constantes políticas de inovação, bem como as ações que possam proporcioná-las sempre que for necessário precisam ser colocadas em prática a fim de manter a empresa sempre atualizada com o que há de mais moderno e inovador, trazendo assim os benefícios necessários à empresa (VILHA, 2009).

#### 4.3 EMPREENDEDORISMO E INOVAÇÃO TECNOLÓGICA: COMO TAIS ÁREAS CONVERSAM ENTRE SI

As ações empreendedoras trazem consigo a necessidade da prática de atitudes que estejam voltadas para o campo da inovação tecnológica, a fim de se encontrar as melhores formas de se atuar com inovações modernas e pautadas pelo uso de tecnologia de ponta, disponíveis em grande volume na atualidade (LUCENA, 2010).

Essas formas são intensas e variadas. Segundo Chiavenato (2015) é preciso compreender essa necessidade de uma prática inovadora no mundo dos negócios, formulando estratégias eficientes que permitam a presença de recursos tecnológicos que possam somar diante das ações da empresa em prol do seu crescimento. Com isso, será possível ampliar as facilidades e objetivos da organização, colocando em prática as vantagens de ser um bom empreendedor.

Como tem sido mencionado no presente estudo, há na atualidade uma necessidade muito grande de se praticar métodos inovadores em todas as áreas

possíveis de um negócio. O papel do bom empreendedor é fundamental na escolha dos melhores recursos tecnológicos que possam proporcionar o crescimento do seu negócio de uma forma geral (ASHLEY, 2013).

O mercado requer cada vez mais conhecimento acerca das novidades tecnológicas mais atualizadas e, meios que possam proporcionar o que há de melhor e mais moderno aos seus consumidores. Essa virtude somada ao conhecimento e prática, além de ter uma mente empreendedora aberta e voltada para o novo, acolhendo para o seu negócio os recursos tecnológicos necessários para o seu desenvolvimento, são armaduras poderosas de um empreendedor que busca o sucesso nos seus negócios e um diferencial para com os seus concorrentes. Dornelas (2012) afirma que um bom empreendedor tem a capacidade de criar um negócio de amplo sucesso, moldando e se beneficiando do mesmo, criando assim uma relação de sucesso e paixão para com o mesmo.

Recursos onde à informática e ações de inovação tecnológica são necessárias para o sucesso de um empreendimento, bem como formas e estratégias específicas que possam permitir o crescimento e a modernização são exemplos de como a tecnologia associada a uma capacidade de empreendedorismo pautada na inovação em recursos necessários pode ser uma receita de grande sucesso para o empreendedor em questão (BARBOSA, 2013).

Ou seja: Existe uma necessidade de colocar em prática todas as ideias inovadoras e ter a coragem de um bom empreendedor para avançar em tudo aquilo que possa ser feito com criatividade e inovação tecnológica a fim de criar um diferencial no mercado e oferecer produtos e serviços pautados em conhecimento e perfeição de criação e execução (BOSAN, 2016). Essas qualidades, uma vez colocadas em prática serão suficientes para uma receita de muito sucesso dentro do ramo de negócio escolhido para a sua atuação.

Para que o processo de empreendedorismo seja feito é preciso observar como as questões jurídicas são resolvidas e praticá-las a fim de trabalhar a eficiência quanto à parte burocrática na criação de startups e empresas diversas (BARBOSA, 2013).

#### 4.4 LEI DE INVESTIDOR-ANJO

O investidor anjo tem previsão legal na Lei Complementar 155, de 27 de outubro de 2016, que introduziu dispositivos na Lei Complementar 123, de 14 de

dezembro de 2006, para regular o formato e particularidades do investidor-anjo, que entrou em vigor em 1º de JANEIRO DE 2017.

A [www.ainbrasil.com](http://www.ainbrasil.com) é um site brasileiro baseado em estabelecer uma conexão entre investidores que buscam investimentos e empresários que buscam capital. O site pertence a *Angel Investment Network* Ltda, uma companhia de investimentos sediada em Londres, que é parte de um dos maiores grupos Angel do mundo com milhões de investidores situados localmente e muitos outros ao redor do globo. Algumas das maiores oportunidades surgem de empresários que não conseguem financiamento tradicional em bancos (BARBOSA, 2013).

A São Paulo Anjos é uma associação formada por profissionais que têm o interesse de investir capitais financeiro e intelectual (resultante do acúmulo de conhecimento dos associados diante das experiências vividas, habilidades desenvolvidas e formação adquirida em várias áreas como gestão, mercados etc.) em empreendimentos nascentes no Estado de São Paulo. Empreendimentos nascentes são projetos em fase de elaboração de plano de negócio, projetos implantados em universidades e/ou em incubadoras ou empresas em início de suas atividades (DORNELAS, 2012).

A associação adota um modelo de operação onde o associado precisa se envolver na busca e na análise dos projetos, dividir seu conhecimento com demais associados e participar dos eventos e fóruns. Os Investidores Anjo podem assumir diferentes papéis nos empreendimentos investidos, dependendo da experiência profissional, disponibilidade de tempo e interesses pessoais que vão da ênfase no aspecto financeiro sem participação até a total participação nas atividades de empreendimento (PATRUS-PENA; CASTRO, 2010)

A São Paulo Anjos é composta predominantemente por investidores que queiram desempenhar um papel de conselheiro no empreendimento investido, além de dedicar tempo aos trabalhos da associação, seja na prospecção e análise de projetos ou trabalhando nos comitês e frequentando os eventos da associação (SCHUMPETER, 2010).

#### 4.5 O EMPREENDEDORISMO SUSTENTÁVEL

Embora muitas atividades de empreendedorismo social sejam mais antigas, as tentativas de dar coerência temática e prática ao assunto são mais recentes. Assim, a base teórica resultante é relativamente pequena e, além disso, existem

algumas discussões sobre a definição exata de 'empreendedorismo sustentável' e suas diferentes abordagens (DIAS, 2011).

De um modo geral, o empreendedorismo sustentável refere-se a uma atividade inovadora, criada a partir de objetivos sociais, que podem ocorrer no setor privado, terceiro setor ou organização de veículos híbridos (AUSTIN, 2006). Alguns dos termos relacionados ao campo de estudo são: Empreendedorismo Social, Negócios Inclusivos, Negócios na Base da Pirâmide (BoP), Valor compartilhado e empreendimento social, considerando o empreendedorismo social como o mais abrangente de todos (BOFF, 2015).

Degen (2009) entende que os empreendedores estão cada vez mais convictos de que o sucesso de seu negócio só pode ser alcançado por meio de ações sociais e também operam em um bom ambiente. Hisrich, Peters and Shepherds (2014) caracterizam o desenvolvimento sustentável como uma das questões às tendências contemporâneas, bem como o empreendedorismo, podem ter um impacto positivo neste tópico.

Degen (2009) confirmou isso, a partir do referencial teórico envolvendo desenvolvimento sustentável, ou seja, responsabilidade ambiental e social, aos quais os empreendedores podem se basear na produção de bens e serviços, criando empregos e buscando reduzir a desigualdade econômica brasileira. Boszczowski e Teixeira (2012, p. 1) tentam distinguir empreendedorismo sustentável e seus objetivos. Enquanto o empreendedorismo se concentra na criação de valor, o empreendedorismo sustentável expande esse objetivo para incluir também desenvolvimento sustentável e seus benefícios sociais e ambientais.

A perspectiva de sustentabilidade por meio dos empreendedores, com o objetivo de retorno econômico, leva em consideração aspectos sociais e o ambiente, ou como busca de estratégias sustentáveis, empreendedoras, disciplinas que estão na vanguarda da inovação e mudança, ofertando várias opções para novas áreas de estudo chamado empreendedorismo sustentável (DALMORO. 2009).

Ainda sobre o mesmo tema, Majid e Koe (2012, p. 298) destacam que " O empreendedorismo sustentável é um conceito que conecta o desenvolvimento sustentável ao Empreendedorismo", configurando-se como uma forma de torná-lo ao seu alcance e ganhar os resultados econômicos, ambientais e sociais derivando deste desenvolvimento.

Os empreendedores devem descobrir oportunidades para sustentar o meio

ambiente, comunidades e economias, ou seja, fazê-lo de forma sustentável. Boszczowski e Teixeira (2012) seguiram nesse sentido, afirmando que o conceito de empreendedorismo sustentável envolve, portanto, identificar, criar e explorar o desenvolvimento econômico para solução de problemas ambientais e sociais. Barbosa (2013) aponta que o foco do empreendedorismo sustentável é a sustentação da vida da comunidade e a proteção da natureza, buscando novas oportunidades que podem gerar benefícios econômicos e sociais.

Boszczowski e Teixeira (2012) mostram que os empreendedores sustentáveis possuem uma ampla gama de áreas de atuação no mercado, lendo questões sociais e fatores ambientais, ligados à nossa sociedade, proporcionando, assim regeneração do meio ambiente.

Torna-se importante compreender o conceito de empreendedorismo sustentável, pois existem diferenças entre o empreendedorismo tradicional e algumas características do empreendedor Social e sustentável. A próxima seção distingue os termos usados, exploração aprofundada da empresa social, que também faz parte dos desafios existentes no cenário nacional (BOFF, 2015).

#### 4.6 A CAPACIDADE DE EMPREENDEDOR COM OU SEM RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL

É preciso decompor a orientação do empreendedor sustentável do empreendedorismo social, empreendedores institucionais e eco empreendedores. A primeira concentra-se no planejamento social, ou seja, o elemento da ética, respeito e valorização das pessoas, mas abrange outros campos, como descrito em Brasil et al. (2014, p. 16) "Entende-se que O empreendedorismo social é uma atividade social proeminente, mas não fora de contexto".

Eco empreendedores estão comprometidos com a inovação e a criação do crescimento econômico que respeite o meio ambiente e use menos recursos naturais, como soluções para problemas ambientais. Nesse caso, os empresários desenvolvem a economia e lutam para resolver os problemas ambientais. Fazer institucionalmente significa agir dentro do sistema, revisando-o internamente, implementando novas medidas, promovendo a inovação dentro do sistema das instituições (BRASIL et al. 2014).

Dalmoro (2009) entende que a solidariedade empresarial tradicional possui

uma visão empreendedora alicerçada no desenvolvimento sustentável, formada pela sustentabilidade econômica, social e ambiental. Nassif, Sikela e Lima (2013) também seguem esse caminho, afirmando que empreendedorismo sustentável é integrar o conceito de desenvolvimento sustentável no modelo de negócios empreendedores.

Para Cavalcanti e Teixeira (2013), o surgimento do empreendedorismo sustentável aumenta o empreendedorismo e a sustentabilidade. Os empreendedores sustentáveis são projetados para contribuir para a solução de problemas ambientais e sociais, realizando um negócio de sucesso.

Vale ressaltar que o sucesso na sustentabilidade financeira e econômica deve ser alcançado para que a empresa possa promover as outras duas, mas elas não devem ser um foco exclusivo para empreendedores. Boszczowski e Teixeira (2012) afirmam que o principal objetivo do empreendedorismo sustentável é produzir bens e serviços para resolver problemas sociais.

Dalmoro (2009) enfatizou que a criação de valor é característica do comportamento empreendedor, no contexto do empreendedorismo sustentável, devendo conter valores econômicos, sociais e ambientais. Valor não é necessariamente fácil de colocar em prática, como Nassif, Siqueira e Lima (2013) entendem que essa não é uma tarefa fácil porque vai às pessoas para se livrarem de usos e costumes arraigados.

Dalmoro (2009) destacou que o processo de desenvolvimento sustentável começa com a formação de uma visão empreendedora, social, econômica e desde o início da empresa, as preocupações ambientais tiveram destaque. Os autores querem mostrar que empreendedores sustentáveis iniciam suas atividades com foco nesses três resultados, não apenas no bom desempenho econômico, agindo em outras áreas, mas o processo nem sempre acontece dessa forma.

Hirisch, Peters e Shepherd (2014) enfatizam o fornecimento de 'Benefício de Terceiros'. Vilha (2009) demonstrou em sua pesquisa que algumas atividades na esfera social ou ecológica exigem esforço econômico, o que nem sempre é aplicável em todas as áreas em início da atividade.

## **5 ÉTICA NAS STARTUPS SUSTENTÁVEIS: ALINHAMENTO DE VALORES**

### **5.1 ÉTICA E SUSTENTABILIDADE NO AMBIENTE EMPRESARIAL**

A vantagem competitiva obtida por meio da gestão sustentável é vista atualmente como uma estratégia de negócios. Os conceitos de ética e

sustentabilidade coletivamente remetem à ética da terra e cada vez mais ganham espaço nas organizações. Ocorre, portanto, o impacto da produção, destinação inadequada e todas as formas de lucro apenas, com impacto direto no meio ambiente e na sociedade (DORNELAS, 2012).

Compreensivelmente, esse problema não será revertido imediatamente, mas as iniciativas voltadas para a ética sustentável já começam a ganhar força. É preciso entender que o uso dos recursos naturais sem respeito ao desenvolvimento circular e equilibrado vai contra todos os meios sustentáveis (CASTELLS, 2016).

A conscientização de todos os envolvidos para o equilíbrio entre consumo e reposição é essencial. Sim, ainda há tempo! Agora é a hora de sair da sua zona de conforto e começar a pensar no bem comum. Como mencionado no parágrafo anterior, a conscientização é o primeiro passo (CASTELLS, 2016).

É preciso avaliar sua força de trabalho para ver se todos os funcionários estão alinhados com os princípios éticos e filosóficos de sua organização. Ao escolher um novo, faz-se necessário inserir esse requisito nos critérios de avaliação para homogeneidade e alinhamento com os valores e a cultura da empresa. Trata-se de uma vantagem e atual requisito fundamental para que uma empresa se mantenha competitiva seja suficiente para alcançar um crescimento sustentável (CHIAVENATO, 2015).

Esta não é uma questão simples. Investir tem se tornado cada vez mais arriscado e sensato porque, além de atender com excelência o mercado e os investidores, é preciso atender às exigências socioambientais. Mas quais são as reais vantagens para as organizações? O meio ambiente e a sociedade são os principais fatores afetados pelas mudanças generalizadas na cultura sustentável, mas as empresas que perseveram também se beneficiam diretamente (CHIAVENATO, 2015).

## 5.2 O COMPLIANCE ÉTICO E DIGITAL NAS STARTUPS SUSTENTÁVEIS

O *Compliance* nada mais é do que um código de conduta com mecanismos de controle e uma política interna anticorrupção. O objetivo é produzir cartilhas e treinamento de funcionários sobre a Lei Anticorrupção aprovada em 2013. Uma estrutura de conformidade tornou-se importante para as empresas, pois a lei impõe responsabilidade estrita às empresas (CHIAVENATO, 2015).

Atualmente, ter um programa de *compliance* é, sem dúvida, considerado uma vantagem competitiva sustentável. A implementação do código de ética correspondente é benéfica para todos os envolvidos (BARBOSA, 2013).

No entanto, negócios inovadores podem crescer exponencialmente e, de um momento para outro, enfrentar questões complexas de danos potenciais que podem mudar seu rumo. Nesse ponto, os programas de conformidade podem ter um impacto significativo na sustentabilidade de uma startup (MARTINELLI, 2012).

Isso ocorre porque alguns empreendedores com visão de futuro no Brasil adotaram essa prática e muitos clientes já estão substituindo modelos de negócios que não se encaixam no plano. Quanto maior a conscientização sobre ética e transparência por parte de empresas com públicos diversos, maior a probabilidade de crescer um negócio sustentável, protegendo sua marca, imagem e reputação, bem como a segurança executiva (MARTINELLI, 2012).

Quem inicia a prática tem muitos itens para analisar e, neste caso, o impacto nos fornecedores também é automático. Quanto maior a transparência, ética e integridade, maior a credibilidade e maior a chance de manter uma conta ou ganhar maior competitividade e diferenciação de outras startups (BARBOSA, 2013).

Fazendo uma breve referência à Lei Anticorrupção nº 12.846/2013, é sabido que ela pune empresas por práticas corruptas na administração pública. As empresas serão responsabilizadas por atos ilícitos e poderão pagar multas de até 20% do seu faturamento.

Barbosa (2013) destaca que não são apenas os órgãos públicos que se preocupam com a lei. Esses fatores também chegaram ao setor privado. Contratar fornecedores compatíveis está se tornando a norma no ambiente de negócios. Esses fatores levam à consideração da seguinte questão: Vale a pena investir em *compliance*?

Além de identificar desvios éticos e morais que as pessoas possam ter, e não puni-los, mas alinhá-los aos valores do negócio, ter um programa de *compliance* pode ser um grande diferencial competitivo, principalmente para startups. Para tanto, além de diagnosticar o melhor modelo operacional para melhorar a eficácia do processo, a implementação de uma política de conduta que forneça à empresa informações sobre áreas de negócios que correm risco de fraude, corrupção ou outros desvios de conduta pode ser fundamental para a sobrevivência da startup (BARBOSA, 2013).

*Compliance*, nesse contexto, significa aderir às normas externas pertinentes ao negócio, respeitando as disposições das leis e órgãos reguladores em todas as áreas, tais como: ética, meio ambiente, trabalhista, fiscal, contábil, consumista e previdenciária. A adoção de práticas de *compliance* enquanto o negócio ainda é pequeno proporcionará um crescimento mais sustentável e organizado, proporcionando maior valor à empresa no médio e longo prazo (DORNELAS, 2012).

Diante da facilidade e imediatismo do compartilhamento de informações, pela exposição de conteúdos, privacidade e imagens, inegavelmente, há constante preocupação com a gestão dos riscos e danos decorrentes dessas atividades. A utilização de informações digitais é rotina indissociável ao uso de hardwares e softwares, aos quais confiam, inclusive, seus segredos de negócios e informações de terceiros, em diversos níveis de confidencialidade (DORNELAS, 2012).

O *Compliance* conduzirá a pessoa jurídica a manter esses dados e toda sua atividade dentro dos ditames legais, utilizando a segurança da informação em prol da minimização de incidentes que impliquem na responsabilidade empresarial (BARBOSA, 2013).

Um plano estratégico de segurança da informação deve basear-se no desenvolvimento de duas ferramentas que conferem legitimidade à política de segurança adotada, de acordo com a legislação nacional vigente, como as normas ISO, em especial a ABNT NBR ISO IEC 27002:2013, que terá como escopo as responsabilidades, obrigações, penalidades, direitos e expectativas para atribuir legalmente direitos de acesso do usuário; normas nacionais (regulamentos, resoluções e decreto); a certificação ISO 9001, que trata da gestão da qualidade, e a ISO 37001:2017, que propõe regras específicas para o combate ao suborno, podem ser importantes aliados nesse processo (BARBOSA, 2013).

Tanto os regulamentos internos quanto os termos de uso são a espinha dorsal da segurança da informação, mas é importante ressaltar que existem outros documentos que devem ser alterados para serem válidos, dois exemplos são os contratos com empresas terceirizadas (terceirização) e os contratos de trabalho (CAVALCANTI; TEIXEIRA, 2013).

Diante desses dados, as startups precisam ter o cuidado de desenvolver um *compliance* ético, completo, transparente e eficaz, pautado por regulamentos internos que abrangem temas sensíveis como legalidade, ética, corrupção, acesso à internet, proteção de dados pessoais, uso de redes sociais, envio, recebimento e

cópia de arquivos, uso e acesso de VPN (Virtual Private Network), classificação de confidencialidade de arquivos, uso de hardware e software e eventos de *compliance* (DALMORO, 2009).

Para além destes pontos, não se pode esquecer a antecipação e divulgação dos valores e princípios organizacionais, bem como as sanções, incluindo sanções internas, a aplicar em caso de violação do comportamento esperado. Diante de muitos aspectos, o *compliance* é a importância de comunicar esse status aos empreendedores, que é um dos principais desafios enfrentados pelas pessoas jurídicas. No entanto, com o aconselhamento adequado de uma equipe profissional, a conformidade certamente pode ser um de seus maiores ativos (DALMORO, 2009).

Segundo Barbosa (2013), o *compliance* inclui a promoção de uma cultura de integridade e respeito às leis, regulamentos e políticas internas. Este é um conceito que já está estabelecido no mercado. E quanto à sustentabilidade? É preciso ser verde para ser sustentável? É caridade? É contra o capitalismo? É uma igreja?

Ainda há a necessidade de conscientizar as pessoas sobre a questão da sustentabilidade no que se refere à economia verde, contendo foco no impacto nos stakeholders (incluindo filantropia), sendo mais estratégico e amplo. Um ponto básico é entender que isso tem a ver com a sustentabilidade do negócio, para o qual é fundamental ter recursos financeiros. Por exemplo, do ponto de vista de uma empresa, ela tem a renda e os lucros (ou investidores contribuintes) para criar empregos e pagar impostos (DORNELAS, 2012).

Com isso, é possível se conectar com o conceito de capitalismo consciente. Os mistérios de que o capitalismo é ruim devem ser desmistificados. Sim, houve avanços nas pessoas, expectativa de vida, educação, conhecimento e tecnologia. No entanto, isso não significa que não pode ser melhorado. A chave é considerar que o capitalismo exige que as organizações tenham um propósito e considerem seus stakeholders ao tomar decisões (DORNELAS, 2012).

Desta forma, em suma, o foco nas pessoas e nos recursos naturais e no planeta vem à tona. No mundo do *compliance* e ESG (*Environmental, Social and Governance*), é conhecida a adoção de um lema que pode ser baseado na convicção, persuasão ou coação. Algumas empresas vão agir porque identificaram oportunidades relacionadas aos seus objetivos, algumas se tornarão seguidoras, e algumas só adotarão quando a lei ou o mercado exigir (BARBOSA, 2013).

Quando se fala em *compliance* sustentável, tenta-se monitorar e rastrear

tendências e agir de forma ética antes que existam obrigações legais ou regulatórias. É possível verificar as recentes preocupações levantadas por empresas brasileiras para um mecanismo de ajuste de carbono nas fronteiras da UE. As questões relacionadas aos mercados de carbono e às mudanças climáticas entrarão em foco (DIAS, 2011).

Mas quantas empresas já se preocuparam em fazer inventários de carbono e desenvolver estratégias para reduzir ou avaliar os riscos das mudanças climáticas? Quantas pessoas repensaram seus processos, produtos e serviços para minimizar ou eliminar quaisquer impactos nocivos, como poluição, produção de gases de efeito estufa, riscos à saúde etc.? Alguns movimentos já estão acontecendo. As organizações que querem se manter no mercado precisam agir com integridade e *compliance* de forma sustentável. (DIAS, 2011)

### 5.3 RESPONSABILIDADE SOCIAL: STARTUPS MODELO DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL

Com o cenário alarmante de mudanças climáticas globais e escassez de recursos naturais, as organizações estão cada vez mais focando em uma postura mais sustentável. Além de se preocupar genuinamente com o futuro do planeta, o comportamento de consumidores e investidores também é evidente: quem tem responsabilidade ambiental e social está à frente da concorrência (DORNELAS, 2012).

Assim, o termo ESG tornou-se uma referência global. O conceito envolve boas práticas ambientais, sociais e de governança, desde ações pontuais até aquelas de impacto global. A agenda ESG tocou o ecossistema de inovação, mas não existe na maioria das startups. De acordo com uma pesquisa realizada pela Associação Brasileira de Startups (Abstartups), em 2021, 56,1% das startups pré-selecionadas disseram não ter práticas ESG reconhecidas (REVISTA EXAME, 2021).

Das startups pesquisadas, 15,7% dos projetos são voltados para ação social, 11,3% focados em projetos que impactam o meio ambiente, gestão de resíduos, poluição e reciclagem, 7,4% reportaram iniciativas em ESG, apenas 5,3% das empresas possuem iniciativas de governança como ética e transparência, códigos éticos e culturais, compliance etc. Embora a agenda ESG de startups esteja claramente em seus estágios iniciais, várias iniciativas surgiram, contribuindo para o

desenvolvimento social, a proteção ambiental e a disseminação de práticas de governança entre os ecossistemas. Dessa forma, existem algumas startups que trabalham os fatores sustentáveis nas suas atividades, sendo elas (REVISTA EXAME, 2021):

- UPM2: A startup paulista desenvolve soluções de mobilidade urbana e alternativas financeiras para o público ainda não bancarizado no Brasil. Mais recentemente, a empresa criou o Super App SP Pass, que centraliza diversas funcionalidades, desde a possibilidade de pagar o transporte público via QR code, até a abertura de conta digital, permitindo a inclusão social de grande parcela da população. Sem conta bancária. A ideia é combinar tecnologia, sustentabilidade e inclusão social em uma única aplicação.

- Incentiv.me: Acelerada pelo InovAtiva Brasil em 2017, a Incentiv.me é uma startup de inovação tributária (taxtech) que conecta o ecossistema de leis de incentivo fiscal para fornecer produtos e serviços a patrocinadores, apoiadores e sociedade em geral. Dessa forma, ajuda empresas de todos os setores a aproveitar os benefícios fiscais com mais confiança, apoiando causas sociais e ambientais, crescendo exponencialmente, promovendo um impacto nacional positivo.

- Uplexis: Essa empresa de mineração de dados fornece suporte abrangente para empresas que buscam mapear terceiros que se alinham à agenda ESG. Com a ferramenta upMiner, os clientes podem aproveitar mais de 1.900 fontes de dados para otimizar seu processo de tomada de decisão. Por meio de análises e relatórios individualizados, é possível verificar, por exemplo, se fornecedores estão envolvidos em processos ambientais ou foram multados por descumprimento de obra antes de firmar um contrato de serviço.

- Group Energia: Empresa de energia renovável por assinatura focada no mercado de condomínios. A empresa foi fundada em 2020, e desde então já opera mais de 200 propriedades no estado de Minas Gerais, onde existem fazendas de painéis solares responsáveis por fornecer energia aos clientes da empresa. O serviço da startup é capaz de reduzir os custos de eletricidade em até 23% por meio da energia solar.

- Market4u: A Market4u é uma rede de marketplaces autônomos e inteligentes que reduzem as emissões de CO2 por veículo nas compras, pois a compra ocorre diretamente no condomínio. Outro ponto é a comparação com a entrega do mercado, que faz com que o motoboy passe por vários pontos na entrega, de e para

o local de coleta. A frota market4u já está carregada com centenas de itens todos os dias para reabastecimento inteligente. Por meio desse sistema, os itens que devem ser levados ao ponto de venda podem ser identificados, eliminando o envio desnecessário. Quando se trata de varejo, o sistema agrega todas as promoções e pagamentos pelo app, economizando muito papel. Anúncios, promoções e recebimentos são todos virtuais, o que os torna sustentáveis.

- Getrak: Desenvolve e fornece infraestrutura específica para rastreamento de empresas, foi recentemente certificada para reciclar SimCards coletados e devolvidos da própria operação. Além disso, os plásticos e metais que ele contém são descartados adequadamente. Vale destacar que mais de 360kg de papelão e cartões SIM foram reciclados entre julho e novembro.

A certificação é obtida em parceria com a Essencis MG Soluções Ambientais, especialista em coleta, transporte e gestão de resíduos industriais e comerciais. A Essencis descarta todos os materiais não utilizados que acompanham o produto. A startup é cadastrada na Fundação Nacional do Meio Ambiente (Feam) e segue todos os protocolos de proteção e cuidado ao meio ambiente.

- Tuim: Empresa de móveis por assinatura no Brasil que revolucionou o mercado moveleiro do país. A startup, apelidada de 'Netflix dos móveis', nasceu como uma solução simples e inteligente para o consumo de móveis, dando ao consumidor total autonomia para escolher o que quer e quando precisa, o que ajuda diretamente na economia circular.

O modelo de assinatura de móveis já é visto como a solução perfeita, principalmente quando se trata de economia compartilhada. Só a cidade da Grande São Paulo envia anualmente 27.000 toneladas de resíduos para aterros sanitários, sendo a maior parte composta por móveis que, em sua maioria, são descartados erroneamente antes do fim de sua vida útil.

## **6 CONCLUSÃO**

O presente trabalho procurou abordar a questão das startups no Brasil e a necessidade do Direito Empresarial ser mais favorável ao processo de instalação dessas empresas, valorizando assim a sua atuação ética e sustentável. A questão da importância do conhecimento no campo do empreendedorismo também foi mencionada neste trabalho, como forma de identificar o perfil de futuros empreendedores e as decisões necessárias para que novos negócios sejam

idealizados e concretizados de maneira a respeitar todo o processo burocrático de instalação dessas empresas.

O Direito Empresarial brasileiro ainda pode melhorar muito no que se refere à criação de leis específicas capazes de incentivar novos investidores a abrir novas empresas no Brasil, seja startups ou qualquer outra modalidade empresarial. O que se pode notar é que ainda existe um nível elevado de burocracia e rigor quanto ao processo de abertura e manutenção de empresas, fazendo assim com que muitos investidores até mesmo desistam da ideia de atuar como empresários em algum negócio específico, especialmente os pequenos investidores.

Por outro lado, o conhecimento acerca da finalidade das startups também se faz necessário, pois é a partir dele que será possível avaliar a viabilidade do negócio em questão e sua manutenção no que se refere à arrecadação de impostos e o preparo voltado para a legalização do negócio. O processo de conhecimento acerca da propriedade intelectual também se faz importante, para que assim os novos empreendedores tenham a noção devida do ramo de negócio que pretendem atuar, descobrindo assim possíveis caminhos voltados para o desenvolvimento empresarial ético-sustentável.

Conclui-se, portanto que as startups sustentáveis podem ser ainda mais eficientes se praticadas de maneira a oferecer estruturas e condições específicas que beneficiem novos investidores e empreendedores no Brasil. Trata-se até mesmo de um avanço necessário que poderá beneficiar diretamente a economia do país, permitindo assim que inovações diversas idealizadas por empreendedores se tornem negócios eficientes, rentáveis e conscientes dos impactos ambientais e sociais, como é o caso de muitas startups existentes no Brasil e negócios diversos que alcançaram o devido sucesso e preferência dos seus consumidores.

Os empreendedores sociais não negligenciam a própria missão. Eles equilibram constantemente ética e rentabilidade fazendo com que estejam sempre ao seu alcance. Tem unidade de propósito, ação, complexidade moral, oportunidades de criação de valor, são proativos, inovadores e aventureiros para cumprir a missão social. Embora eles se refiram ao comportamento empreendedor de busca de missão na sociedade, eles não vinculam o empreendedorismo social à estrutura organizacional específica.

A evolução deste conceito ao longo dos últimos anos mostra que o empreendedorismo na sociedade é um processo que tem objetivos em vários outros

campos, abrangendo-os em uma mistura híbrida, consistindo em atividades de criação de valores que podem ocorrer a partir de uma determinada tendência crescente de estabelecer esses negócios através dos setores sem fins lucrativos, públicos ou comerciais híbridos sociais que penetram as fronteiras do mundo dos negócios.

É necessário evitar a conformação da estrutura organizacional definida, agregando a ideia de transformação social à definição sustentável, por meio de soluções inovadoras, mobilização o uso adequado de recursos e redes, enfatizando que o produto final do evento é a mudança social por meio ético. Este aspecto é importante porque outras definições só podem ser associadas às mudanças de curto prazo baseadas nessas transações. Sendo assim somente através de uma postura ética pode-se combinar a capacidade de inovação e visão empreendedora das startups e o propósito sustentável onde se objetiva um equilíbrio maior entre a sociedade e o meio ambiente.

## 7 REFERÊNCIAS

ARBACHE, F. **Gestão de Logística, Distribuição e Trade Marketing** 3º ed rio de Janeiro FVG , 2016.

ASHLEY, Patrícia Almeida et al. **Ética e responsabilidade social nos negócios**. 14.ed. São Paulo: Saraiva, 2013.

BARBOSA, Denis Borges. **Uma Introdução à Propriedade Intelectual**. 2. ed. Rio de Janeiro: Lúmen Júris, 2013.

BARROS, Carla Eugenia Caldas. **Manual de Direito da Propriedade Intelectual**. Aracaju: Evocati, 2009.

BERNARDI, Luiz Antônio. **Manual de empreendedorismo e gestão: Fundamentos, estratégias e dinâmicas**. 5.ed. São Paulo: Atlas, 2013.

BOFF, Leonardo. **Sustentabilidade: o que é: o que não é**. Petrópolis, Rio de Janeiro: Vozes, 2015.

BOSAN, Aroldo Natel. **As características do comportamento empreendedor**. Fundação Educacional Miguel Mofarrej, Faculdades Integradas de Ourinhos, 2016.

BOSZCZOWSKI, Anna Karina; TEIXEIRA, Rivanda Meira. **O Empreendedorismo e o Processo Empreendedor: em busca de oportunidades de novos negócios como solução para problemas sociais e ambientais**. Revista Economia & Gestão – v. 12, n. 29, maio/agosto. 2012.

BRASIL, Marcus Vinicius de Oliveira; BIZARIA, Fabiana Pinto de Almeida; TASSIGNY, Mônica Mota; POMPEU, Randal Martins; OLIVEIRA, Francisco Correia de. Os Diversos Tipos de Empreendedorismo Sustentável. Revista Científica da Escola de Gestão e Negócios. Ano 4, nº 1, ago. 2014 – jan. 2015. 2014.

BRASIL. **Lei nº 12.846 de 20 de agosto de 2013**. Brasília: Senado Federal, 2013.

BRASIL. **Lei Complementar nº 155, de 27 de outubro de 2016**. Brasília: Senado Federal, 2016.

BRASIL. **Lei Complementar nº 123, de 14 de dezembro de 2006**. Brasília: Senado Federal, 2006.

CASTELLS, Manuel. **Fim de milênio: economia, sociedade e cultura**. Trad. Roneide Venâncio Major. 12.ed. São Paulo: Paz e Terra, 2016.

CAVALCANTI, Maralyza Correia de Sousa; TEIXEIRA, Rivanda Meira. Empreendedorismo Sustentável e as Dimensões de Schlange: um estudo multicascos em pequenas empresas Sergipanas. Anais... VI ENCONTRO DE ESTUDOS EM ESTRATÉGIA. Bento Gonçalves/RS – 19 a 21 de maio de 2013.

CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor**. 7.ed. São Paulo: Saraiva, 2015.

DALMORO, Marlon. **A visão da Sustentabilidade na Atividade Empreendedora: uma análise a partir de empresas incubadas**. Revista Gestão Organizacional. Vol. 2, N.1, Jan/Jun. 2009.

DANNEMANN, Siemsen, Bigler & Ipanema Moreira. **Propriedade Intelectual no Brasil**. Rio de Janeiro : PVDI Design, 2010.

DEGEN, Ronaldo Jean. **O Empreendedor: empreender como opção de carreira**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2009.

DIAS, Reinaldo. **Gestão Ambiental: Responsabilidade Social e Sustentabilidade**. São Paulo: Editora Atlas, 2011.

DORNELAS, José Carlos de Assis. **Empreendedorismo Corporativo: como ser empreendedor, inovar e se diferenciar em organizações estabelecidas**. 2ª ed. Rio de Janeiro: Editora Elsevier, 2012.

HALL, Richard H. **Organização: estrutura e processo**. Rio de Janeiro: Prentice-Hall, 2011.

HISRICH, Robert; PETERS, Michael. **Empreendedorismo: 5ª ed**. Porto Alegre: Editora Bookman, 2011.

LONGENENECKER, J. G.; MOORE, C. W.; PETTY, J.W. **Administração de pequenas empresas: ênfase na gerência empresarial**. São Paulo: Pearson, 2014.

LUCENA, MARIA DIVA S. **Pensamento de recursos humanos**. São Paulo: Atlas, 2010.

MAJID, Izaidin Abdul; KOE, Wei-Loon. **Sustainable Entrepreneurship (SE): a revised model based on triple bottom line (TBL)**. International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences. v. 2, n. 6, Jun. 2012.

MARTINELLI, Dante Pinheiro. **Negociação Empresarial Enfoque Sistêmico e Visão Estratégica**. Barueri: Manole, 2012.

PATRUS-PENA, Roberto; CASTRO, Paula Pessoa de. **Ética nos negócios: condições, desafios e riscos**. São Paulo: Atlas, 2010.

REVISTA EXAME. **Conheça estas 7 startups que contribuem com práticas sustentáveis**. 2021. Disponível em: <https://exame.com/bussola/conheca-estas-7-startups-que-contribuem-com-praticas-sustentaveis/> Acesso em: 25/04/2022.

SCHUMPETER, Joseph Alois. **Teoria do desenvolvimento econômico: uma investigação sobre lucros, capital, crédito, juro e o ciclo econômico**. São Paulo: Abril Cultural, 2010.

SEN, Amartya; KLIKSBURG, Bernardo. **As pessoas em primeiro lugar: a ética do desenvolvimento e os problemas do mundo globalizado**. São Paulo: Companhia das Letras, 2010.

VENKATARAMAN, S. The distinctive domain of entrepreneurship research. In J. Katz & R. Brockhaus, **Advances in Entrepreneurship**, Firm Emergence and Growth, vol. 3, pp. 119-138. Greenwich, CT: JAI Press, 2013.

VILHA, Anapátricia Morales. **Gestão da Inovação na Indústria Brasileira de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos: Uma Análise sob a Perspectiva do Desenvolvimento Sustentável**. Tese de Doutorado apresentada ao Departamento de Política Científica e Tecnológica, Instituto de Geociências – UNICAMP, Campinas, 2009.