

# STARTUPS DE IMPACTO SOCIAL DO PARANÁ

---

Thalia Roberta de Souza Portella<sup>1</sup>

Andrea Bier Serafim<sup>2</sup>

## RESUMO

As *startups* são uma forma de negócio que tem conquistado um maior espaço no mercado, com isso, se tornou importante entender como esses negócios estão se relacionando com o meio no qual estão inseridos e se estão causando, de alguma forma, um impacto social positivo. O objetivo geral desta pesquisa foi analisar o impacto social apresentado pelas *startups* do Paraná. Os objetivos específicos buscaram selecionar *startups* que possuam impacto social no Paraná, identificar como os ODS estão vinculadas às ações dessas *startups* e analisar até que ponto os ODS são fatores que deram suporte/manutenção à criação do negócio de impacto. O estudo mostrou que em sua maioria as startups estão de alguma forma conectadas aos ODS.

Palavras-chave: *Startups*. ODS. Sustentabilidade. Impacto Social

---

<sup>1</sup> Aluna do 5º período do curso de Administração da FAE Centro Universitário. Bolsista do Programa de Apoio à Iniciação Científica (PAIC 2020-2021). *E-mail*: thalia.portella@mail.fae.edu

<sup>2</sup> Orientadora da Pesquisa. Mestre em Administração pela Universidade Federal do Paraná. Professora da FAE Centro Universitário. *E-mail*: andrea.serafim@fae.edu

## INTRODUÇÃO

As *startups* são uma forma de negócio que tem conquistado um maior espaço no mercado, com isso, se tornou importante entender como esses negócios estão se relacionando com o meio no qual estão inseridos e se estão causando, de alguma forma, um impacto social positivo.

O estado do Paraná possui um grande número de *startups* de diversos segmentos, atualmente existem 674 *startups* registradas na base de dados no *site* oficial da Associação Brasileira de *Startups* (ABStartups). Esse estudo é relevante para que se possa identificar quais estão especificamente preocupadas com o impacto social no Paraná e entender como acontecem esses negócios.

Além de estudar esse impacto, levando em consideração que cada vez mais as pessoas necessitam estar em sintonia com o universo, com as pessoas, com água, ar e tudo mais que o compõe, se tornou necessário fazer uma associação das atividades desenvolvidas com os objetivos de desenvolvimento sustentável (ODS). Os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) são uma agenda mundial adotada durante a Cúpula das Nações Unidas sobre o Desenvolvimento Sustentável em setembro de 2015, composta por 17 objetivos e 169 metas a serem atingidos até 2030. Os objetivos abrangem diversas áreas da sustentabilidade, assim, é possível catalogar as atividades e ações levantadas no estudo de acordo com os 17 objetivos.

Esta pesquisa teve como objetivo geral analisar o impacto social apresentado pelas *startups* do Paraná. Os objetivos específicos buscaram selecionar *startups* que possuam impacto social no Paraná, identificar como os ODS estão vinculadas às ações dessas *startups* e analisar até que ponto os ODS são fatores que deram suporte/manutenção à criação do negócio de impacto.

Em relação à metodologia foram utilizadas a pesquisa bibliográfica, com objetivo de construir um embasamento teórico sobre os principais conceitos; a exploratória para obter um maior conhecimento acerca da população alvo do estudo; e a descritiva para conhecer mais a fundo a amostra selecionada. Na sequência será apresentada a fundamentação teórica que embasou a pesquisa.

## 1 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

A fundamentação teórica se divide em três partes. Na primeira, será abordado o que é impacto social. Em seguida, será apresentado o que são os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável e quais são eles. Por fim, será abordado o que são *startups* de impacto social.

## 1.1 STARTUPS DE IMPACTO SOCIAL

*Startup* é um termo em inglês para um modelo de negócio pautado em inovação e incertezas. Alguns autores observam que ser uma *startup* está diretamente relacionado com o porte dessas empresas, Gitahy (2016) observa que há muitas pessoas que as entendem como uma empresa de pequeno porte em seu estágio inicial.

Blank e Dorf (2014) entendem que ela não deve ser confundida com uma versão menor de uma grande companhia. Na visão de Ries (2012), ser uma *startup* não depende do seu porte, elas não possuem um tamanho ou características definidas, é uma instituição humana projetada para criar novos produtos e serviços sob condições de extrema incerteza com um modelo de gestão construído especificamente para atuar sob essas condições.

É importante frisar que nessa pesquisa o termo impacto social é empregado para salientar os impactos positivos que as empresas, sejam elas de qualquer modelo de negócio, possam alcançar através de suas ações. De acordo com Limeira e Luna (2018), impacto social é o conjunto de mudanças positivas nas condições de vida da população-alvo, sustentáveis no médio e longo prazos, que resultam dos produtos, serviços ou programas desenvolvidos pelos empreendedores sociais.

Segundo Silva (2019, p. 5, *apud* SBCoaching, 2018) quando desenvolvendo o seu negócio, os criadores de *startups* se baseiam nos seguintes modelos de *startups*:

- Lifestyle: criada por pessoas que realmente desejam trabalhar com o que ama.
- PME: criar um negócio pequeno, que tem objetivos ambiciosos.
- Escalável: desde pequenos já têm o propósito de se tornarem gigantes.
- *Startups* a venda: projetadas para atrair compradores após atingir resultados.
- Sociais: construir um mundo melhor.
- Corporativos: empresas tradicionais que vêm se renovando com modelo startup.

Os empreendedores sociais, por buscarem fazer a diferença sem a ambição de gerar riqueza, são característicos das *Social Startups*, que podem ou não ser sem fins lucrativos ou ambos, com um propósito maior de contribuir para a sociedade proporcionando um mundo melhor por meio das suas ideias inovadoras (BLANK; DORF, 2014).

As empresas de impacto visam atender os empreendedores que buscam atingir os seus objetivos financeiros e ao mesmo tempo conseguem contribuir para que também atinjam os objetivos de sustentabilidade.

Os negócios de impacto surgem como uma resposta a alguns dos dilemas criados pelo capitalismo. Exatamente por isso são uma tendência, mais do que modismo. E mais do que um conceito, despontam como uma filosofia para repensar e influenciar a forma de se fazer negócios (BARKI, 2016).

Negócios sociais são soluções com a eficiência do mercado, mas com um verdadeiro propósito de gerar um impacto social na sociedade. (SEBRAE, 2019)

Os Negócios de Impacto Social (NIS) compõem um novo segmento da economia que demanda olhar específico. Surgem com a missão explícita e deliberada de transformar positivamente uma realidade social ou ambiental. Para tanto, devem ser sustentáveis do ponto de vista financeiro (JORNAL DO COMÉRCIO, 2018).

## 1.2 OBJETIVOS DE IMPACTO SOCIAL

A sociedade, há décadas, vem sendo mais sensível a questões de sustentabilidade. Nesse tempo, o mundo passou por mudanças profundas: a crise de petróleo nos anos 70, as mudanças climáticas, as crises financeiras, as crises políticas, são apenas exemplos entre vários acontecimentos que tiveram impacto em todo o mundo. Dessa forma, entre a população surgiu o senso comum que o mundo não pode continuar sem reagir a estas mudanças que fazem parte da vida de todos (GUIMARÃES; SERAFIM, 2018, p. 97).

Atualmente muito se fala de sustentabilidade, mas afinal, o que é sustentabilidade? Etimologicamente, a palavra sustentável tem origem no latim “*sustentare*”, que significa sustentar, apoiar e conservar.

Para Sachs (2002), existem oito dimensões da sustentabilidade que são importantes, estas são: Social, Cultural, Ecológica, Ambiental, Territorial, Econômica, Política (nacional) e Política (internacional). Muitos autores referem-se apenas a três dimensões da sustentabilidade: ecológica, econômica e social, por serem as mais conhecidas.

Em 2015, com foco na sustentabilidade, foram tomadas ações que resultaram nos novos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), que se basearam nos oito Objetivos de Desenvolvimento do Milênio (ODM). Ao todo, foram criados 17 objetivos que se dividem em:

Objetivo 1. Acabar com a pobreza em todas as suas formas, em todos os lugares.

Objetivo 2. Acabar com a fome, alcançar a segurança alimentar e melhoria da nutrição e promover a agricultura sustentável.

Objetivo 3. Assegurar uma vida saudável e promover o bem-estar para todos, em todas as idades.

Objetivo 4. Assegurar a educação inclusiva e equitativa e de qualidade, e promover oportunidades de aprendizagem ao longo da vida para todos.

Objetivo 5. Alcançar a igualdade de gênero e empoderar todas as mulheres e meninas.

Objetivo 6. Assegurar a disponibilidade e gestão sustentável da água e saneamento para todos.

Objetivo 7. Assegurar o acesso confiável, sustentável, moderno e a preço acessível à energia para todos.

Objetivo 8. Promover o crescimento econômico sustentado, inclusivo e sustentável, emprego pleno e produtivo e trabalho decente para todos.

Objetivo 9. Construir infra estruturas resilientes, promover a industrialização inclusiva e sustentável e fomentar a inovação.

Objetivo 10. Reduzir a desigualdade dentro dos países e entre eles.

Objetivo 11. Tornar as cidades e os assentamentos humanos inclusivos, seguros, resilientes e sustentáveis.

Objetivo 12. Assegurar padrões de produção e de consumo sustentáveis.

Objetivo 13. Tomar medidas urgentes para combater a mudança do clima e seus impactos.

Objetivo 14. Conservação e uso sustentável dos oceanos, dos mares e dos recursos marinhos para o desenvolvimento sustentável.

Objetivo 15. Proteger, recuperar e promover o uso sustentável dos ecossistemas terrestres, gerir de forma sustentável as florestas, combater a desertificação, deter e reverter a degradação da terra e deter a perda de biodiversidade.

Objetivo 16. Promover sociedades pacíficas e inclusivas para o desenvolvimento sustentável, proporcionar o acesso à justiça para todos e construir instituições eficazes, responsáveis e inclusivas em todos os níveis.

Objetivo 17. Fortalecer os meios de implementação e revitalizar a parceria global para o desenvolvimento sustentável.

## **2 METODOLOGIA**

Este estudo possui uma abordagem qualitativa que buscou entender detalhadamente aspectos sobre as *startups* de impacto social que não podem ser medidos numericamente, segundo Marconi e Lakatos (2017), a abordagem qualitativa

trabalha com o universo dos significados, dos motivos, das aspirações, das crenças, dos valores e das atitudes. A partir disso, foi efetuado um levantamento das *startups* presentes no Paraná e analisadas as ações sustentáveis que estas empresas executam, fazendo um comparativo com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável.

## 2.1 TIPOS DE PESQUISA

Existem diversas formas de pesquisa e elas se dividem de acordo com o objetivo a ser atingido, sendo assim, para se chegar aos objetivos deste estudo, foram selecionadas a pesquisa bibliográfica, exploratória e a descritiva.

### 2.1.1 Bibliográfica

Para fins de compreender aspectos e palavras chaves sobre o tema foi utilizada a pesquisa bibliográfica, que para Gil (2017), é elaborada com base em materiais já publicados. Foram utilizados nesta pesquisa: livros, artigos acadêmicos, revistas e sites.

### 2.1.2 Exploratória

A pesquisa exploratória, segundo Malhotra (2019), tem como principal objetivo ajudar a compreender a situação-problema enfrentada pelo pesquisador. Assim, nesta pesquisa, a exploratória auxiliou na compreensão sobre as *startups* de impacto social na atualidade, em especial as do Paraná.

### 2.1.3 Descritiva

Com a intenção de identificar as características específicas presentes nas *startups* selecionadas para o estudo, foi utilizada a pesquisa descritiva que segundo Gil (2017) tem como objetivo a descrição de determinada população ou fenômeno. Nesse caso, as *startups* pesquisadas foram apresentadas na sequência.

## 2.2 POPULAÇÃO E AMOSTRA

Segundo Malhotra (2019) a população é “a soma de todos os elementos que compartilham algum conjunto comum de características”, assim, a população observada para este estudo foram as *startups* de impacto social do Paraná. Essas *startups* foram

selecionadas por conveniência de acordo com um levantamento feito a partir de indicações e informações presentes em comunidades de *startups*, relatórios e no site da Associação Brasileira de Startups (Abstartups) no ano de 2020 e 2021. Ao todo, foram identificadas 36 *startups* de impacto social no Paraná.

Malhotra (2016) também define a amostra como sendo um subgrupo dos elementos da população selecionada para a participação no estudo, é a parte que representará o todo. Para estabelecer o tamanho da amostra, foi aplicada a fórmula de cálculo de amostra para universo finito, com um nível de confiança de 95% e um erro máximo de 5%.

$$n = z^2 * N * p * q * N / ((N-1) * E^2 * p * q)$$
$$n = 1,96^2 * 36 * 50 * 50 * 1,96 / (1,96-1) * 5^2 * 50 * 50$$
$$n=11,294304$$

Onde:

z = confiança

N = universo

E = erro máximo

n = tamanho da amostra

Assim, foi identificada a necessidade de obter 11 respondentes para que a pesquisa reflita a realidade da amostra observada.

## 2.3 COLETA DE DADOS

Como técnica de interrogação, para a coleta de dados, foi desenvolvido e aplicado um questionário, entendido por Gil (2017) como um conjunto de questões que são respondidas por escrito pelos pesquisados. Marconi e Lakatos (2017) também frisam que uma das principais características de um questionário é a ausência de um aplicador. O questionário contou com 13 questões que foram distribuídas em duas seções principais, a seção de identificação da *startup* e a que abordou sobre o impacto social das *startups*.

Para o envio do questionário foi utilizado o método eletrônico citado por Malhotra (2019) que utiliza de email ou sites para a aplicação, no caso desta pesquisa, o questionário foi elaborado através da ferramenta *Google Forms* para então ser encaminhada via e-mail para os pesquisados.

O *e-mail* com o questionário foi enviado para toda a amostra no dia 29 de abril no qual foram obtidas 7 respostas. Devido ao baixo número de respondentes, observando a amostra necessária, o *e-mail* foi disparado novamente no dia 04 de maio onde houve o retorno de 4 novas respostas.

## 2.4 TRATAMENTO DE DADOS

Antes da análise foi necessário fazer um tratamento dos dados levantados, para isso, usou-se duas etapas da elaboração e classificação de dados que Marconi e Lakatos (2017) desenvolveram. Elas se dividem em: seleção, codificação e tabulação.

- Seleção: visa a observação dos dados a fim de encontrar possíveis erros, excesso ou falta de informações.
- Codificação: é a classificação e codificação dos dados para possibilitar a organização de dados qualitativos e divide-se em duas partes “(1) classificação dos dados, agrupando-os sob determinadas categorias; (2) atribuição de um código, número ou letra, tendo cada um deles um significado” (MARCONI; LAKATOS, 2017, p. 181).
- Tabulação: é a disposição dos dados em tabelas para facilitar a observação dos dados.

Assim, após a obtenção dos dados, utilizou-se da seleção para identificar possíveis erros nas respostas abertas e foram tabuladas as respostas em uma planilha eletrônica para facilitar a observação e a geração dos gráficos que estão presentes neste estudo.

## 3 ANÁLISE DOS RESULTADOS

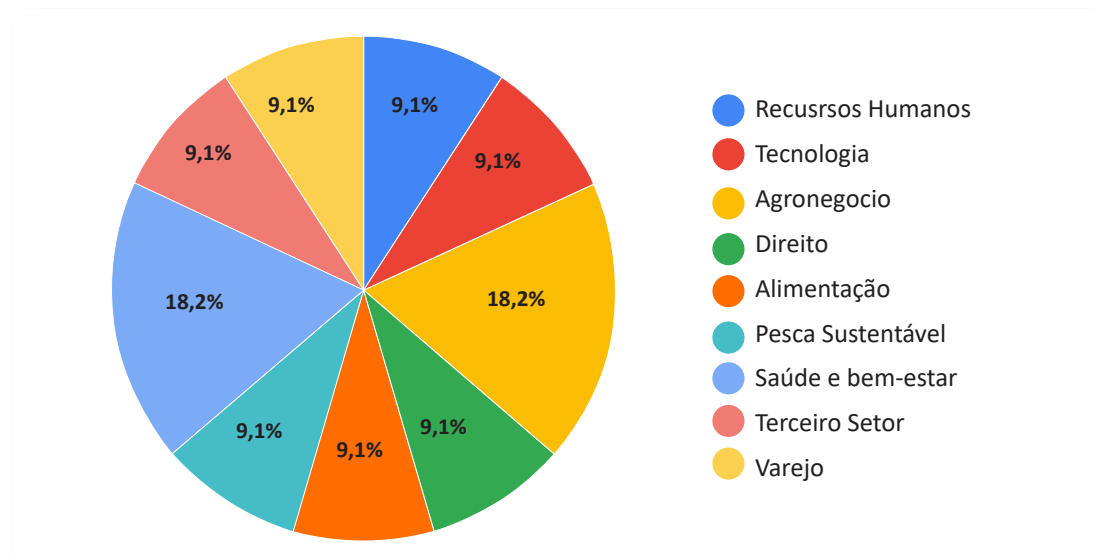
Os dados levantados se dividem em informações de identificação e informações sobre como o impacto social está presente nas *startups* estudadas. Com relação aos dados de identificação, questionou-se sobre a área de atuação, porte e tempo de mercado. Quanto ao impacto social, questionados sobre as dificuldades encontradas na criação, os apoios, metas e principalmente, sobre a presença dos ODS, seja na criação ou no processo.

A amostra total foi composta por 11 startups, das quais, 100% afirmaram possuir caráter social em suas atividades. Com relação ao tempo de atuação dessas startups, pode-se observar que em sua maioria, estão há pouco tempo presentes no mercado. Sete delas estão no mercado entre 6 meses e 3 anos, as com maior tempo de atuação possuem 5, 6 e 8 anos de atuação.

Quanto à área de atuação, apresentou-se uma grande variedade, onde as únicas com mais de uma *startup* foram a de agronegócio e saúde e bem-estar, a relação dessas áreas de atuação pode ser observada na figura a seguir:



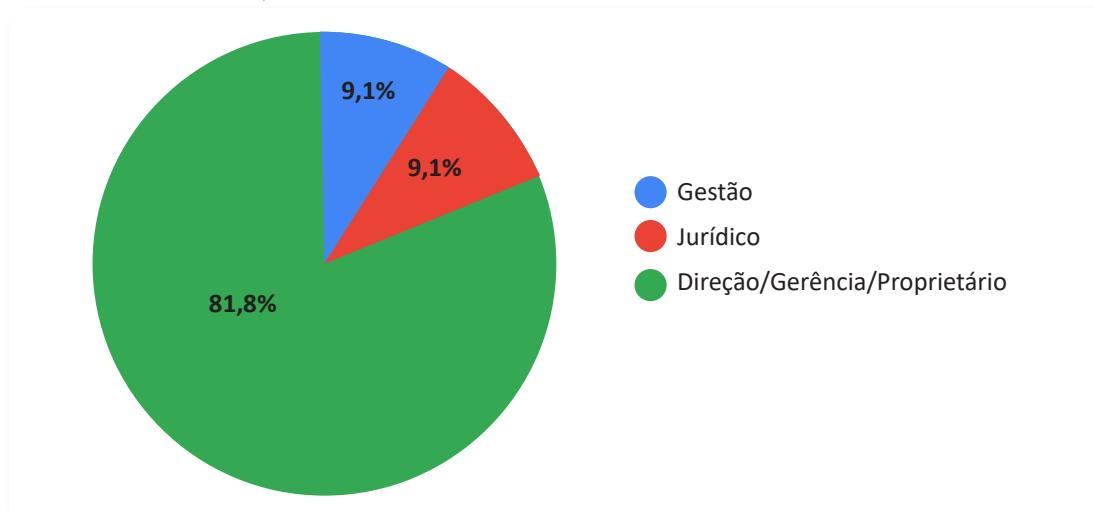
GRÁFICO 1 – Área de atuação das *startups*



FONTE: Dados da pesquisa (2021)

De acordo com os autores citados anteriormente, ser uma *startup* não está diretamente ligado ao porte dessas empresas, mas quando questionados sobre o número de empregados que fazem parte da organização, pode-se observar que em sua maioria as *startups* de impacto social paranaenses são de pequeno porte. Do total, 9 delas possuem até 9 empregados e apenas 2 possuem de 10 a 49 empregados. Saber o porte dessas startups ajuda a entender o possível motivo de 80% dos respondentes serem da direção, gerência ou até mesmo os proprietários dessas *startups*, conforme figura a seguir:

GRÁFICO 2 – Área na qual o entrevistado trabalha



FONTE: Dados da pesquisa (2021)

Para entender as principais influências para a criação e qual o propósito desses empreendimentos sociais, foi disponibilizada uma questão aberta para os entrevistados. A seguir serão apresentadas as respostas de acordo com cada segmento:

Na área de recursos humanos, a *startup* teve como influência o conhecimento do mercado que os criadores já possuíam e tem como propósito gerar empregabilidade para prestadores de serviços e proporcionar facilidades para hotelaria.

A maior influência para a *startup* de tecnologia foi a vivência que o criador possuía na área e sua busca em solucionar um problema encontrado por pessoas que queriam doar para instituições sociais e ONG's e não encontravam a função nos sites oficiais.

Quanto às *startups* do agronegócio, uma delas indicou que a principal influência para abertura foi a vivência dos criadores em diversos setores do agronegócio onde foram identificados alguns problemas que necessitavam de soluções e tem como propósito transformar a forma como é prestado o atendimento técnico nas propriedades rurais. Ambas apontaram ter como propósito facilitar a vida na agricultura.

A *startup* de direito surgiu com o propósito de “dar acessibilidade justa à justiça, dando chance das pessoas se defenderem”, ou seja, identificaram que havia uma dificuldade, seja da forma correta de o fazer ou quanto ao valor, para as vítimas de crimes em coletar conteúdo da internet para utilizarem como provas.

Quanto à *startup* de alimentação, tem como propósito “reduzir o desperdício de alimentos no país e construir, então, um mundo mais consciente com relação ao que produz, consome e descarta”.

Na área de pesca sustentável, a influência surgiu de demandas das comunidades e de uma pesquisa de mercado com pescadores da região de atuação e tem como propósito “fortalecer a pesca artesanal do Paraná e promover o consumo consciente de pescados”.

Uma das *startups* de saúde e bem-estar surgiu da identificação de dificuldades encontradas por cadeirantes quando necessitam se locomover pela cidade, ela tem como propósito “incluir e dar visibilidade para melhorar a vida da população de cadeirantes” além de promover ações de inclusão através de corridas com corredores amadores. Já a outra tem como propósito “proporcionar o tratamento pleno e integrado dos pacientes, oferecendo uma assistência que alcance os principais requisitos de qualidade em saúde”.

A *startup* que se identificou como sendo do terceiro setor tem como propósito “melhorar a vida daqueles que mais precisam de ajuda por meio da profissionalização de ONG's, ajudando-as a melhorarem seus processos internos e gerirem suas arrecadações e causas sociais com eficiência e tecnologia”.

A *startup* do varejo tem como objetivo “conectar empresas e causas sociais, de forma sustentável, transparente e evitando a burocracia”.

No geral, essas iniciativas surgiram a partir da identificação de problemas na sociedade que não recebiam a devida atenção.

Para que se possa ter um panorama com as próprias palavras dos entrevistados, a seguir será apresentada uma nuvem de palavras gerada a partir das respostas dos entrevistados:

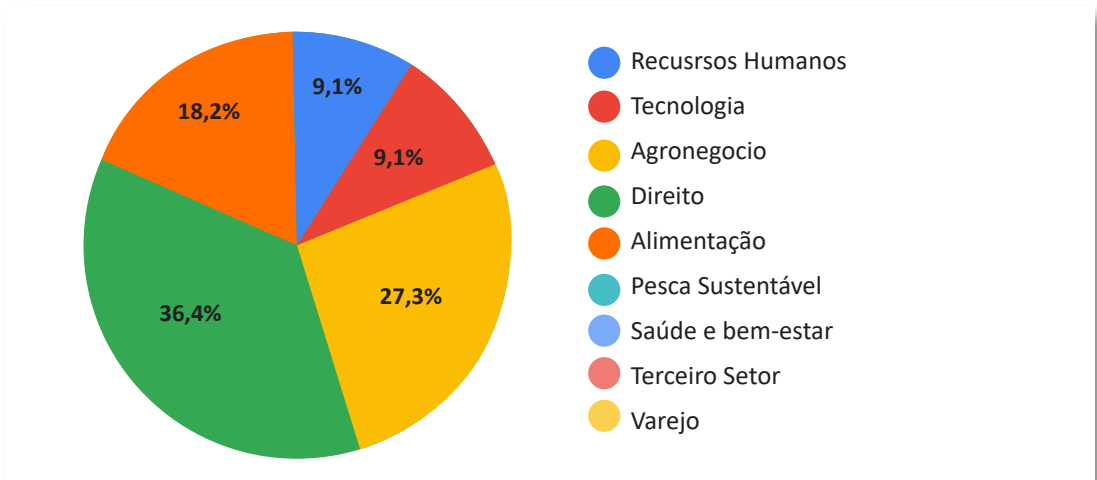
FIGURA 1 – Nuvem de palavras do propósito das *startup*



FONTE: Dados da pesquisa (2021)

Após entender as principais influências, foi questionado se os ODS também tiveram algum papel no processo de criação, se influenciaram em algum aspecto ou em ações dentro da empresa. 36,4% dos entrevistados apontaram que sim, pois a *startup* é absolutamente adequada aos objetivos. Desses 27,3% responderam que sim, pois procuram adequar suas *startups* aos ODS. 18,2% afirmaram que suas empresas foram formadas para atender aos ODS. 9,1% afirmaram que os ODS tiveram alguma influência, mas não são o motivo principal, atendê-los foram uma consequência das atividades desenvolvidas. Apenas 9,1% dos respondentes afirmaram não ter conhecimento sobre os objetivos.

GRÁFICO 3 – Os ODS como influência na criação das *startups*



FONTE: Dados da pesquisa (2021)

Após observar que, em sua maioria, os objetivos de desenvolvimento sustentável serviram como influência para a abertura dessas *startups*, os respondentes foram questionados sobre quais os principais ODS que vão de encontro com as atividades desenvolvidas nas *startups*. Os quatro objetivos mais citados foram o de Redução das Desigualdades, Fome Zero e Agricultura Sustentável, Trabalho decente e Crescimento Econômico e o Consumo e Produção consciente. A figura a seguir ilustra os ODS apontados pelos respondentes, os números representam quantas *startups* se identificaram com cada um deles:

FIGURA 2 – Os ODS que vão de encontro com as ações das *startups*



FONTE: As autoras (2021)

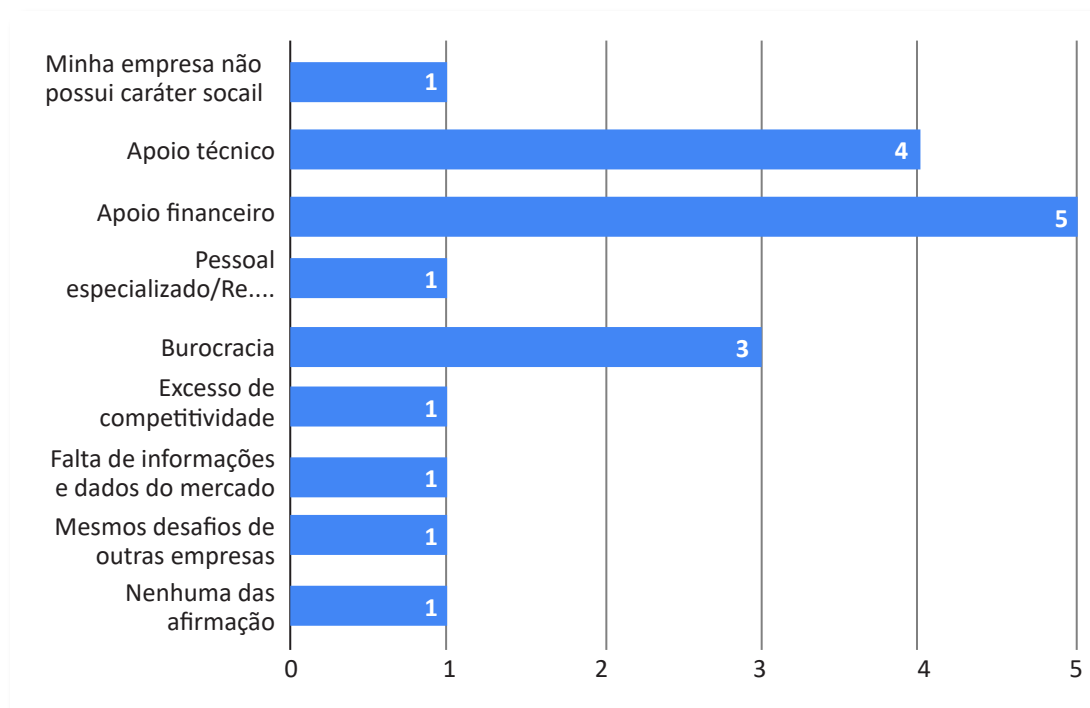
Pela característica de ser um modelo de negócio baseado em incertezas, as startups encontram diversas dificuldades. Se tratando de startups de impacto social paranaenses observa-se que há uma dificuldade em encontrar, principalmente, o apoio financeiro necessário para estas iniciativas. Isso pode estar conectado com o retorno financeiro que elas irão apresentar aos investidores, que pode ser encarado como baixo e lento dependendo das atividades que serão desenvolvidas.

Logo em seguida, observa-se a falta de apoio técnico durante o processo. Esse é um problema que se agrava se tratando de startups sociais pois, partindo do princípio de que elas não possuem o apoio financeiro necessário, precisam iniciar suas atividades e se estabelecerem com um orçamento reduzido e não possuir o preparo técnico necessário pode afetar no sucesso das iniciativas.

O terceiro desafio mais encontrado por estas *startups* é a burocracia para abrir estas empresas, em especial no Brasil.

O gráfico a seguir demonstra todos os desafios citados pelos pesquisados:

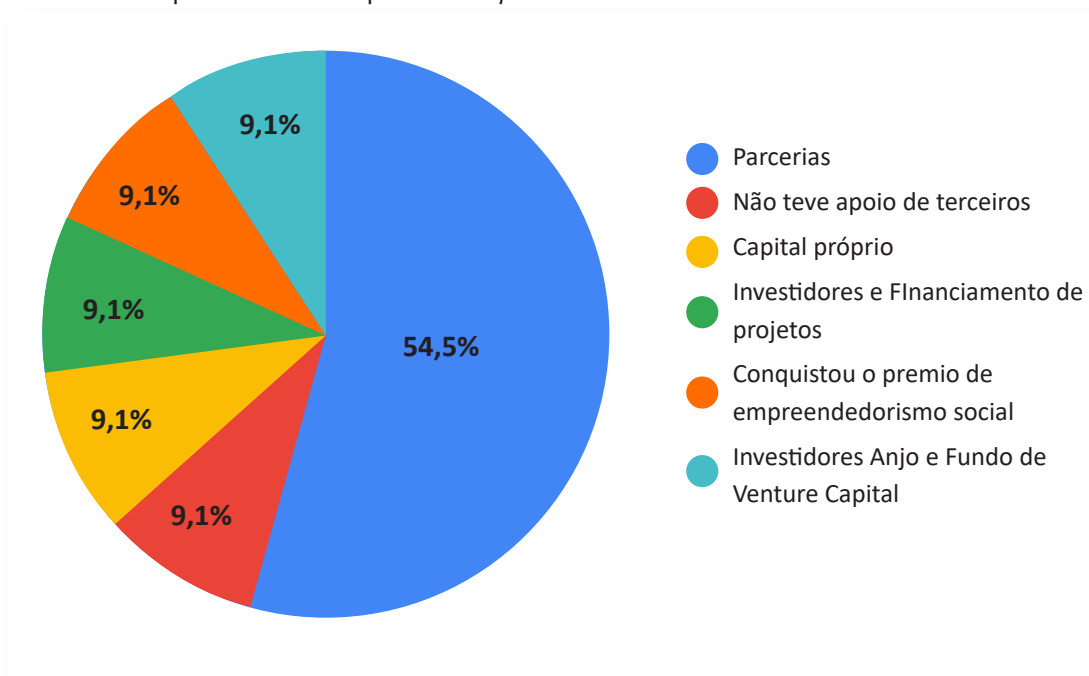
GRÁFICO 5 – Desafios para abertura



FONTE: Dados da pesquisa (2021)

Mas além dos desafios encontrados, os entrevistados foram questionados sobre se tiveram apoio durante o processo. As informações encontram-se no gráfico a seguir:

GRÁFICO 6 – Apoio encontrado pelas *startups*



FONTE: Dados da pesquisa (2021)

Observa-se a presença de diferentes formas de apoio, mas em sua maioria foram parcerias, porém essas não foram especificadas no questionário.

Apesar da importância dessas iniciativas para a sociedade, o nível de apoio governamental não foi citado pelos respondentes. Verificou-se que o apoio financeiro de terceiros também foi pouco.

Como sugestão, as *startups* podem contar com o Sebrae, que oferece cursos e palestras que abordam diversos aspectos sobre este modelo de negócio, além de disponibilizar mentorias e consultorias personalizadas.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Após o levantamento do número de *startups* de impacto social presentes no Paraná percebe-se que ainda é muito baixa a participação nesse setor e que, apesar da importância, quando os idealizadores optaram por desenvolver essas *startups* se deparam com uma resistência quanto ao apoio a essas iniciativas.

O resultado positivo encontrado através dessa pesquisa, mostra que em sua maioria essas *startups* estão pautadas nos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável, onde apenas 1 das 11 *startups* desconhecem os ODS. Os objetivos são importantes

para que entenda-se quais as áreas estão sendo transformadas através das ações dessas empresas.

Uma limitação encontrada foi sobre quais foram as parcerias que os pesquisados estabeleceram, essa limitação ocorreu devido à forma como foram questionados sobre o apoio encontrado.

Sugere-se para estudos futuros um levantamento mais profundo de quais são as ações desenvolvidas, especificando e as catalogando de acordo com os objetivos.

## REFERÊNCIAS

- BARKEI, E. Negócios de impacto tendência ou modismo. **Revista da FGV**, São Paulo, v. 14, n 1, jan./jun. 2015.
- BLANK, S.; DORF, B. **Startup: Manual do Empreendedor** o guia passo a passo para construir uma grande companhia. Rio de Janeiro: Altas Books, 2014.
- JORNAL DO COMÉRCIO. Negócios de impacto social no Brasil. **Geração E**, abr. 2018. Disponível em: <[https://www.jornaldocomercio.com/\\_conteudo/2018/04/ge/artigos/622261-negocios-de-impacto-social-no-brasil.html](https://www.jornaldocomercio.com/_conteudo/2018/04/ge/artigos/622261-negocios-de-impacto-social-no-brasil.html)>. Acesso em: 30 out. 2020.
- GIL, A. C. **Como Elaborar Projetos de Pesquisa**. 6. ed. São Paulo: Grupo GEN, 2017.
- GITAHY, Y. O que é uma startup? **Exame**, São Paulo. 2016. Disponível em <<https://exame.com/pme/o-que-e-uma-startup>>. Acesso em: 12 nov. 2020.
- GUIMARÃES, L. T.; SERAFIM, A. B. Os objetivos de desenvolvimento sustentável (ODS) na visão de docentes e discentes da FAE SJP. **Caderno Paic**, Curitiba, v. 19. n. 1, p. 95-108, 2018.
- LIMEIRA, T.; LUNA, P. D. **Negócios de impacto social**. São Paulo: Saraiva, 2018.
- MALHOTRA, N. K. **Pesquisa de marketing: uma orientação aplicada**. Porto Alegre: Grupo A, 2019. Disponível em: <<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788582605103>>. Acesso em: 05 nov. 2020.
- LAKATOS, E. M.; MARCONI, E. M. **Metodologia do trabalho científico**. 8. ed. São Paulo: GEN, 2017. Disponível em: <<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788597012408>>. Acesso em: 20 nov. 2020.
- MARCONI, M. A.; LAKATOS, E. M. **Fundamentos de metodologia científica**. 8. ed. São Paulo: GEN, 2017. Disponível em: <<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788597010770>>. Acesso em: 05 nov. 2020.
- MEDEIROS, L. Negócios de impacto social: como empreender com propósito e relevância social. **Blog do Sebrae Santa Catarina**. Disponível em: <<https://blog.sebrae-sc.com.br/negocios-de-impacto-social-como-empreender-com-proposito-e-relevancia-social-2>>. Acesso em: 30 out. 2020.
- MOREIRA, D. O que é uma startup? **Exame**, fev. 2016. Disponível em: <<https://exame.com/pme/o-que-e-uma-startup/#:~:text=Respondido%20por%20Yuri%20Gitahy%2C%20especialista%20em%20startups&text=Apesar%20de%20usado%20nos%20EUA>>, acesso em: 30 out. 2020.
- RIES, E. **A startup enxuta: como os empreendedores atuais utilizam a inovação contínua para criar empresas extremamente bem-sucedidas**. São Paulo: Lua de Papel, 2012.
- SACHS, I. **Caminhos para o desenvolvimento sustentável**. Rio de Janeiro: Garamond, 2002.
- SILVA, R. T da. **Startups: aspectos positivos e negativos desse novo segmento de empreendedorismo**. 2019. 16 f. Artigo – Unifucamp, Monte Carmelo, 2019. Disponível em: <<http://repositorio.fucamp.com.br/jspui/handle/FUCAMP/490>>. Acesso em: 28 jul. 2021.