

Ascensão de *startups* regionais e seus impactos na sustentabilidade: um estudo sobre o ecossistema de startups da Bahia

The rise of regional startups and their impact on sustainability: a study of Bahia's startup ecosystem

Marley Abede Ferreira de Carvalho*  E-mail: marley.abede@ufba.br

Matheus Praeiro Andrade*  E-mail: matheus.praeiro@ufba.br

Vanusa Andrade Guerreiro*  E-mail: vanusa.guerreiro@ufba.br

Victória Teixeira Fraga*  E-mail: victoriafraga@ufba.br

Carlos Jefferson de Melo Santos*  E-mail: marley.abede@ufba.br

*Universidade Federal da Bahia (UFBA), Salvador, BA, Brasil.

Resumo: Este artigo propõe-se a examinar o papel das startups localizadas na Bahia, uma região geograficamente desafiadora, na promoção da sustentabilidade e no enfrentamento das dificuldades inerentes à sua localização. A pesquisa utiliza um estudo de caso de cinco startups baianas de setores diversos para analisar como elas superam obstáculos geográficos, implementam práticas sustentáveis e impactam o desenvolvimento regional. Os resultados revelam que essas startups demonstram notável resiliência e inovação, adotando estratégias específicas para lidar com as complexidades geográficas e contribuindo positivamente para a sustentabilidade ambiental e econômica da região. Espera-se que este estudo forneça insights valiosos para empreendedores, investidores e formuladores de políticas interessados em estimular o crescimento sustentável em áreas desafiadoras, ao mesmo tempo em que destaca o potencial das startups como motores de transformação.

Palavras-chave: *Startups*. Sustentabilidade. Ecossistema baiano. Impacto ambiental.

Abstract: This article aims to examine the role of startups located in Bahia, a geographically challenging region, in promoting sustainability and addressing the inherent difficulties of their location. The research employs a case study of five startups from Bahia in diverse sectors to analyze how they overcome geographical obstacles, implement sustainable practices, and impact regional development. The results reveal that these startups demonstrate notable resilience and innovation, adopting specific strategies to deal with geographical complexities and positively contributing to the environmental and economic sustainability of the region. It is hoped that this study will provide valuable insights for entrepreneurs, investors, and policymakers interested in fostering sustainable growth in challenging areas, while also highlighting the potential of startups as engines of transformation.

Keywords: Startups. Sustainability. Bahia's Startup Ecosystem. Environmental Impact.

1 INTRODUÇÃO

A partir da aceleração histórica que é vivenciada na contemporaneidade em decorrência da globalização, tem-se o surgimento de soluções cada vez mais práticas para os problemas do dia a dia dos consumidores e das organizações. Em termos de gestão empresarial, Gorodnichenko *et al.* (2010) ressalta que o processo de

globalização exerce uma pressão em empresas locais, obrigando-as a inovarem como forma de driblar a competitividade nos mercados globais. A inovação, portanto, torna-se o pilar essencial de diversas organizações que desejam atingir resultados relevantes de forma sustentável. Com esse objetivo, é preciso adequar os processos produtivos, metodologias, ferramentas, técnicas e modelos de negócios. Este último, em específico, assume um papel fundamental como o eixo que influencia a forma de pensar e agir frente ao que é considerado evolução e crescimento para as organizações, impulsionados pela recente pandemia com criação e adaptação dos diversos modelos de trabalho (Santos; Sant'Anna; Paim, 2023).

Criadas a partir dessa necessidade, estas organizações vêm transformando a economia, atuando em diversos ramos e oferecendo soluções a mercados cheios de incertezas (Gomes, 2019), a partir de um modelo de negócios escalável e replicável. Trazendo para a realidade brasileira, o país vem atravessando - desde o início do século XXI - a chamada revolução silenciosa a qual Timmons (2010) retrata o fenômeno do empreendedorismo. Nesse cenário, as startups se tornam protagonistas e principais impulsionadoras do pensamento empreendedor. Entre os diversos estados que se destacam neste ecossistema efervescente, a Bahia emerge como um polo promissor de inovação e empreendedorismo. As belezas naturais e a riqueza cultural têm motivado uma nova geração de empreendedores a criarem soluções sustentáveis e criativas que transcendem o mundo das startups convencionais. Para além dos desafios comuns a quaisquer empresas do tipo, é de se destacar o engajamento das empresas baianas em alinhar suas operações aos pilares da sustentabilidade: social, ambiental e econômico.

Segundo o mapeamento realizado em 2022 pela Associação Brasileira de Startups (Abstartups, 2022), Salvador é a capital com maior número de organizações do tipo entre as regiões Norte e Nordeste no Brasil. Este dado apenas confirma a relevância do estado no ecossistema local e a necessidade de conteúdo científico que aborde o assunto.

Essa sinergia entre empreendedorismo e responsabilidade social, ambiental e econômica, não apenas impulsiona as economias estatais e nacionais, mas também fornece respostas tangíveis aos desafios globais, como as mudanças climáticas, a desigualdade social, a gestão de recursos naturais e o crescimento econômico sustentável. Este artigo propõe-se a examinar o papel das startups localizadas na

Bahia, uma região geograficamente desafiadora, na promoção da sustentabilidade e no enfrentamento das dificuldades inerentes à sua localização. Nesse sentido, o presente estudo objetiva explorar de forma qualitativa o ecossistema baiano de startups a partir de uma amostragem de 5 empresas. Para respaldar a análise proposta, serão aludidas pesquisas e dados recentes que evidenciam a relação entre os pontos levantados. Ao fazer isso, espera-se lançar luz sobre eles e fomentar discussões que promovam a inovação e a colaboração em direção a um futuro mais sustentável.

2 REVISÃO DA LITERATURA

2.1 Ecossistema de inovação

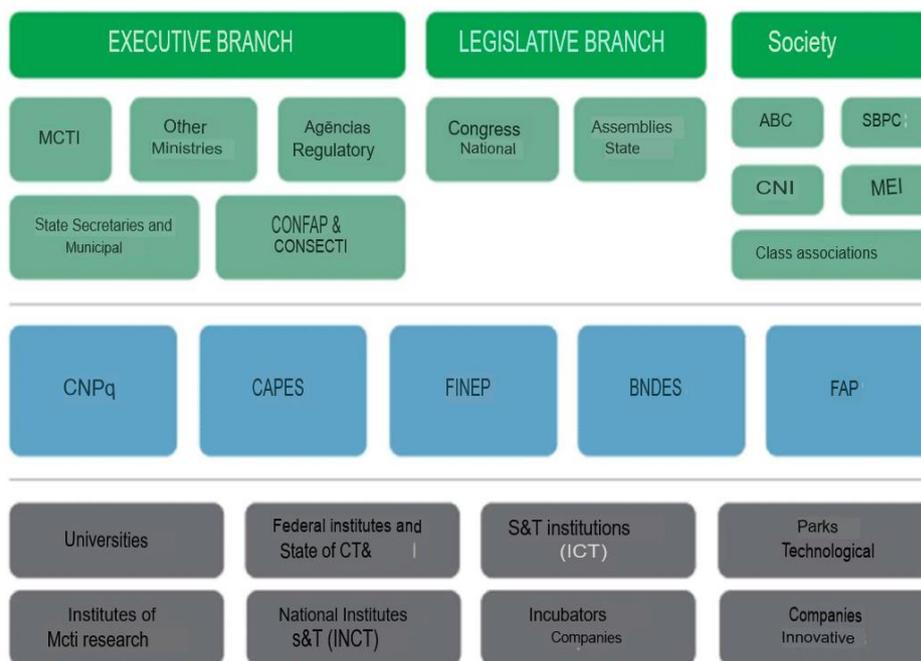
Um ecossistema de inovação, entendido como uma convergência de fatores promotores de interação e colaboração entre diversos atores, desempenha um papel fundamental no estímulo à inovação e ao empreendedorismo local. Conforme destaca Smith (2018), esse contexto é vital para impulsionar o desenvolvimento empresarial, englobando agentes governamentais, entidades financeiras e instituições privadas. Investimentos em capacitação, palestras, cursos e eventos abertos ao público têm contribuído significativamente para o fortalecimento do empreendedorismo na região (Piccoli *et al.*, 2022).

O ecossistema de startups, por sua vez, configura-se como uma rede complexa de comunidades interconectadas em uma região específica. Essas conexões estabelecem um ambiente dinâmico e equilibrado, no qual diversas entidades desempenham papéis cruciais para o desenvolvimento de startups inovadoras (Lawrence; Hogan; Brown, 2019). Empresas e órgãos governamentais, agindo em conjunto, contribuem para a criação de um ambiente propício à inovação. Segundo o diagnóstico realizado pelo Ministério de Ciência, Tecnologia e Inovação e comunicações (MCTIC, 2016) foi desenvolvido estratégias que definem os programas prioritários, que envolvem as cadeias mais importantes para impulsionar a economia brasileira entre o período de 2016 a 2022. Essa sinergia é sustentada por uma variedade de atores-chave, como a imprensa, investidores anjo, parques tecnológicos, hubs de inovação, incubadoras, universidades, programas de mentoria, espaços de coworking, aceleradoras e incentivos governamentais (Felizola; De Aragão, 2021). Cada um desses agentes desempenha um papel crucial na troca de informações e

experiências, capacitando as startups a se destacarem no mercado competitivo.

A figura abaixo (Figura 1) ilustra os principais atores envolvidos nesse ecossistema, destacando a diversidade de atores e instituições que desempenham papéis essenciais no fomento da inovação e no apoio às startups.

Figura 1 - Principais atores do SNCTI



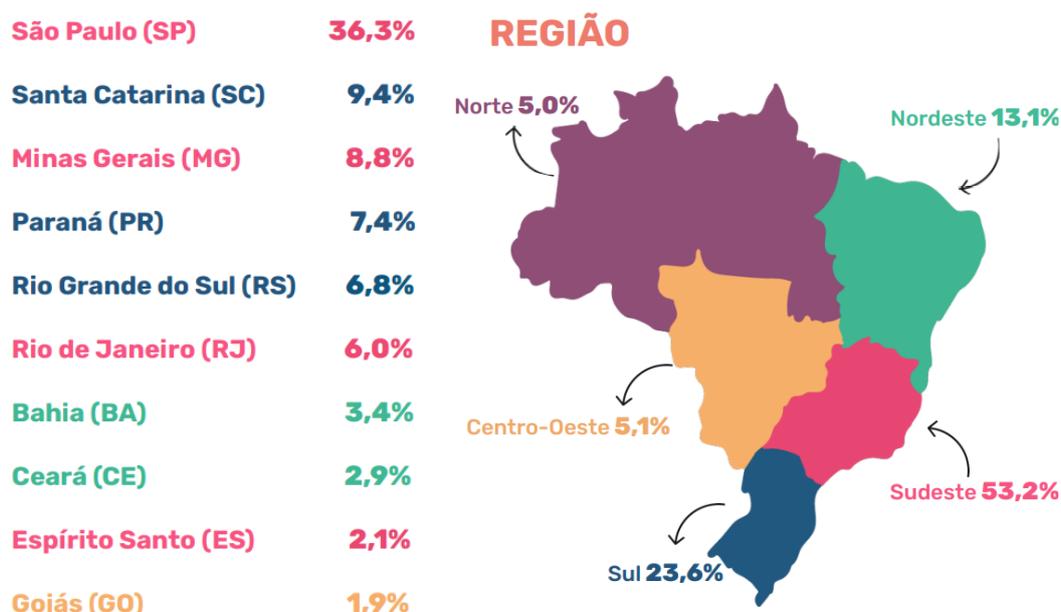
Fonte: adaptado de ENCTI-MCTIC-2016-2022.

2.2 Startups: origem, definição e um panorama da evolução no Brasil

Dados do ABStartup (2015) revelam que em 2015 havia 4.451 startups brasileiras. No entanto, esse número continuou a crescer, impulsionado pela criação de hubs de inovação, parques tecnológicos, incubadoras, aceleradoras e eventos de capacitação. Essas iniciativas proporcionaram o ambiente ideal para o desenvolvimento de novas startups e o aprimoramento de modelos de negócios existentes, contribuindo para o aumento desse número. Em 2018, o Brasil viu surgir seus primeiros unicórnios, um termo que se refere a startups com um valor de mercado superior a US\$ 1 bilhão (Machado, 2021). Inicialmente, essa conquista foi alcançada pelo aplicativo de transporte 99 e pelo Nubank, avaliado em mais de US\$ 2 bilhões (Duarte; Casnici, 2020). Esse número continuou a crescer, e atualmente o Brasil se destaca como um dos principais países em termos de startups, com 19

unicórnios, porém nenhum deles sendo de fora do eixo Sul – Sudeste (Silva, 2017). Em abril de 2023, o cenário das startups brasileiras evoluiu significativamente, atingindo um total de 17.485 em todo o país (Padrão; Andreassi, 2013; SARFATI, 2018). O estado de São Paulo continua liderando o ranking, abrigando a maior concentração de startups, seguido de perto por outros estados. A Bahia, por sua vez, ocupa a 7ª posição nesse cenário, com uma parcela significativa de 8% das startups do Brasil, demonstrando seu papel crescente no ecossistema nacional (ABstartups, 2015).

Figura 2 - Distribuição regional de startups



Fonte: adaptado de ABStartups, 2022.

Conforme os dados fornecidos pela Associação Brasileira de Startups, observa-se que o modelo de negócio predominante nas startups brasileiras é o B2B (Business to Business), representando expressivos 52,0 % do total. Este tipo de startup concentra seus esforços em atender outras empresas, em oposição a fornecer diretamente ao consumidor final. Geralmente, as empresas que operam neste modelo demonstram maior estabilidade em comparação com aquelas que atendem a indivíduos, o que resulta em um nível de constância mais acentuado. Além disso, o segmento B2B envolve transações com valores substancialmente superiores aos praticados com pessoas físicas. A figura 3 a seguir apresenta a distribuição das Startups de acordo com o público-alvo no Brasil em 2022.

Figura 3 - Startup por Público-alvo no Brasil em 2022

Empresas (B2B)	52,0%
Empresas e consumidor final (B2B2C)	30,0%
Consumidor final (B2C)	13,1%
Governo (B2G)	3,3%
Startups (B2S)	1,3%
Peer-to-Peer (P2P)	0,3%

Fonte: Adaptado de ABSTARTUPS, 2022.

Em relação à geração de receita, observa-se que a maioria das startups brasileiras, aproximadamente 41,71%, opta pelo modelo de SaaS (Software as a Service), onde as empresas cobram uma taxa fixa pelo uso de seu software. Exemplos renomados desse modelo incluem plataformas como Spotify, Netflix e ferramentas do Office (Smith, 2018). O segundo modelo mais prevalente é o Marketplace, representando 19,70% das startups. Nesse contexto, as startups atuam como intermediárias, conectando ofertas e demandas de produtos ou serviços. Pode-se destacar empresas como Uber e Airbnb, que adotam esse modelo e podem cobrar comissões sobre transações, mensalidades dos vendedores ou por anúncios na plataforma (Lopes, 2021). O modelo de E-Commerce é adotado por 7,17% das startups, envolvendo a venda de produtos online e exigindo investimentos consideráveis em logística e gestão de estoque. Grandes empresas, como Amazon e Netshoes, são exemplos proeminentes desse modelo (Brown, 2019). Por fim, o Licenciamento é um modelo que concede o uso de um produto ou software mediante pagamento de uma taxa pré-definida ou recorrente. Inventores e detentores de patentes frequentemente utilizam esse modelo para ceder o uso de seus produtos por um período determinado (Garcia, 2021). Essa diversidade de modelos de negócios reflete a capacidade adaptativa das startups, permitindo-lhes atender às necessidades do mercado e aos interesses de seus públicos-alvo. Diante destas informações, o panorama das startups no Brasil pode ser considerado promissor e motivador. Essa tendência é igualmente observada na Bahia, onde o ecossistema de startups está em ascensão, desempenhando um papel significativo no fomento do desenvolvimento econômico e sustentável da região (Santos; Crescitelli; Ortega, 2020).

2.3 Formas de crescimento de uma startup

2.3.1 incubadoras

As incubadoras de empresas surgiram como uma alternativa para combater a alta taxa de falência de novas empresas, oferecendo suporte gerencial e tecnológico a essas organizações. Conforme Kruglianskas e Matias-Pereira (2005) "uma incubadora é essencialmente o ponto de partida para empresas no Brasil." Essas incubadoras prestam suporte a pequenas empresas desde a fase inicial de concepção até o início da validação do projeto, muitas vezes utilizando financiamento público para investir tanto em suas próprias operações quanto nas startups incubadas.

De acordo com a Associação Nacional de Entidades Promotoras de Empreendimentos Inovadores (ANPROTEC), as incubadoras de empresas e parques tecnológicos são entidades dedicadas a promover empreendimento inovadores. No caso das incubadoras, o foco está em oferecer suporte aos empreendedores para que possam transformar ideias inovadoras em empreendimentos bem-sucedidos. Isso é alcançado por meio do fornecimento de infraestrutura e apoio gerencial, ajudando os empreendedores a enfrentarem questões essenciais ao desenvolvimento de um novo negócio (Farah; Cavalcanti; Marcondes, 2020). Conforme o Manual de Implantação de Incubadoras de Empresas, essas incubadoras são consideradas organismos que estimulam a criação e o desenvolvimento de empresas, complementando a formação dos empreendedores em aspectos técnicos e gerenciais (PNI, 2000, p. 6).

2.3.2 Aceleradoras

No cenário brasileiro, a atuação das aceleradoras é uma prática relativamente recente.. De acordo com informações da ANPROTEC (2019), as aceleradoras são entidades jurídicas que se dedicam a apoiar o desenvolvimento inicial de novos empreendimentos inovadores por meio de um processo estruturado, com um período definido. Esse processo engloba desde a seleção criteriosa de startups, capacitação, orientação, acesso a oportunidades de mercado, provisão de infraestrutura e serviços de apoio, até o investimento inicial de capital financeiro. Em troca desse suporte, as aceleradoras podem adquirir uma participação societária nas startups que aceleram, com o potencial de lucro futuro.

Empresas de destaque no ecossistema das startups frequentemente recebem

investimentos de organizações conhecidas como aceleradoras. Essas entidades investidoras expressam confiança nas ideias e no modelo de negócios das startups, resultando em aportes financeiros e a disponibilização de recursos para apoiar seu crescimento e desenvolvimento (Teixeira, 2020). Além de fortalecer o ecossistema de startups, essas entidades contribuem de maneira substancial para a sustentabilidade e o crescimento econômico da região (PTB, 2024).

2.3.3 Hubs de inovação/ coworkings

Os Hubs de inovação ou espaços de coworking, como ambientes projetados para catalisar o empreendedorismo e a inovação regional, desempenham um papel crucial na promoção da colaboração e interação entre os diversos participantes do ecossistema empreendedor. Esses espaços proporcionam experiências enriquecedoras, facilitam a partilha de conhecimento e oferecem recursos diversos, como palestras, workshops, cursos, treinamentos e outras ferramentas, para estimular o desenvolvimento tecnológico local (Francisco; Zaroni; Vefago, 2023). O impacto positivo desses Hubs vai além da simples infraestrutura, contribuindo para a criação de redes robustas e ecossistemas de inovação dinâmicos (Silva; Andrade, 2023). Os Hubs de inovação desempenham um papel crucial no fortalecimento do ecossistema de startups na Bahia, proporcionando um ambiente propício para a criação e crescimento de empreendimentos inovadores. Esses espaços atuam como centros de convergência para empreendedores, investidores, mentores e outros profissionais interessados no setor de startups, facilitando a colaboração, a troca de ideias e o acesso a recursos essenciais para o desenvolvimento de novos negócios (Baptista *et al.*, 2019).

“Hubs de Inovação são espaços voltados para a geração de negócios que reúnem startups, médias e grandes empresas e potenciais investidores. Eles ajudam na estruturação de empresas nascentes de base tecnológica com alto potencial de crescimento e no aumento do número de pessoas que têm a oportunidade de ser um empreendedor” (Puccini; Benedetti, 2021).

2.4 Sustentabilidade

O ecossistema de startups na Bahia, ao abraçar a sustentabilidade, não apenas responde a uma tendência global, mas reflete uma necessidade intrínseca no panorama empresarial moderno. Costa (2021) destaca a importância de tal movimento não apenas como uma estratégia de marketing, mas como uma resposta

genuína à crescente pressão por responsabilidade ambiental. Isso se torna ainda mais crucial em um momento em que o "efeito greenwashing", uma prática que visa dar uma falsa impressão de responsabilidade ambiental, está se tornando cada vez mais evidente. Nesse contexto, a sustentabilidade não é apenas um selo de aprovação, mas um compromisso sério e holístico para integrar práticas ambientalmente responsáveis nas operações cotidianas das startups (Silva, 2023).

2.4.1 A sustentabilidade como diferencial competitivo

Bria e Morozov (2020) destacam que startups que incorporam práticas sustentáveis não apenas atendem às expectativas éticas dos consumidores modernos, mas experimentam benefícios tangíveis em termos de rentabilidade. Esse comprometimento não é meramente uma estratégia altruística, mas uma resposta perspicaz às mudanças nas preferências do consumidor. O público contemporâneo não apenas valoriza produtos e serviços de alta qualidade, mas também exige que as empresas assumam um papel ativo na preservação do meio ambiente e na promoção do bem-estar social. Essa inclinação do consumidor é ressaltada por Ashley (2002), que destaca como empresas socialmente responsáveis têm uma vantagem distintiva ao atrair consumidores leais. A sustentabilidade não é mais percebida como um "extra" opcional, mas sim como um critério fundamental na decisão de compra.

Bria e Morozov (2020) observam que fundos de investimento e empresas de capital de risco estão cada vez mais direcionando seus recursos para startups que integram a sustentabilidade em seu modelo de negócios. Essa realidade se estende à construção de parcerias estratégicas. Empresas que compartilham valores sustentáveis buscam colaborações com startups que não apenas oferecem produtos ou serviços inovadores, mas também aderem a padrões éticos e ambientais elevados. Ashley (2002), sublinha como essas parcerias não apenas abrem portas para oportunidades de negócios, mas também consolidam a posição de liderança das startups no cenário empresarial, estabelecendo uma rede de relacionamentos valiosa.

2.4.2 Políticas públicas e o ambiente propício para a sustentabilidade

O suporte de políticas públicas emerge como uma engrenagem essencial para catalisar a integração efetiva da sustentabilidade no ecossistema de startups baianas. A interseção entre as estratégias governamentais e o comprometimento das startups

com a sustentabilidade é fundamental para criar um ambiente propício ao desenvolvimento de modelos de negócios inovadores e socialmente responsáveis.

1. Incentivos Fiscais e Estímulos Financeiros: Políticas públicas que oferecem incentivos fiscais e estímulos financeiros têm se mostrado fundamentais. Referências como Neto *et al.* (2022) ressaltam como essas medidas não apenas reduzem os custos associados à implementação de práticas sustentáveis, mas também criam um ambiente favorável para que startups invistam em tecnologias mais limpas e processos ecoeficientes. Isso não só beneficia diretamente as startups, mas também contribui para o desenvolvimento sustentável da região.

2. Programas de Aceleração e Apoio: A criação de programas de aceleração específicos para startups sustentáveis e o fornecimento de apoio técnico e financeiro têm sido ferramentas-chave nas políticas governamentais. Bria e Morozov (2020) destacam como essas iniciativas não apenas ajudam as startups a superar desafios iniciais, mas também fomentam uma cultura de sustentabilidade ao oferecer recursos para pesquisa e desenvolvimento de soluções inovadoras.

3. Parcerias Público-Privadas: As parcerias entre o setor público e privado têm desempenhado um papel crucial na promoção da sustentabilidade. Referências como Souza (2022) evidenciam como essas colaborações podem resultar em iniciativas conjuntas, como a criação de centros de inovação sustentável e a implementação de projetos-piloto que testam novas abordagens sustentáveis. Essas parcerias não apenas impulsionam o progresso, mas também criam um ambiente de aprendizado e compartilhamento de melhores práticas.

4. Regulação Ambiental e Normativas Claras: A implementação de regulamentações ambientais claras e rigorosas é outro aspecto das políticas públicas. Essas normativas não apenas estabelecem padrões para práticas sustentáveis, mas também criam um terreno de jogo equitativo para as startups. Kepler e Oliveira (2019) destacam como regulamentações transparentes não apenas incentivam a conformidade, mas também aumentam a confiança dos consumidores e investidores nas práticas sustentáveis das startups.

5. Educação e Conscientização: Além disso, políticas públicas que visam educar e conscientizar tanto as startups quanto o público sobre a importância da sustentabilidade têm um impacto significativo. A promoção de programas de sensibilização sobre práticas sustentáveis não apenas incentiva startups a adotarem

medidas mais ecológicas, mas também cria uma demanda crescente por produtos e serviços sustentáveis entre os consumidores.

Em síntese, a convergência entre políticas públicas e o comprometimento das startups baianas com a sustentabilidade é essencial para criar um ambiente propício à inovação sustentável. Como expresso por Kepler e Oliveira (2019), o suporte do governo não apenas remove obstáculos, mas também nutre uma cultura empresarial que reconhece a importância estratégica da sustentabilidade, promovendo, assim, um ecossistema empresarial mais resiliente e alinhado com os desafios ambientais contemporâneos.

2.4.3 Sustentabilidade e inovação tecnológica

A integração da sustentabilidade com a inovação tecnológica no cenário das startups baianas não é apenas uma convergência estratégica; é uma poderosa alavanca para a criação de soluções eficazes e ambientalmente amigáveis. A pesquisa de Ferreira (2023) destaca que as startups não apenas adotam práticas sustentáveis, mas também impulsionam a inovação tecnológica para desenvolver soluções que vão além da conformidade ambiental, buscando eficiências operacionais e impactos positivos na sociedade.

Um aspecto notável é a proliferação de tecnologias limpas e ecoeficientes no âmbito das startups. Essas inovações não só reduzem o impacto ambiental das operações das startups, mas também abrem novas oportunidades de negócios. Referências como Schick, Marxen e Freimann (2002) destacam como a implementação de tecnologias sustentáveis não é apenas uma resposta às preocupações ambientais, mas pode levar a ganhos de eficiência que impactam diretamente a sustentabilidade econômica das startups. Rizvanović *et al.* (2023) ressaltam como a interação entre sustentabilidade e tecnologia não apenas transforma os processos internos das startups, mas também estende seu impacto ao público, criando uma comunidade engajada em questões ambientais. A pesquisa de Testa e Iraldo (2010) estaca como startups que adotam práticas sustentáveis e inovações tecnológicas estão na vanguarda de setores emergentes, criando um impacto positivo que vai além dos limites do mercado local.

2.4.4 Sustentabilidade e resiliência empresarial

A interligação entre sustentabilidade e resiliência empresarial das startups baianas não é apenas uma resposta contingente, mas uma estratégia fundamental para enfrentar os desafios dinâmicos do cenário empresarial contemporâneo. Voinea *et al* (2019) destaca as startups que colocam a sustentabilidade no cerne de suas operações estão, intrinsecamente, investindo na construção de uma base empresarial resiliente e preparada para as incertezas do futuro. Startups que priorizam a sustentabilidade, como enfatizado por Voinea *et al* (2019) estão não apenas se antecipando a regulamentações ambientais e demandas crescentes por responsabilidade, mas também se preparando para uma gama diversificada de cenários de mercado. Muitas vezes a inovação pela resiliência pode vir de uma reestruturação local, conforme necessidade do momento, como foi visto em setores modificados para receber a Copa do mundo de 2014 no país (Santos; Brandao; Abreu, 2013).

Um elemento-chave nesse panorama é a capacidade das startups de inovar e se reinventar. A pesquisa de Testa e Iraldo (2010) destaca como a integração da sustentabilidade não apenas responde às demandas do presente, mas também impulsiona a inovação, permitindo que as startups desenvolvam novas soluções, produtos e serviços. A sustentabilidade, nesse sentido, atua como uma rede de segurança para as startups em face de mudanças climáticas, pressões regulatórias e flutuações econômicas. Conforme destacado por Hart e Milstein (2003) startups que adotam práticas sustentáveis não apenas mitigam riscos ambientais, mas também se posicionam para prosperar em mercados que cada vez mais valorizam a responsabilidade corporativa. A pesquisa de Hart e Milstein (2003) sublinha como a sustentabilidade não é apenas uma estratégia de relações públicas, mas uma fundação para construir relacionamentos duradouros, tanto com clientes quanto com investidores.

3 METODOLOGIA

3.1 Caracterização e método da pesquisa

O trabalho em questão adota uma abordagem de pesquisa qualitativa, aplicada e descritiva, conforme definida por Prodanov e Freitas (2013). A pesquisa descritiva

envolve o registro, análise e ordenamento de dados, sem intervenção direta do pesquisador, com o objetivo de revelar a frequência de ocorrência de um evento, sua natureza, características, causas e relações com outros fatos. Quanto aos objetivos, adotou-se a classificação do tipo exploratória, e quanto aos procedimentos técnicos, além da pesquisa bibliográfica e documental, aquele da qual foram obtidos os dados da pesquisa foi o levantamento, expresso através do questionário descrito abaixo.

3.2 Instrumentos

O questionário, disponível no Apêndice 1, foi elaborado por meio do Google Forms, em cima de 11 perguntas, sendo 5 delas objetivas e 6 descritivas, divididas em quatro eixos principais, sendo eles: sustentabilidade, diversidade e inclusão, perfil da startup e um último sobre como o participante avalia o cenário baiano de empresas do tipo. O link para resposta foi disponibilizado de forma online para uma base de contatos das startups elaborada pelo grupo no Google Sheets, baseada em uma outra base já pronta, disponível no site da ABStartups, na aba “Estudos”. Os canais de contato utilizados foram o e-mail, WhatsApp, Instagram e LinkedIn. Inicialmente, buscava-se uma análise quantitativa a partir das respostas obtidas, desde que estas alcançassem uma porcentagem de, pelo menos, cerca de 70% da planilha de contatos. No entanto, como a porcentagem de respostas foi abaixo do esperado, decidiu-se seguir com uma pesquisa qualitativa.

3.2.1 Sustentabilidade

Foram questionadas as prioridades de impacto na sustentabilidade dentre seus três pilares para obter o foco das startups da pesquisa. No questionário havia duas perguntas objetivas para que fossem definidos qual o primeiro e o segundo pilar mais relevantes. Os três pilares são categorizados como social, ambiental e econômico. Dentro de cada pergunta, havia uma pergunta discursiva, no qual o respondente da pesquisa deveria dizer qual é o indicador de sucesso para atingimento do impacto em foco.

3.2.2 Diversidade e inclusão

Foram questionadas características sociodemográficas necessárias para obter correlações com variáveis de foco da sustentabilidade das startups. A predominância

do sexo feminino na composição do quadro de funcionários foi questionada e categorizada no questionário com porcentagens de Menos de 25%, Entre 25% e 50%, Cerca de 50%, Entre 50% e 75% e Entre 75% e 100%. A predominância de raças/etnias não brancas na composição dos colaboradores também foi classificada em porcentagens de Menos de 25%, Entre 25% e 50%, Cerca de 50%, Entre 50% e 75% e Entre 75% e 100%.

3.2.3 Perfil da Startup

Para um maior entendimento da maturidade da empresa, foram feitas perguntas voltadas a características daquela organização como uma startup. A etapa de crescimento foi classificada como em Ideação, Validação, Operação, Tração e Escala. Em caso de investimento nessas startups, a região de origem foi classificada como uma região geográfica amplamente utilizada como variáveis de estudos sociodemográficos no Brasil (Norte, Nordeste, Centro-Oeste, Sudeste e Sul). O ano de fundação da empresa, área de atuação e meta da empresa foram colocados de forma discursiva.

3.2.4 Cenário

Para avaliação do cenário de startups da Bahia e suas possíveis limitações de crescimento por conta da região onde está inserida, houve uma pergunta relacionada à percepção dos respondentes quanto se há ou não esta limitação e de forma ela atua neste cenário, mostrando suas maiores dificuldades e desafios para alcançarem seus objetivos e se inserirem no mercado.

3.2 Quanto às etapas e procedimentos

Segundo Prodanov e De Freitas (2013), o planejamento de uma pesquisa científica depende de três fases principais: a decisória, a construtiva e a redacional. Neste cenário, a primeira etapa da presente pesquisa foi a escolha do tema (startups) e da problemática relacionada a ele, sendo esta última a relação entre o tema e os três pilares da sustentabilidade: social, ambiental e econômico. Seguindo, houve a elaboração de uma pasta no Google Drive, na qual seriam depositados os documentos para livre uso da equipe. Logo em sequência, foi priorizada a parte construtiva do

artigo, a partir de uma pesquisa bibliográfica e documental para identificar os principais conceitos teóricos relacionados ao empreendedorismo, sustentabilidade e startups, bem como suas modalidades de desenvolvimento. Para atingir esses objetivos, foi realizada uma análise de informações (artigos, livros e dissertações) que abrangem as vertentes pontuadas e foi colocado na revisão da literatura, conteúdos estes obtidos pelas bases: Scielo, EBEPRO e ABEPRO (ambas bases brasileiras), Emerald, Web of Science e Springer. Além disso, foi ainda nesta etapa em que o questionário descrito há algumas seções acima foi elaborado e disponibilizado para o público alvo do estudo. Por último, a fase redacional foi destinada à análise qualitativa das respostas obtidas no levantamento e a seguinte exposição delas para o aprofundamento teórico necessário.

4 RESULTADOS E DISCUSSÕES

Como descrito anteriormente, na Metodologia, o pouco número de respostas ao formulário influenciou tanto os aspectos metodológicos da pesquisa quanto o resultado e análises realizadas a partir delas. Inicialmente, nas duas primeiras semanas em que ele havia sido divulgado, foram colhidas informações de três empresas: sendo uma delas do setor de logística (1ª resposta), outra do setor de Tecnologia da Informação (TI) (2ª resposta), e uma última atuante como Construtech¹ (3ª resposta). Posteriormente, após mais uma semana, foram obtidos mais dois retornos, sendo uma organização especializada na área de Moda (5ª resposta) e mais uma da área de TI (4ª resposta), totalizando assim um total de cinco empresas do tipo *startups* alcançadas. Inicialmente, como primeira observação, pode-se perceber uma predominância de empresas que utilizam a tecnologia como metodologia de execução de suas soluções na amostragem atingida.

Nas subseções seguintes, serão expostas e analisadas as respostas, as possíveis correlações entre elas e as discussões finais da equipe.

4.1 Pilares da sustentabilidade mais relevantes

Segundo os retornos obtidos, duas delas (a primeira e a quinta respostas) têm o pilar econômico como o mais relevante, outras duas (a segunda e a quarta

¹ Empresas que oferecem soluções que combinam construção civil e tecnologia digital.

respostas) têm o pilar social, e a terceira resposta, o ambiental. Como o segundo pilar mais relevante, apenas quatro organizações responderam, sendo que a primeira e a terceira resposta assinaram como sendo o social e a quarta e a quinta, o ambiental. O pilar ambiental obteve o menor número de marcações como o eixo mais significativo, enquanto o social foi tido como o mais popular. Outra questão que pode ser pontuada, é que entre as empresas especializadas em tecnologia, todas elas estão alinhadas com a questão social ou ambiental, apontando possivelmente para um futuro de maior praticidade e eficiência em termos de processos, mas também mais sustentável. A pluralidade percebida entre os setores e seus focos principais pode ser analisada à luz da teoria dos stakeholders, que destaca a consideração não apenas dos acionistas, mas de todos os grupos envolvidos nas atividades da empresa, incluindo a comunidade e o meio ambiente. A preferência de certa forma equitativa entre os pilares também está alinhada com o conceito de sustentabilidade holística, que propõe uma abordagem tripla (econômica, social e ambiental) para avaliar o desempenho de uma organização. Esse alinhamento reflete um entendimento avançado das startups regionais sobre os múltiplos impactos que suas operações podem ter.

4.2 Indicadores de sustentabilidade

Os indicadores mencionados pelas startups oferecem uma visão abrangente de como essas empresas estão medindo os impactos gerados em cada eixo. Como detalhado na metodologia, haviam duas perguntas sobre o tema, uma para cada pilar, e segundo os retornos obtidos, para o braço econômico, houveram apenas duas respostas e dois indicadores relatados: a redução de custos nas empresas/ clientes (primeira resposta) e o faturamento por parceiro (quinta resposta). Quanto ao braço social, houveram também apenas duas respostas, porém apenas a redução dos acidentes nas empresas (primeira resposta) como indicador. Por último, no braço ambiental, de forma semelhante ao resultado anterior, houveram também apenas duas respostas e apenas um indicador: o número de roupas usadas vendidas ou doadas pela plataforma (quinta resposta).

Assim, diante do baixo número de respostas a este item, foi constatado pelo grupo uma falta de conhecimento sobre o conceito e a aplicação de indicadores para medir o resultado dos esforços das organizações participantes da pesquisa, o que é algo extremamente preocupante quando em um contexto de startups. Isto porque,

como Blank (2010) explica em seu artigo nomeado “*What’s A Startup? First Principles*”, o que define uma organização do tipo é um modelo de negócios que a permita crescer rapidamente e de forma replicável, o que presume a presença de métricas que garantam que isso aconteça de fato.

4.3 Diversidade de gênero e racial

O levantamento sobre a diversidade de gênero nas startups baianas revela uma distribuição até significativa de mulheres na força de trabalho, com duas respostas afirmando que a porcentagem de trabalhadoras do sexo feminino é de cerca de menos de 25% (resposta três e quatro), uma resposta apontando para um índice de 25-30% (segunda resposta) e as outras duas respostas apontavam para cerca de 50% (resposta um e cinco). Embora seja uma participação razoável, este ainda é um problema latente dentro de qualquer organização com fins lucrativos, seja uma *startup* ou não. O ambiente corporativo pode ser muito nocivo para as mulheres, que enfrentam sérias dificuldades de se inserir e se estabilizar, por diversos motivos.

No que se refere à diversidade racial, o cenário já se apresenta de forma diferente. A maioria dos retornos (segunda, quarta e quinta respostas) indicou um percentual entre 75-100% de pessoas não brancas, uma outra empresa (resposta um) declarou uma participação de cerca de 50-75%, e apenas uma (resposta três) indicou um percentual negativo, de menos de 25% de funcionários de raças ou etnias não brancas.

4.4 Etapa de crescimento e ano de fundação

Quanto à distribuição de startups entre as etapas de crescimento, três empresas afirmam estar na etapa de Operação, sendo uma fundada em 2022 (resposta três), outra em 2021 (quarta resposta) e a outra em 2020 (quinta resposta). Uma outra organização, fundada em 2018 (segunda resposta), afirma estar na etapa de Tração, e a última (primeira resposta), teve sua fundação em 2017 e está na etapa de Escala.

Esses resultados apontam para uma conclusão já esperada ao cruzar as duas informações: primeiramente, as três empresas mais novas se encontram em uma posição mais inicial em relação às outras, e a empresa mais antiga das cinco se encontra na posição mais madura que uma startup pode atingir, expondo a

importância da experiência de mercado no sucesso de uma empresa do tipo. Ademais, estas repercussões são consistentes com o ciclo de vida típico das startups, indicando que a maioria está concentrada nas fases iniciais de desenvolvimento.

4.5 Investimentos recebidos e áreas de atuação

A análise das respostas ao formulário quanto a investimentos recebidos destaca uma forte presença de aportes da região nordeste do Brasil, com 80% das empresas (respostas dois, três, quatro e cinco) indicando que seus investimentos provêm dessa localidade, enquanto 20% (resposta um) menciona a região sudeste. Essa distribuição sugere uma dinâmica interessante, na qual as startups locais estão obtendo suporte financeiro de investidores regionais, possivelmente buscando fortalecer a economia local. No entanto, mais adiante no estudo, na subseção 4.7, é relatada uma perspectiva um pouco diferente no que se refere aos investidores e investimentos locais.

Quanto às áreas de atuação das startups, como já apresentada anteriormente nesta seção, observamos uma diversidade representativa, incluindo logística, desenvolvimento de software, construtech e clean tech, tech e moda. Essa variedade reflete a adaptabilidade e a resposta das empresas às demandas do mercado local e global.

4.6 Objetivos e metas para o ano de 2023

Quanto aos objetivos buscados pelas empresas mapeadas, foram obtidos respostas bem interessantes e animadoras. A primeira delas, relata uma meta de crescimento de 150% ao ano, mas não especifica qual indicador é o foco deste aumento percentual. A segunda resposta relata o desejo de tirar pelo menos 5 projetos do papel e trazê-los para o plano da execução; a terceira, descreve o objetivo aumentar a capacidade de transformação de resíduos em novas matérias primas, através de uma organização fabril com a utilização de automações industriais. A quarta resposta, relata a meta de dobrar o faturamento, e a quinta, expõe as metas de ter trinta parceiros dentro de sua plataforma e realizar dez vendas mensais.

Como consideração, o grupo percebeu a falta de alinhamento de algumas startups mapeadas entre os pilares da sustentabilidade colocados como prioridade e as metas relatadas, tendo pelo menos 3 respostas com metas voltadas ao

faturamento, mas apenas 2 organizações que possuem foco no pilar econômico. Assim, percebe-se que o desenvolvimento e crescimento sustentável é um tema que ainda está sendo introduzido no ecossistema de startups da Bahia, ainda não tendo chegado ao centro estratégico dessas empresas e gestores.

4.7 Percepções sobre o ecossistema baiano de startups

No que tange às avaliações quanto ao ecossistema baiano, apenas uma resposta (terceira resposta) relatou de forma sucinta não observar nenhuma limitação regional, as outras quatro - respostas um, dois, quatro e cinco - foram unânimes em destacar a falta de investimento real, problemas mercadológicos, falta de incentivos, entre outras problemáticas.

A primeira resposta relatou limitações relacionadas ao mercado empresarial e aos fundos de investimento de Venture Capital (capital de risco), que geralmente são traduzidos em grandes bancos de investimento coletivos, com times altamente competentes e experientes e que se dedicam na procura de empresas pequenas ou iniciantes com um grande potencial de crescimento e valorização (Bragança *et al.*, 2022).

A segunda resposta, expõe o preterimento sofrido pelas *startups* nascidas no eixo Norte-Nordeste em relação àquelas nascidas em outras regiões, inclusive em relação ao orçamento de um produto/ solução. Além disso, foi destacada também uma situação comum, em que as próprias *startups* nordestinas e nortistas não se conhecem e não trocam entre si como trocam com empresas sudestinas ou sulistas, por exemplo.

A quarta resposta, também descreveu uma situação comum quanto ao tema, que é a exclusão de organizações nortistas e nordestinas a partir do momento em que a maioria dos grandes eventos voltados a temas relevantes para o ecossistema de startups sempre são sediados nas regiões Sul e Sudeste, especialmente nos estados de São Paulo ou Rio de Janeiro. Ademais, a mesma empresa também relatou que muitas vezes os maiores incentivadores/ financiadores/ clientes não estão presentes no mesmo estado ou região, trazendo uma perspectiva bem desafiadora para a situação dos ambientes locais de inovação. Na mesma resposta, ainda foram feitas algumas observações sobre o SENAI CIMATEC e sobre o SEBRAE/ FIEB. Quanto ao primeiro, foi feita uma crítica sobre a forma como, em alguns casos, a instituição pode sufocar a inovação na Bahia, o que sugere a necessidade de uma análise mais

profunda sobre o papel de instituições de pesquisa e treinamento na promoção da inovação. Essa observação corrobora com estudos que indicam que a colaboração entre universidades e empresas é fundamental para o desenvolvimento de ecossistemas inovadores.

Já em relação ao SEBRAE/FIEB, ele é apontado pela resposta como um sistema obsoleto, o que sugere um desafio mais amplo enfrentado por muitas regiões em desenvolvimento: a adaptação das estruturas de apoio existentes para lidar com o dinamismo das *startups* modernas. Modelos mais flexíveis e sensíveis à rápida evolução tecnológica são essenciais para garantir que o suporte dado às *startups* esteja alinhado com suas necessidades emergentes.

Por último, a quinta resposta não só endossa a discussão sobre a falta de investidores locais, como também traz uma outra situação: a carência de esforços do poder público na aquisição de produtos ou serviços oferecidos pelas empresas da categoria. Essa ação não só colabora na divulgação local dessas soluções, como também serviria de incentivo para que as *startups* buscassem maior sinergia com o Estado.

Dessa forma, as divergentes percepções sobre o ecossistema de startups na Bahia destacam a complexidade desse ambiente. A mencionada desvalorização de startups locais pode ser interpretada à luz da Teoria do Desenvolvimento Regional, que enfatiza a importância de políticas específicas para fomentar a inovação em regiões menos desenvolvidas. Essa dinâmica pode também ser influenciada pela mentalidade de "centralização" que por vezes prioriza iniciativas vindas de áreas tradicionalmente reconhecidas como pólos de inovação.

4.8 reflexões sobre o cenário regional

A ausência de uma comunidade de investidores locais, como foi colocado por vários respondentes, destaca uma lacuna significativa no ecossistema de startups na Bahia e da região. Investidores locais desempenham um papel crucial no fornecimento de capital semente e apoio estratégico, promovendo a inovação e o crescimento sustentável. Essa lacuna indica a necessidade de estratégias para atrair e desenvolver investidores locais, talvez por meio de incentivos fiscais ou programas de capacitação.

A falta de esforços dos poderes públicos para aquisição de produtos/serviços

das startups, baseado na lei das startups, ressalta um desafio fundamental na transformação de inovações locais em negócios sustentáveis. A implementação eficaz de políticas de compras públicas pode ser uma alavanca crucial para o crescimento das startups, proporcionando um mercado estável para seus produtos e serviços.

Essas reflexões apontam para a necessidade de uma abordagem holística que envolva a colaboração entre setores público e privado, universidades e comunidade empreendedora. Uma estratégia bem coordenada pode superar as limitações regionais e posicionar a Bahia como um polo vibrante e competitivo no cenário nacional de startups. Além disso, o cenário dinâmico reflete a natureza vibrante e em constante evolução do ecossistema de startups na Bahia, indicando um interesse contínuo e um ambiente propício para novos empreendimentos.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao considerar os resultados e insights coletados no decorrer da pesquisa, torna-se evidente a crescente relevância dessas empresas no cenário econômico local. A diversidade de setores em que essas startups atuam, desde logística até moda, demonstra a capacidade adaptativa do ecossistema empreendedor baiano diante das demandas contemporâneas. A abordagem equilibrada entre os pilares social e ambiental, destacada pelas empresas pesquisadas, ressalta a importância crescente da sustentabilidade nos modelos de negócios emergentes. A utilização de indicadores específicos, como a redução de acidentes nas empresas e o número de roupas usadas vendidas e doadas, evidencia a necessidade de métricas customizadas alinhadas aos valores e objetivos de cada startup, as análises tornaram evidentes que, mesmo que o tema tenha ganhado certo espaço, ainda há um caminho muito longo a ser percorrido para que este impacto se torne, de fato, concreto.

A presença de mulheres e indivíduos de diferentes etnias nas equipes das startups reflete a busca por equidade, um elemento essencial para a construção de ambientes inovadores e inclusivos. No entanto, as disparidades encontradas, especialmente a sexual, também apontam para desafios persistentes que necessitam de atenção contínua. A fase predominante de Operação entre as *startups* indica uma necessidade de fortalecimento dos estágios subsequentes, como escala e tração, para garantir a continuidade e expansão desses negócios. A concentração de eventos e oportunidades em outras regiões do país, conforme mencionado pelas empresas

entrevistadas, ressalta a importância de desenvolver um ecossistema local mais robusto e conectado. Contudo, os desafios apontados em relação aos órgãos de apoio e financiamento regional, como o SEBRAE/FIEB, sugerem a necessidade de revisões estratégicas para melhor alinhamento às demandas do setor. A ausência de comunidades de investidores locais e de estímulos governamentais para aquisição de produtos e serviços de startups, conforme previsto na lei das startups, são questões críticas que demandam atenção urgente.

Em última análise, a ascensão das startups baianas é indiscutivelmente marcada por sucessos, desafios e, sobretudo, pela necessidade de um ambiente favorável que promova inovação, investimento e sustentabilidade. Este estudo fornece uma base sólida para reflexões contínuas, políticas e práticas que possam contribuir para a consolidação e expansão desse vibrante ecossistema empreendedor na Bahia.

REFERÊNCIAS

ABSTARTUPS. **Crescimento das startups: veja o que mudou nos últimos anos!**. Disponível em: <https://abstartups.com.br/crescimento-das-startups/>. Acesso em: 20 set. 2023.

AGÊNCIA SEBRAE (2023). Sebrae e Estado da Bahia renovam convênio para fortalecer startups. <https://agenciasebrae.com.br/inovacao-e-tecnologia/sebrae-e-estado-da-bahia-renovam-convenio-para-fortalecer-startups/> Acesso em 12 de setembro de 2023

ASHLEY, Patrícia. Ética e Responsabilidade social: nos negócios. São Paulo: Saraiva, 2002. p. 09.

BAPTISTA, R., et al. (2019). **Coworking and Innovation Hubs in Small Cities: The Case of Covilhã**, Portugal. Sustainability, 11(24), 6963. doi:10.3390/su11246963

BLANK, Steve. **What's A Startup? First Principles**. 2010. Disponível em: <https://steveblank.com/2010/01/25/whats-a-startup-first-principles/>. Acesso em: 21 set. 2023.

BRAGANÇA, Caio F. et al. **Crerios utilizados pelos investidores anjo brasileiros para analisar a viabilidade de investimento em uma startup**. In: ENCONTRO NACIONAL DE ENGENHARIA DE PRODUÇÃO, 42, 2022, Foz do Iguaçu. **Anais [...]** Sorocaba: UFSCar, 2022. Disponível em: TN_ST_388_1924_43419.pdf (abepro.org.br). Acesso em: 21 set. 2023.

BRASIL. Lei nº 12.527, de 18 de novembro de 2011. **Regula o acesso a informações previsto no inciso XXXIII do art. 5º, no inciso II do § 3º do art. 37 e no § 2º do art. 216 da Constituição Federal**; altera a Lei nº 8.112, de 11 de dezembro de 1990; revoga a Lei nº 11.111, de 5 de maio de 2005, e dispositivos da Lei nº 8.159, de 8 de janeiro de 1991; e dá outras providências. Diário Oficial da

União, Atos do Poder Legislativo, Brasília, DF, 18 nov. 2011. Seção 1, p. 1-4. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2011/lei/l12527.htm. Acesso em: 26 out. 2023.

BRIA, F., e MOROZOV, E. (2020). **A cidade inteligente: tecnologias urbanas e democracia**. Ubu Editora.

CHESBROUGH, Henry. Open Innovation: The new imperative for creating and profiting from technology. **Computer Science Business**, 2003. Disponível em: [chesbrough_formatted.pdf](#). Acesso em: 26 out. 2023

COSTA, Edwaldo; FERREZIN, Nataly Bueno. **ESG (Environmental, Social and Corporate Governance) e a comunicação: o tripé da sustentabilidade aplicado às organizações globalizadas**. *Revista Alterjor*, v. 24, n. 2, p. 79-95, 2021.

DA CUNHA FERREIRA, J. (2023). **A IMPORTÂNCIA DA PROPRIEDADE INTELECTUAL NAS PRÁTICAS EMPRESARIAIS PARA UM FUTURO SUSTENTÁVEL**. *Revista Contemporânea*, 3(11), 22929-22952.

DA SILVA, A. C. P. (2023). **As potencialidades da agenda ESG no fomento de interações entre o público** (Doctoral dissertation, PUC-Rio).

DOS SANTOS, A.G., CRESCITELLI, E., Ortega, L. M. (2023), **O IMPACTO DAS STARTUPS NO BRASIL: UM MAPEAMENTO EM RELAÇÃO AOS OBJETIVOS DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL**. 9º EMPRAD: Encontro dos programas de pós-graduação dos profissionais de Administração, FEAUSP, 2023

DUARTE, I. J., e CASNICI, C. V. C. (2020). **Estratégia de Internacionalização de Unicorns Oriundas de Países Desenvolvidos e em Desenvolvimento**. FGV RIC-Revista de Iniciação Científica, 1, 6-6.

FARAH, O. E., CAVALCANTI, M., e MARCONDES, L. P. (2020). **Empreendedorismo estratégico: criação e gestão de pequenas empresas**. Cengage Learning.

FELIZOLA, M. P. M., e DE ARAGÃO, I. M. (2021). **A regionalização do ecossistema de inovação do Rio Grande do Sul**. *Revista Pensamento Contemporâneo em Administração*, 15(3), 50-66.

FRANCISCO, T. H. A., ZANONI, I. Z., e VEFAGO, Y. B. (2023). **Indicadores e diretrizes de inovação: uma revisão sobre resultados das políticas de inovação empreendidas no estado de Santa Catarina**. Repositório UNESC.

GOMES, Rui Guilherme De S. **Lean Startup: um caminho eficaz para o sucesso?** Porto: ISEP, 2019. Disponível em: [DM_RuiGomes_2019_MEG1.pdf](#) (ipp.pt). Acesso em: 21 set. 2023.

GORODNICHENKO, Y; SVEJNAR, J; TERRELL, K. **Globalization and innovation in emerging markets**. National Bureau of Economic Research: Cambridge, 2010. Disponível em: [w14481.pdf](#) (nber.org). Acesso em: 20 set. 2023.

HART, S. L; MILSTEIN, M. B. Creating sustainable value. **Academy of Management**

Perspectives, Vol. 17, No. 2, 2003. Disponível em:
https://www.researchgate.net/publication/229045047_Creating_Sustainable_Value.
Acesso em: 26 out. 2023

KALIL, Luciano. (2006). **As Fases de uma Startup**. Disponível em:
<https://comunidadesebrae.com.br/startuppr/fases-de-uma-startup>. Acesso em: 21
set. 2023.

KALIL, Luciano. (2006). **O que são Startups?**. Disponível em :
<https://comunidadesebrae.com.br/startuppr/startups>. Acesso em: 20 set. 2023.

KEPLER, J., e OLIVEIRA, T. (2019). **Os segredos da gestão ágil por trás das empresas valiosas**. Editora Gente Liv e Edit Ltd.

KRUGLIANSKAS, I., e MATIAS-PEREIRA, J. (2005). **Um enfoque sobre a Lei de Inovação Tecnológica do Brasil**. Revista de Administração Pública, 39(5), 1011-a.

LAWRENCE, S.; HOGAN, M.; BROWN, E. **Planning for an Innovation District: Questions for Practitioners to Consider**. 2019. Disponível em: 23 set 2023

LOPES, R. H. D. S. (2021). **O trabalho numa plataforma de marketplace: análise da relação de trabalho na GetNinjas**. Repositório UFBA

MACHADO, P. R. S. (2021). **Framework de trabalho remoto em empresas inovadoras com base nas startups unicórnios** (Doctoral dissertation, Universidade Federal de Santa Maria).

MCTIC. Ministério da Ciência Tecnologia e Inovação e Comunicações. **Estratégia nacional de ciência, tecnologia e inovação 2016-2022**. Brasília: MCTIC, 2016. Disponível em: <https://bit.ly/3BDEsCo>. Acesso em: 11 de novembro de 2022.

NETO, J. A., DOS ANJOS, L. C., CAVALCANTE, Y., e JUKEMURA, P. K. (2022). **ESG Investing: Um novo paradigma de investimentos?** à. Editora Blucher.

PADRÃO, L. C., e ANDREASSI, T. (2013). **O DESEMPENHO DE STARTUPS DE BASE TECNOLÓGICA: UM ESTUDO COMPARATIVO EM REGIÕES GEOGRÁFICAS BRASILEIRAS**. Revista da Micro e Pequena Empresa, 7(2).

PICCOLI, A. M., CARLOS, A. R., MENDES, A. K. A., DE AZEVEDO, B., COSTA, B. C., MORESCO, G., ... e VIEIRA, V. (2022). **Inovação no ecossistema de justiça**. Editora Foco.

PRODANOV, Cristiano C; FREITAS, Ernani C. de. **Metodologia do Trabalho Científico: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico**. ed. 2. Novo Hamburgo: FEEVALE, 2013.

PTB, PARQUE TECNOLÓGICO DA BAHIA (2024), **Parque Tecnológico da Bahia promove aproximação entre universidades e empresas e startups baianas**. <https://parquetecnologico-ba.org.br/2024/04/11/parque-tecnologico-da-bahia-promove-aproximacao-entre-universidades-e-empresas-e-startups-baianas/> Acesso em 12 de abril de 2024.

PUCCINI, L. T., e BENEDETTI, M. H. (2021). **A influência do uso de espaços compartilhados sobre a prática da inovação aberta das empresas.** *Administração de Empresas em Revista*, 2(24), 377-409.

RIES, Eric. **The Lean Startup.** United Kingdom: Penguin Business, 2011.

RIZVANOVIĆ, B., ZUTSHI, A., GRILO, A., e NODEHI, T. (2023). **Linking the potentials of extended digital marketing impact and start-up growth: Developing a macro-dynamic framework of start-up growth drivers supported by digital marketing.** *Technological Forecasting and Social Change*, 186, 122128.

SANTOS, C. J. de M., SANT'ANNA, Â. M. O., e PAIM, J. N.. (2023). **Analysis of the work quality and productivity during the COVID-19 pandemic.** *Production*, 33, e20220071. <https://doi.org/10.1590/0103-6513.20220071>

SANTOS, C. J. M.; BRANDAO, V. B. ; ABREU, V. M. . **Reestruturação do Setor Hoteleiro Soteropolitano mediante a Copa do Mundo de 2014.** In: XXXIII Encontro Nacional de Engenharia de Produção, 2013, Salvador. ENEGEP 2014, 2013

SARFATI, G. (2018). **Quem (e como) investe em startups brasileiras.** *GV-EXECUTIVO*, 17(3), 12-16.

SCHICK, H., MARXEN, S., e FREIMANN, J. (2002). **Sustainability issues for start-up entrepreneurs.** *Greener management international*, (38), 59-70.

SILVA, M. F. D. (2017). **Gestão estratégica de TI aplicada a casos reais: turma de 2017.** Relatório Técnico NCE.

SILVA, V., e ANDRADE, M. (2023). **O papel das instituições de ensino superior na promoção da complexidade econômica e diversificação regional.** *Caderno de ANAIS HOME*.

SMITH, S. K. (2018). **Fostering innovation in the public sector: An organizational innovation ecosystem maturity model.** University of Alberta, Master of Arts in Communications e Technology.

SMITH, W. K.; BINNS, A.; TUSHMAN, M. L. **Complex business models: Managing strategic paradoxes simultaneously.** *Long Range Planning*. 2010. <https://doi.org/10.1016/j.lrp.2009.12.003>

TESTA, F., e IRALDO, F. (2010). **Shadows and lights of GSCM (Green Supply Chain Management): determinants and effects of these practices based on a multi-national study.** *Journal of cleaner production*, 18(10-11), 953-962.

TIMMONS, J. F. (2010). **Taxation and representation in recent history.** *The Journal of Politics*, 72(1), 191-208.

VOINEA, C. L., LOGGER, M., RAUF, F., e ROIJAKKERS, N. (2019). **Drivers for sustainable business models in start-ups: Multiple case studies.** *Sustainability*, 11(24), 6884.

Autores

Marley Abede Ferreira de Carvalho

Graduando do Bacharelado Interdisciplinar em Ciência e Tecnologia. Estudante do Componente de Administração da Engenharia, Universidade Federal da Bahia (UFBA). Escola Politécnica da UFBA, R. Prof. Aristides Novis, 2- Federação, Salvador - BA, 40210-630.

Matheus Praeiro Andrade

Graduando em Engenharia de Produção. Estudante do Componente de Administração da Engenharia, Universidade Federal da Bahia (UFBA). Escola Politécnica da UFBA, R. Prof. Aristides Novis, 2- Federação, Salvador - BA, 40210-630.

Vanusa Andrade Guerreiro

Graduanda do Bacharelado Interdisciplinar em Ciência e Tecnologia. Estudante do Componente de Administração da Engenharia, Universidade Federal da Bahia (UFBA). Escola Politécnica da UFBA, R. Prof. Aristides Novis, 2- Federação, Salvador - BA, 40210-630.

Victória Teixeira Fraga

Graduanda do Bacharelado Interdisciplinar em Ciência e Tecnologia. Estudante do Componente de Administração da Engenharia, Universidade Federal da Bahia (UFBA). Escola Politécnica da UFBA, R. Prof. Aristides Novis, 2- Federação, Salvador - BA, 40210-630.

Carlos Jefferson de Melo Santos

Engenheiro de Produção. Doutorando em Engenharia Industrial. Universidade Federal da Bahia (UFBA). Escola Politécnica da UFBA, R. Prof. Aristides Novis, 2- Federação, Salvador - BA, 40210-630.



Artigo recebido em: 12/12/2023 e aceito para publicação em: 22/06/2024

DOI: <https://doi.org/10.14488/1676-1901.v23i3.5116>

APÊNDICE I

Formulário de Mapeamento de Startups Baianas

1. Qual o pilar da sustentabilidade mais relevante para a sua startup?
2. Quais os indicadores você usa para medir este pilar?
3. Qual o segundo pilar da sustentabilidade mais relevante para a sua startup?
4. Quais os indicadores você usa para medir este pilar?
5. Qual a porcentagem de pessoas do sexo feminino que trabalham na empresa?
6. E a porcentagem de pessoas de raças/etnias não brancas?
7. Em qual etapa de crescimento sua startup está?
8. Em que ano a empresa foi fundada?
9. A empresa já recebeu investimento? Se sim, de qual região ele veio?
10. Qual é a área de atuação da startup?
11. Qual é o objetivo/meta da empresa este ano?
12. Como você avalia o cenário de startups da Bahia? Você acredita que há limitações no crescimento por razões regionais?