



# U ▶ START

ANO.01  
NOV.23

EMPREENDEDORISMO & INOVAÇÃO

## **BULL INVESTIMENTOS**

Uma trajetória de Sucesso

## **UNIVALI**

Transformando histórias a partir  
de uma Formação Empreendedora

## **ELUME**

Centro Regional de Inovação  
da Foz do Rio Itajaí

## **COSTA VALLEY**

Quando o Voluntariado  
encontra a Inovação

## **UNIVALI INCUBADORA**

A transformação de ideias  
em grandes negócios





### INSTITUCIONAL

Palavra do reitor\_\_04

A Central de Empreendedorismo\_\_06

O HUB de Inovação\_\_07

### ECOSSISTEMA & STARTUPS

Trajatória da cultura empreendedora na Univali\_\_08

Univali e Elume Parque Tecnológico\_\_12



### PERSPECTIVAS

Costa Valley: onde o voluntariado encontra a inovação\_\_15

Ambiental, social, governança: da onde veio e para onde nos levará a popularização do ESG\_\_40

Empreendedorismo feminino: do desafio à oportunidade\_\_43

Legal Design: A Inovação no EMA/ Direito Univali BC\_\_46

### ENTREVISTA

Bull Investimentos\_\_18



### EDUCAÇÃO EMPREENDEDORA

Como fazemos incubação?\_\_27

Relato: DataCertify\_\_30

Projeto de Vida & Empreendedorismo: do sonho à realidade\_\_33

### CASE DE SUCESSO

Empreendedorismo digital no marketing\_\_36

## \_expediente

A revista U>start é uma publicação da Central de Empreendedorismo da Escola de Negócios, Educação e Comunicação - ENEC da Universidade do Vale do Itajaí (Univali). Coordenação de Ayrton Santos de Queiroz. Supervisão Marco Petrelli e Samara A. S. Garcia. Direção de arte por Marco Petrelli. Redação, edição, planejamento gráfico e diagramação pelo setor de Comunicação da Central de Empreendedorismo — Empreenduca. Fotografias das páginas 18, 22 e 24 pela Univali Produções. Ilustrações geradas por Inteligência Artificial através da ferramenta Estúdio Mágico do Canva. Colaborações de Amanda Pinheiro (PPGA/Univali), Cristiane Braga Ramos (CAU), Fernando Assanti (Selo Social) e Marina Barbieri (Sebrae/SC). Patrocínio de Bull Investimentos. Impressão por Posigraf. Tiragem de 100 unidades.



## \_editorial

O mundo tem ditado um tempo cada vez mais rápido para as mudanças. É bem verdade também que existem pessoas propondo repensar a velocidade desses processos. Contudo, um ponto é comum: pessoas criativas, atentas e comprometidas com o seu entorno serão necessárias para lidar com os desafios que o futuro colocará. O empreendedorismo e a inovação que incentivamos por aqui, na Universidade do Vale do Itajaí (Univali), se relacionam com esses valores.

A U>start é um marco de uma nova fase da cultura empreendedora no contexto da universidade, propondo um diálogo entre o que se faz na instituição e o que acontece no mercado, englobando parcerias que se fortalecem ao longo dos anos. Com esta revista, o intuito é registrar este momento em que as mudanças se concretizam mais próximas, na comunidade em que criamos entre os nossos setores.

Este ano, a Central de Empreendedorismo — Empreenduca ganha um novo corpo, abraçando integralmente os processos de incubação — com a unificação da Incubadora Tecnológica de Cooperativas Populares e a Incubadora Tecnológica Empresarial fundindo-se em Univali Incubadora. Além de dar continuidade aos seus projetos de educação empreendedora em diversas esferas.

A UNIINOVA, ao mesmo passo, ganha o título de Hub de Inovação, expandindo o seu alcance com a sua ida, literalmente, para fora do campus. Com isso, chegando mais perto da comunidade, com o fomento do ecossistema local.

## \_palavra da Reitoria



**Valdir Cechinel Filho**  
Reitor da Universidade  
do Vale do Itajaí



**Rogério Corrêa**  
Vice-reitor de Pesquisa,  
Pós-Graduação e  
Extensão

O dinamismo do meio produtivo exige que as empresas e instituições estejam fortemente conectadas às novas tecnologias, novas formas de comunicação e novas estratégias de inserção de segmentos variados da sociedade. Nesse sentido, a universidade se apresenta mais do que um repositório de conhecimentos, mas especialmente, fonte de núcleos de conhecimento estruturados, na forma de Escolas, Cursos e Programas, em que novos projetos, estudos e diagnósticos são gerados a partir de demandas que emanam da sociedade.

**Empreender e inovar, nesse meio dinâmico e acelerado, demandam que o ensino esteja conectado no mesmo ritmo e contexto deste meio social, porque a universidade também tem a obrigação de formar profissionais capacitados a enfrentar os novos desafios da modernidade.**

A Univali tem, tradicionalmente, ajudado empresas e instituições a enfrentarem os desafios da nova ordem social, desde a adoção de novas tecnologias, até a inserção efetiva em estratégias e movimentos de gestão globais. Com isso, cumpre com a sua função de instituição comunitária, fortemente associada às demandas emanadas de seu entorno.

Em 2004, iniciaram as primeiras ações de empreendedorismo na instituição, com a criação do Movimento de Empreendedorismo Univali (MEU). A partir dessa iniciativa, que visou inicialmente disseminar a cultura empreendedora junto à instituição, ações como formações específicas a professores, especialmente, na área de gestão e uma maior interação com empresas dos mais variados segmentos se iniciou de forma mais estru-

turada, maior interação com empresas dos mais variados segmentos se iniciou de forma mais estruturada, oportunizando o destaque do empreendedorismo como área de atuação formadora, na gestão. Algum tempo depois foi implantada a primeira pré-incubadora de empresas, que viabilizou a estruturação do movimento empreendedor de maneira mais sólida, com a efetiva participação e integração da comunidade acadêmica. Ali nasceu o Empreenduca, um projeto conectado ao meio produtivo, com efetivo apoio do Sebrae. Outro passo importante foi a criação do Núcleo de Inovação Tecnológica (NIT/Univali), que de forma conjunta com o Empreenduca, passou a incorporar as iniciativas que envolviam as ações empreendedoras e de inovação.

**O UNIINOVA e o Empreenduca têm se destacado na incubação de empresas (inclusive formando startups) e na estruturação e viabilização de projetos inovadores.**

A história da produção científica estruturada da Univali já tem mais de 25 anos. Desde a formação dos primeiros núcleos de pesquisa e dos programas de pós-graduação o conhecimento vem sendo gerado com rigor e qualidade científica, mas sempre voltado às necessidades que emergem de nossa sociedade. Afinal, somos uma universidade comunitária que, além dos laços acadêmicos, tem forte conexão com empresas e instituições públicas e privadas. Diante dos desafios apresentados pela sociedade e identificados nas parcerias institucionais, a inovação apresentou-se como um caminho natural. Era necessário inovar para viabilizar as soluções necessárias.

Com base nessa experiência e conhecendo o potencial inovador de nossos colaboradores (em todos os níveis), estabelecemos em 2018 um plano de gestão chamado Conectar e Inovar, que tem como grande objetivo estruturar os processos acadêmicos e administrativos de forma a possibilitar a produção do conhecimento inovador conectado às necessidades de nossa comunidade. Além dos sólidos resultados já colhidos, incluindo premiações de âmbito estadual e nacional, essa forma de gestão tem chamado a atenção de muitas instituições congêneres, o que demonstra a pertinência desse enfoque e o quão importante foi que nossa instituição protagonizasse este movimento no estado.

A Univali participou de toda a gênese do então Parque Tecnológico, que era uma iniciativa embrionária do município de Itajaí, ainda por volta de 2006, com pouca participação do governo estadual. Mas por motivos diversos o processo não avançou, até que o governo estadual estabeleceu políticas de apoio à inovação com a construção de distritos de inovação em vários municípios do estado. Nesse contexto, a Univali passou a integrar de forma oficial o Centro Regional de Inovação — Elume de Itajaí.

É importante destacar, conforme previamente indicado, que a Univali sempre esteve presente, associando-se ao poder público estadual e municipal, além de outras instituições, para a estruturação deste que se torna o primeiro centro de inovação da foz do Rio Itajaí.



De imediato, a Univali passa a ter um espaço físico diferenciado de compartilhamento, que será utilizado por pesquisadores, empreendedores, empresas incubadas e gestores da área de inovação e empreendedorismo. Isso significa que teremos agora uma conexão ainda mais efetiva com o meio produtivo, promovendo, por meio desse espaço extra-muros da universidade, uma conexão ainda mais efetiva com novos e tradicionais parceiros de toda a região.

A formação de nossos alunos tem que estar diretamente ligada às necessidades do meio produtivo. Vivemos numa sociedade extremamente dinâmica, onde processos, produtos e formas de comunicação mudam e se renovam a todo instante. Como agentes formadores temos que entender essas mudanças e preparar nossos alunos para os desafios que encontrarão no mercado de trabalho. O ensino empreendedor fornece meios muito interessantes de conectar o ambiente formativo à realidade de mercado, oportunizando que os alunos possam, ainda precocemente, entender, na prática, as dinâmicas envolvidas em suas futuras áreas de atuação. Então, acreditamos que a universidade do futuro estará muito conectada às empresas. O meio empresarial estará muito presente na vida acadêmica, seja com espaços das empresas, nos campi (a exemplo do que temos hoje, com as salas parceiras), seja através do fomento direto a projetos de interesse empresarial, seja com formações específicas aos seus colaboradores. Sabemos que os desafios são grandes, mas temos convicção que esse é o caminho para transformar o mundo e encontrar soluções para os inúmeros problemas que a sociedade enfrenta, e assim contribuir para a melhoria da qualidade de vida da população.

# \_a Central de Empreendedorismo

## Empreenduca: seguindo em direção a novos rumos

Ayrton Santos de Queiroz  
Coordenador de Empreendedorismo

Há dez anos, a Central de Empreendedorismo — Empreenduca sensibiliza, fomenta e capacita agentes e potenciais empreendedores do ecossistema regional através do alcance da Universidade do Vale do Itajaí (Univali).

Consolidada desde 2020 como um dos setores da Escola de Negócios, Educação e Comunicação (ENEC), a Central tem mantido e criado vínculos institucionais e comunitários para expandir e fortalecer o seu principal objetivo: disseminar a cultura empreendedora.

Este ano, em 2023, passa a englobar também a Univali Incubadora — guarda-chuva que compreende as antigas Incubadora Tecnológica de Cooperativas Populares (ITCP) e Incubadora Tecnológica Empresarial (ITE) — nos seus três segmentos: empresarial, tecnológico e social. Então, além das demais frentes de formação, agora coordena os programas de incubação, pré-incubação e afins, como Lab de Impacto, Flux.us e TCC Lab. Além de eventos já tradicionais, como a Semana Internacional de Empreendedorismo e Inovação (SIEI), inclui em suas atribuições a Jornada Univali para o Empreendedorismo Social (JUES) e a Feira de Empreendedorismo Local.

Com essa ampliação, a Empreenduca se consolida como um dos principais agentes de fomento ao empreendedorismo na região do Vale do Itajaí. É um exemplo de como a Universidade pode contribuir para a formação de novos empreendedores e para a promoção da inovação no território. Com as novas mudanças, a sua atuação torna-se mais abrangente e estratégica, indo desde a sensibilização até o apoio à incubação de negócios.

# \_o Hub de Inovação da Univali

## UNIINOVA: projetando o futuro hoje

Janaina Lorenzi Tomio  
Coordenadora de Inovação

**Conectar diferentes partes do ecossistema de inovação e montar um grande quebra-cabeça com a parceria dos diversos atores que compõem esse bioma diversificado e criativo, é a principal função do Hub UNIINOVA.**

O Hub de Inovação da Univali — UNIINOVA realiza uma série de atividades e benefícios para os que trabalham nele, bem como, serve de vitrine para que startups, incubados e empresas sejam vistos. Durante o processo, passam pela Universidade, investidores, representantes de órgãos de fomento e grandes empresas, interessados em descobrir novos negócios, seja para investir em uma ideia rentável ou para resolver problemas internos que possuam.

Com o propósito de conectar pessoas e estimular a inovação, o UNIINOVA serve como um grande espaço de colaboração promovendo o encontro entre a Universidade, empreendedores, startups, empresas e investidores, como também as instituições de fomento e prestadores de serviços públicos e privados focados em startar novas ideias de negócios.

E o que conecta isso tudo é o networking. Dessa forma, esses atores não ficam fechados em suas ideias. Podem trabalhar de maneira colaborativa, inspiram-se em outras ideias, fazem parcerias. O resultado é um espaço de troca, aprendizado e fomento da cultura da inovação e do empreendedorismo.

É comum no Hub, a prática da inovação aberta (open innovation), que ocorre quando negócios colaboram entre si para criar produtos e serviços inovadores.

No ecossistema interno da universidade, o Hub UNIINOVA atua gerando conexões com o ensino, a pesquisa e a extensão por meio das Escolas do Conhecimento, laboratórios de pesquisa, grupos de pesquisa, Univali Incubadora, Escritório de Projetos, setor de internacionalização e parcerias institucionais. São desenvolvidas ações em conjunto com esses setores gerando possibilidades de inovação e interações entre áreas. Essa aproximação permite um trabalho em rede e fortalece o ambiente de inovação da Universidade.

No ambiente externo, o Hub UNIINOVA atua junto a empresas, organizações, indústrias, governo, instituições de fomento e comunidade promovendo a inovação e impulsionando o desenvolvimento da região. As ações realizadas são eventos, consultorias, mentorias, hackathon, palestras, capacitações, desenvolvimento de projetos e prestações de serviços sempre conectados com o ambiente interno da Universidade.

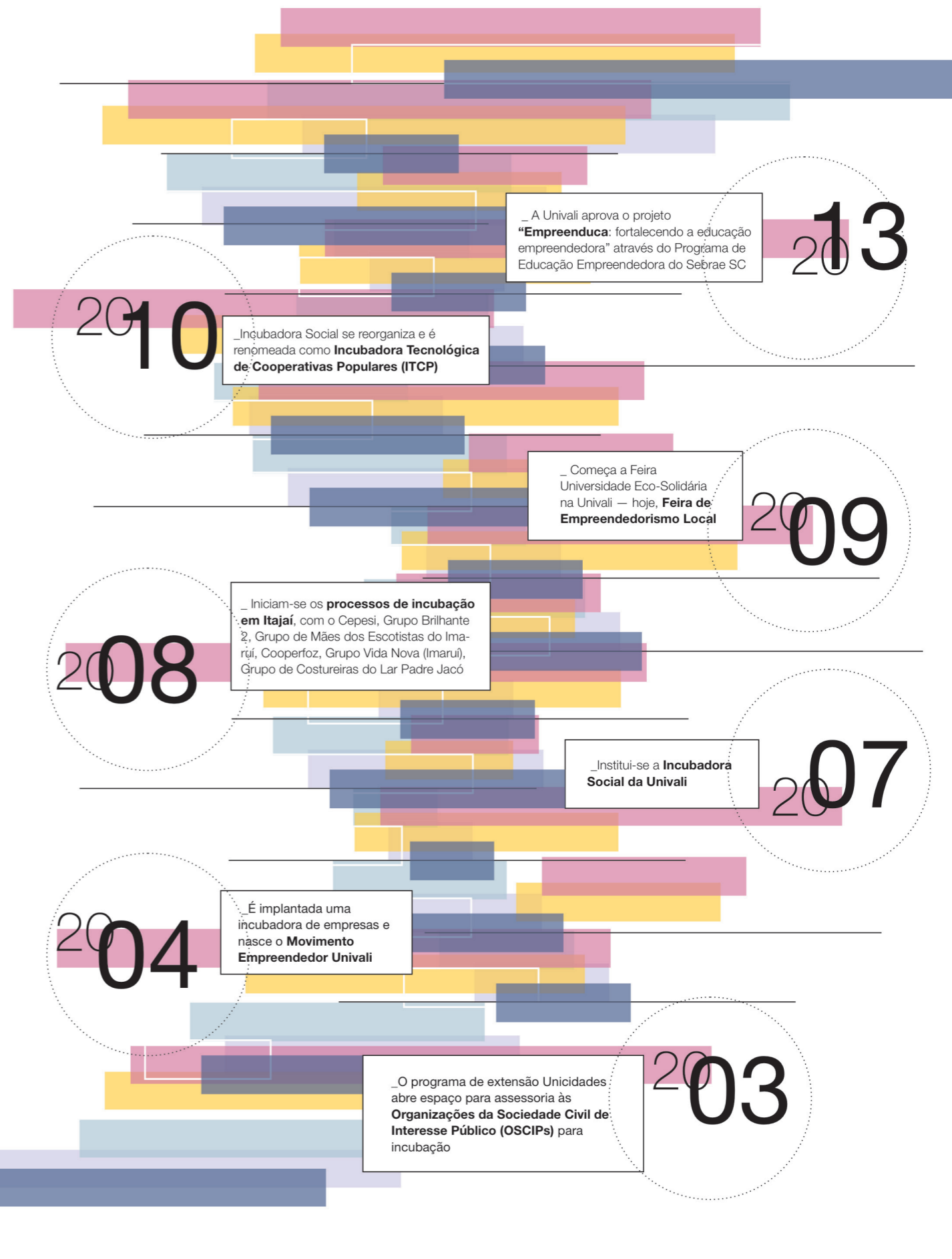


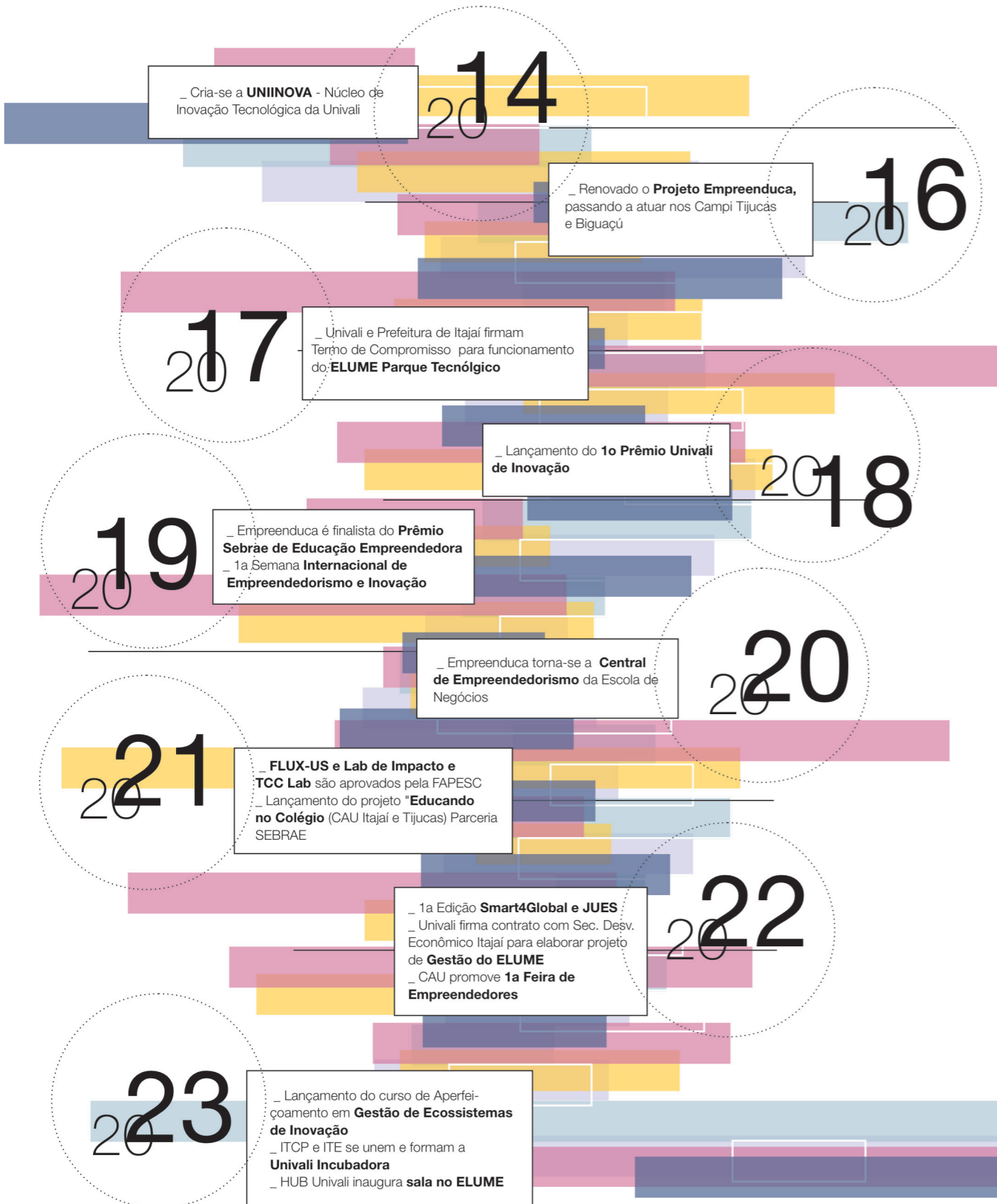
## \_trajetória da cultura empreendedora na Univali

Embora ainda seja um desafio no Brasil, o empreendedorismo tem ganhado espaço nas salas de aula, do ensino básico ao superior, nos últimos anos. A educação empreendedora é um tema transversal, indo muito além dos cursos de Negócios, o que pede espaço nos ambientes institucionais de ensino para que possa ser fomentada em diversas áreas do conhecimento. Adaptando-se às novidades e desafios, a Univali tem fomentado a cultura empreendedora há, pelo menos, três décadas. Conheça parte dessa trajetória!

1990/2000

\_A disciplina Empreendedorismo é inserida no currículo dos cursos de Administração e Ciências Contábeis // São formadas as empresas juniores dos cursos de Administração (**Unijunior**), Comércio Exterior (**Trade Júnior**), Turismo e Hotelaria (**Acatur**), Oceanografia (**Oceânica**) e Design (**Of. Design**)





Nessa trajetória de três décadas, a Univali demonstrou seu compromisso com o fomento à cultura empreendedora e à inovação. Essas iniciativas refletem não apenas o crescimento da universidade, mas também a sua dedicação em preparar os alunos para os desafios do mercado e contribuir para o desenvolvimento da região.



**Campus Universitário**  
Reitoria. Vista parcial.

Com uma visão de futuro promissor, a Univali continua a ser um exemplo inspirador de como a educação empreendedora pode transformar vidas e comunidades.



## \_Univali e Elume Parque Tecnológico: uma parceria inovadora na Foz do Rio Itajaí

Após anos de planejamento de políticas públicas e cooperações técnicas, foi inaugurado o Elume Parque Tecnológico, o Centro Regional de Inovação da Associação dos Municípios da Região da Foz do Rio Itajaí (AMFRI).

Desde o início, a Universidade do Vale do Itajaí (Univali) tem colaborado com o projeto, com esforço direto do Programa de Pós-Graduação em Administração (PPGA) e o Programa de Mestrado Profissional em Administração com foco em Gestão, Internacionalização e Logística (PMPGIL).

Esse esforço conjunto materializou-se em uma estrutura física no bairro Itaipava, na cidade de Itajaí. Porém, as paredes do edifício são ultrapassadas pela dimensão que o Elume tem, formando uma comunidade que se reúne pela cultura de inovação e empreendedorismo, com capacitação empresarial e promoção de conexões entre agentes do ecossistema local.

A escolha pela localidade do novo Centro de Inovação não é à toa. Ela vai ao encontro das escolhas políticas que têm sido feitas em Santa Catarina para a descentralização do ecossistema de inovação. Descentralizar é uma tendência global, sendo uma estratégia

que permite que eles alcancem um público mais amplo, contribuindo para o desenvolvimento de ecossistemas mais fortes e inclusivos. Com uma capital forte nesse sentido, sendo referência nacional na abertura de startups, o estado tem decidido criar contextos potentes em outras regiões e, agora, chegou a vez da Foz do Rio Itajaí.

Durante a cerimônia de inauguração em setembro, o Hub Univali viu a sala cheia. Com ocupação conquistada através de um edital de seleção realizado em março, ele atenderá o público a partir de quatro funções: inovação, trabalhando com propriedade intelectual e transferência de tecnologia; talento, voltando-se à formação e desenvolvimento, orientação profissional e marketplace; conexão internacional, através da internacionalização de empresas; e comunidade, por meio da inclusão digital de pessoas idosas e formação de pais e mães.

As pessoas poderão ter acesso ao Hub em três frentes: o espaço de co-criação, o creative lab e o espaço para compartilhar. Neles, serão realizados eventos, workshops, cursos e outras atividades promovidas pela instituição. O seu propósito é estimular a colaboração, fomentar experimentações e incentivar a inovação, proporcionando um ambiente propício ao desenvolvimento de novas soluções e tecnologias.

Os principais focos de atuação da Univali abrangem as áreas de inovação, educação, design, negócios e tecnologia. O enfoque da universidade inclui atividades relacionadas à propriedade intelectual, transferência de tecnologia, formação e capacitação, orientação profissional, criação de um mercado de talentos, internacionalização de empresas e promoção da inclusão digital dentro da comunidade.



**Elume**  
Centro Regional de Inovação. Itajaí, Santa Catarina.

### \_a construção

A parceria entre a Univali e o Elume Parque Tecnológico teve início em novembro de 2017, durante a quinta reunião do Conselho Consultivo do Projeto InovAMFRI, em Florianópolis. A ocasião marcou a conclusão da primeira fase do Projeto, elaborado desde 2016, que prevê soluções para as próximas décadas na região da AMFRI. Outras entidades também estavam presentes. Na ocasião, a Univali assinou dois termos de compromisso para viabilizar o funcionamento do Centro Regional de Inovação.

Cinco anos após esses primeiros passos, em novembro de 2022, a Secretaria de Desenvolvimento Econômico do Município de Itajaí firmou um contrato com a Univali para coordenar a elaboração dos projetos relacionados à gestão, ocupação e desenvolvimento do Distrito de Inovação. Esse acordo estipula que a universidade apresente propostas para programas ambientais, projetos executivos de infraestrutura urbana e uma estrutura de gestão, financiamento e aspectos legais para o Distrito.

O Elume é parte do Programa Nova Economia Catarinense, que prevê a criação de centros de inovação por todo o estado de Santa Catarina. A iniciativa mapeou regiões estratégicas de Santa Catarina para implantação de Centros de Inovação. O edifício, construído em terreno cedido pela Prefeitura de Itajaí, foi financiado pelo Governo de Santa Catarina, com quase 10 milhões de reais investidos na sua construção. O Governo Federal, com recursos do Ministério do Desenvolvimento, Ciência, Tecnologia e Inovação (MDIC) investiu outros 4,4 milhões de reais para a ocupação e gestão inicial do projeto.

## \_Centros de Inovação pelo Brasil e Santa Catarina

No Brasil, a trajetória dos centros de inovação começou nas últimas décadas do século XX. A partir dos anos 2000, os Parques Tecnológicos ganharam destaque com a Lei de Inovação de 2004, como o Porto Digital em Recife e o Tecnopuc em Porto Alegre. Esses locais reúnem empresas, startups, instituições acadêmicas e centros de pesquisa para fomentar a colaboração e transferência de conhecimento.

Nesse cenário, Santa Catarina emergiu como um polo de destaque na promoção da inovação. Nos anos 2000, o estado traçou uma trajetória notável na construção de um ambiente propício para o florescimento de centros de inovação. Parques Tecnológicos como o Sapiens Parque, em Florianópolis, criado há 20 anos pelo Governo Estadual e controlado pela empresa pública SC Par em sociedade com a Fundação CERTI, ganharam espaço e mostraram uma visão de futuro. Outro exemplo é o Ágora Tech Park — localizado no Perini Business Park — em Joinville, que também ganhou força. Esses parques congregam empresas, startups e instituições de ensino, criando um terreno fértil para a colaboração e o desenvolvimento de tecnologias pioneiras. Atualmente, Santa Catarina possui 15 centros de inovação em funcionamento, distribuídos em 12 municípios do estado.

Incubadoras e aceleradoras de startups também se multiplicaram, consolidando Santa Catarina como referência nacional. A Associação Catarinense de Tecnologia (ACATE), por exemplo, desempenhou um papel crucial no apoio e promoção de empreendimentos inovadores no estado. Além disso, universidades como a Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC) e a Universidade do Estado de Santa Catarina (UDESC) desempenham um papel fundamental na criação de centros de pesquisa e incubadoras que fomentam a inovação e a transferência de conhecimento.

Ao longo do tempo, Santa Catarina consolidou sua posição como um polo de inovação vibrante, com uma rede crescente de centros de inovação, parques tecnológicos e espaços de colaboração em diversas áreas, como tecnologia, saúde e indústria. Esse movimento reflete o compromisso do estado em cultivar a criatividade, a pesquisa e o empreendedorismo como motores para impulsionar o progresso econômico e social, não apenas localmente, mas também em nível nacional.

## \_Costa Valley: onde o voluntariado encontra a inovação

Gostaria de começar este texto com uma simples pergunta: você sabe o que são comunidades de Startups? As comunidades de startups desempenham um papel fundamental na dinâmica da economia global do século XXI. Elas representam ecossistemas vibrantes e interconectados de empreendedores, investidores, mentores e entusiastas que se unem em busca de inovação e crescimento. A importância dessas comunidades vai muito além do simples compartilhamento de espaço de trabalho ou de ideias. Elas são impulsionadoras da cultura da inovação, do desenvolvimento de novas tecnologias e do crescimento econômico, além de servirem como incubadoras para o espírito empreendedor.

A velha máxima em prática neste mundo chamado comunidades de startups é a conexão, apoio e network. Aqui os indivíduos têm a oportunidade de se conectar, colaborar e aprender uns com os outros, estabelecendo redes de contatos valiosas e adquirindo insights cruciais para o sucesso de seus empreendimentos. Além disso, esses ecossistemas oferecem acesso a recursos essenciais, como financiamento, conhecimento especializado, infraestrutura compartilhada e mentoria, que muitas vezes estão além do alcance de empreendedores individuais.

A interação constante entre os membros das comunidades de startups promove a troca de ideias e experiências, impulsionando o ciclo de inovação. À medida que startups desenvolvem soluções inovadoras para desafios do mundo real, elas podem transformar indústrias inteiras e criar novos mercados, gerando empregos e fortalecendo a economia local e global.

De modo geral, as comunidades de startups são os motores da economia do conhecimento, alimentando a inovação, o empreendedorismo e o progresso econômico. Elas desempenham um papel crucial na formação do futuro e na resolução dos desafios complexos que enfrentamos, e, como tal, merecem um foco contínuo e apoio, pois são a força propulsora por trás das mudanças disruptivas e da construção de um amanhã mais promissor.

E agora, ficou um pouco mais claro o que são e o que fazem essas tais comunidades de startups? Se sua resposta é ainda é NÃO, então gostaria de trazer para esta conversa um cara chamado Brad Feld, autor do livro *Startup Communities*, uma espécie de 'Bíblia' sobre o assunto.

**Marco Petrelli**  
Founder Origem Creative HUB  
Docente Univali  
Voluntário Costa Valley





Não por menos! Ele foi pioneiro a tentar entender o advento das Comunidades de Startups, a partir do ecossistema de empreendedorismo da cidade americana de Boulder, município de pequeno porte do estado do Colorado e que apresentava a maior densidade de startups do PLANETA, além de ser o segundo ecossistema do país em relevância, logo atrás do Vale do Silício, na Califórnia. A partir de suas análises, o autor criou a Teoria de Boulder, uma espécie de cartilha orientadora para formação, organização e manutenção de comunidades de Startups e que se tornou a Literatura de Cabeceira dos que se aventuram em entender, apoiar e até encabeçar algumas iniciativas em nome das comunidades.

Suas palavras reverberam como mantra nos principais eventos de formação de Líderes de Comunidades do país: FALCOM - Fórum ABStartups de Líderes de Comunidade (ABStartups) e o CLA - Techstars Community Leader Academy (Techstars). Como reflexo, o compartilhamento dos ritos e a construção de um sentimento de pertencimento e engajamento que se disseminam nos ecossistemas locais. Bem, você pode estar agora se questionando: “mas o que tem de tão especial nesse livro que causa tanto impacto para a comunidade? Pois bem, se você se interessou pelo assunto vale muito a pena entender o que Feld propõe. Não se trata apenas de uma abordagem teórica e que se propõe a qualificar o tema, mas sim, estabelecer as diretrizes para a construção de um incrível sense-making! Talvez isso não explique em sua plenitude o tradicional “UHULLLL” após falas emocionadas e do compartilhamento de experiências transformadoras (só quem já participou da organização e entrega de um SW, vai entender)!!! Mas com certeza, é um dos fatores de grande relevância para a construção da cultura de uma comunidade!!

Agora que você começou a se habituar com o tema e já conhece o “Papa Feld” talvez já perceba a relevância do assunto! É claro que entender o contexto a partir da realidade americana pode até ser interessante, mas também, pode passar a sensação de que é algo distante de sua realidade, não é mesmo? “Mas isso aí é coisa do Silicon Valley!!” Você pode estar pensando, neste momento! O que acha então de trazer o assunto para uma realidade mais tupiniquim? Preciso te apresentar então a **Associação Brasileira de Startups - ABStartups** e mais especificamente, uma de suas entregas: o Mapeamento do Ecossistema Brasileiro de Startups, um estudo colaborativo realizado em conjunto com uma rede de lideranças locais e que já conta com mais de 300 curadores.

De acordo com a última edição do estudo publicado em 2021, existem 92 Comunidades reconhecidas e em atuação em nosso país. Bem, acredito que você já tenha informação suficiente para deduzir a importância do assunto e também da relevância das Comunidades de Startups para a disseminação dessa tal Cultura da Inovação, não é mesmo? Mas você sabia que esse movimento está muito mais perto de você do que imagina? Pois bem, este é um advento global e como tal, tem se manifestado como uma grande epidemia, ‘infectando’ pessoas, organizações e entidades indiscriminadamente. De ecossistemas desenvolvidos, como o tão renomado Vale do Silício a regiões em desenvolvimento ou ainda em estágio inicial. Aqui, o Grupo de Risco são os CPFs que ao serem ‘contaminados’, tornam-se ATORES VOLUNTÁRIOS.

Talvez você nunca tenha ouvido falar de COSTA VALLEY, mas com certeza já foi impactado direta ou indiretamente por alguma ação promovida por ela. Se não pelos eventos, meetups, workshops organizados por estes atores e parceiros, mas com certeza por outras iniciativas, como por exemplo, este texto aqui. Se me permite então, gostaria de alterar minha abordagem agora e vestir minha camiseta Costa Valley deixando de lado por um tempo minha posição como professor universitário; Profissão que exerço com grande carinho a mais de 20 anos.

Somos uma comunidade orgânica, articulando a cultura da Inovação aqui da região da AMFRI e nos envolvemos de diferentes maneiras na realidade dos municípios da região e até de alguns municípios vizinhos participando de pautas relevantes de nosso ecossistema, como por exemplo, na instalação de nosso Centro Regional de Inovação - ELUME, nas discussões das políticas públicas sobre Inovação (temos cadeira em diferentes conselhos municipais e ainda das discussões da implementação de Leis Municipais de Inovação). E tudo isso por uma causa!

Surgimos em 2017 com a realização do primeiro Startup Weekend da região. Lembro como se fosse hoje toda a adrenalina da organização do evento!!! Afinal de contas era o primeiro! E assim criamos uma história construída a várias mãos. Desde então, já entregamos 8 SWs!!! Ahhhh!! Você ainda não conhece e nem participou dessa incrível experiência chamada Startup Weekend? Pois bem, acho que está precisando mudar um pouco seus costumes.

Com certeza uma jornada transformadora que lhe trará uma nova visão de mundo!! Mas é claro que a Costa Valley não se resume ao SW. Promovemos diversas ações como já comentado, conectando atores em razão do desenvolvimento de nossa região. E o mais incrível é que tudo isso acontece a partir de VOLUNTÁRIOS que elevam a 10ª potência um dos grandes princípios das Comunidades, um tal de “Gife First”! Mas isso é papo para uma conversa mais descontraída, numa cafeteria, num happyhour, meetup ou até mesmo, no tradicional evento de abertura das atividades do ano chamado Welcome Costa Valley. Ahhh e já coloca na agenda, Fevereiro de 2024 vai rolar o próximo!

**Pois bem, 2024 está logo ali e enquanto você está lendo esta incrível primeira edição da Revista U>Start, com certeza tem uma galera em alguma cafeteria, coworking, ou mesmo Meet, realizando uma reunião para planejar e organizar as próximas ações da comunidade. O que acha então de se envolver nesse mundo “contagante” chamado Comunidades de Startups?**

### **\_diretrizes para uma comunidade**

1. Os empreendedores devem liderar a comunidade de startups
2. Os líderes devem ter um compromisso de longo prazo
3. A comunidade de startups deve ser inclusiva de qualquer pessoa que queira participar dela
4. A comunidade de startups deve ter atividades contínuas que envolvam todos os atores em seu entorno



Sócias-fundadoras

Renata dos Santos

Gláucia Santos

## \_Bull Investimentos

**“Quem quer entrar no mercado de trabalho, hoje, deve pensar que está empreendendo”**

Renata dos Santos e Gláucia Santos são irmãs e empreendedoras à frente da Bull Investimentos, uma empresa de assessoria de investimentos sediada em Itajaí, Santa Catarina, sob o guarda-chuva da XP Investimentos. Em entrevista à **U>start**, elas contaram sobre a trajetória de sucesso da empresa, fundada há pouco mais de um ano, e compartilharam os seus pontos de vista sobre empreendedorismo e questões relevantes para o mundo hoje.

**Vocês são duas mulheres jovens, irmãs, à frente de uma forte empresa de assessoria de investimentos. Poderiam contar sobre a trajetória empreendedora de vocês?**

**Renata:** Nós somos irmãs e estamos à frente da Bull Investimentos, que era o nosso sonho de muito tempo atrás. Sempre sonhamos em ter algo juntas, ter a nossa própria empresa. Primeiro, pensamos em fazer uma franquia de chocolates ou sapatos. Porém, a gente já estava trabalhando no mercado financeiro. Eu passei por alguns bancos e a Gláucia teve carreira enquanto bancária. Então, em dado tempo, a XP fez um convite para ela.

**Gláucia:** Essa história é muito emocionante e é só o começo do nosso propósito, da nossa jornada. Eu fiz carreira no banco — inclusive, trabalhei nele durante muito tempo na Univali, então estamos retornando às origens — e, após aproximadamente dez anos, em 2018 ou 2019, eu pedi a conta à convite de um superintendente meu, que me convidou para empreender com ele na XP Investimentos.

Depois de quase três anos naquela operação, que tinha matriz em Curitiba, eu falei que era hora da gente completar o nosso sonho. A área de investimento é o que a gente gosta e nós já estávamos em grandes bancos, então eu disse: “Rê, dá certo, vem e vamos abrir o nosso”.

**G:** Ali, a gente conseguiu encontrar um propósito de vida juntas, estando inseridas no mercado financeiro, e abrimos a Bull Investimentos, que foi inaugurada em fevereiro do ano passado (2022). É a concretização do nosso sonho, do nosso projeto.

Depois de um ano trabalhando nele, fazendo business para apresentar para a XP e colocando as pessoas que a gente queria que estivessem na operação conosco, quem a gente iria construir a história conosco. As pessoas são muito importantes, principalmente no início de uma operação.

Empreendemos com aquele frio na barriga mesmo. A gente não tinha nenhuma experiência em abrir o próprio negócio. Foi algo que a gente fez construindo, estudando, lendo, projetando passo a passo.

**R:** O que a gente tem hoje é resultado de um projeto muito bem feito. Isso também é muito im-

Isso também é muito importante, além da força de vontade, do propósito, da força de transformação que a gente tem nas nossas vidas e para transformar as vidas com as quais a gente tem contato. Esse, inclusive, é um grande propósito da Bull: não só transformar as nossas vidas, mas também as vidas das pessoas que trabalham conosco e de quem acredita na nossa empresa.

Também fizemos alguns cursos aqui na Univali, aprendemos sobre administração e empreendedorismo aqui neste campus — e a gente aplicou. Então, a Bull cresceu do sonho de duas irmãs de empreender, de ter a sua própria empresa, com muito cuidado e cautela, um projeto muito bem definido e todo o legado que a gente trouxe dos grandes bancos e das empresas por onde a gente passou.

### Este ano, a Bull firmou uma parceria com a Univali. Como se deu essa aproximação com a instituição e qual a importância dessa experiência empresa-universidade?

**G:** O que a gente pode oferecer para a Univali, que é uma vontade que a gente já tinha guardadinha na gaveta, é compartilhar o conhecimento. Não só compartilhar a experiência de como foi empreender com vocês, mas compartilhar o conhecimento do mercado financeiro, que é um assunto bem latente, por exemplo, nas pautas de redes sociais. As informações hoje estão muito abertas, mas eu tenho certeza que, com a Bull Investimentos estando aqui, a gente passa a ter um contato mais próximo com a comunidade acadêmica e pode complementar muito com o ensino da educação financeira. Também fizemos alguns cursos aqui na Univali, aprendemos sobre administração e empreendedorismo aqui neste campus — e a gente aplicou. Então, a Bull cresceu do sonho de duas irmãs de empreender, de ter a sua própria empresa, com muito cuidado e cautela, um projeto muito bem definido e todo o legado que a gente trouxe dos grandes bancos e das empresas por onde a gente passou.

Queremos falar sobre como é importante educar financeiramente desde a infância. Quanto antes essa formação vier e o pessoal tiver conhecimento e conscientização de que uma educação financeira embasada é importante, melhor. É isso que a Bull vem agregar para Univali. Queremos estar disponíveis para agregar conhecimento para a jornada e a liberdade financeira, algo tão esperado por todos nós.

**R** Isso é uma doação para a comunidade. Nós nascemos em Itajaí, nós crescemos ao redor da Univali. Então, na realidade, o vínculo e a parceria foram construídos pela presença da instituição nas nossas vidas. Nós crescemos ao redor dos tijolinhos, como a gente costuma dizer. Tivemos o prazer de trabalhar em um banco na Universidade. E, hoje, a gente veio formar essa parceria porque a gente acredita que o conhecimento muda as pessoas.

Hoje nós temos conhecimento sobre a vida financeira porque nós fomos impactadas lá atrás, em 2007, por termos trabalhado em uma grande instituição. Mas essa não é a realidade da maioria dos brasileiros nem da nossa comunidade, então queremos trazer o nosso conhecimento para impactar e transformar a sociedade. Nossos pais não tiveram consci-

ência financeira, mas talvez nossos filhos comecem, lentamente, a tê-la.

**G:** A gente tem certeza sobre algo que já está agregando e que vai agregar muito mais: a parte de networking e de aceleração do contato com professores, alunos e empresários que tenham o mesmo propósito que nós. A Univali tem um propósito muito grande e lindo, com todo esse legado de anos construído. Hoje, com a Bull Investimentos aqui dentro, vamos ter mais de 22 mil alunos para ter contato e falar sobre educação financeira.

**R:** O que a Bull veio trazer é a chance das pessoas que não tiveram oportunidade dentro do mercado financeiro estarem próximas daquelas que estiveram, para que a gente consiga agregar, transformar e evoluir em conjunto.



**Bull Investimentos**  
Sede de Itajaí.



**Este ano, a Bull firmou uma parceria com a Univali. Como se deu essa aproximação com a instituição e qual a importância dessa experiência empresa-universidade?**

**G:** Não tem como falar sobre dinheiro sem falar sobre mercado financeiro e onde vou alocá-lo. A minha afilhada, por exemplo, estuda aqui no Colégio de Aplicação da Univali e está tendo aula sobre isso no Ensino Médio, o que gera curiosidade. Essa curiosidade atrelada a plataformas como a XP Investimentos, abertas a todo tipo de cliente, independentemente do valor, faz a diferença.

Às vezes, as pessoas acham que precisam de muito recurso ou conhecimento para iniciar um investimento. O conhecimento nós vamos conseguir resolver aqui junto com vocês, junto com a melhor plataforma que temos hoje no Brasil, a XP, com mais de 20 anos no mercado e mais de um trilhão de custódia, por isso tanto sucesso. Ela, inclusive, nasceu com a parte de educação financeira e para mostrar que é acessível a todos.

**R:** Não tem um passo a passo exato porque cada pessoa busca o mercado financeiro por uma necessidade específica. É algo personalizado. O mais importante é não se sentir ansioso, porque é uma área vasta de informação e ela evolui o tempo todo — o produto que era bom ontem não vai ser hoje e assim por diante.

Eu acredito que o primeiro passo é cuidar das

coisas que você constrói. É sentir a necessidade disso. É ter curiosidade e vontade de iniciar, independentemente do recurso que você tenha, se você tem um trabalho, se você ganha uma mesada ou se você tem tempo para absorver o conteúdo.

Como ex-gerente de banco eu posso dizer que a grande diferença entre um corretor e um assessor é que o assessor vai fazer o que é bom para o cliente cem por cento. Nas assessorias, a gente não tem uma meta ou objetivo de uma empresa para cumprir. Quando eu era gerente, eu tinha as metas da empresa junto com as necessidades do cliente e, querendo ou não, você tem que casar as duas coisas. Hoje, o assessor veio para ajudar o cliente. É o sucesso da rentabilidade do cliente que vai fazer com que o assessor se rentabilize. O nosso foco é você, o seu sonho e onde você quer chegar.

**G:** Não tem a necessidade de construir todo um império para depois pensar em educação financeira. É ao contrário. E os universitários têm a melhor parte da receita, que é o tempo. Tempo para acumular patrimônio é o principal, não é nem o quanto você pode investir hoje. É essa consciência que a gente quer trazer para vocês. Todo recurso é muito importante.



**Vocês poderiam contar alguma experiência que fez com que vissem que investir é possível para qualquer pessoa?**

**G:** Tenho uma história de muita disciplina de um cliente jovem meu. Eu tenho costume de sempre fazer uma simulação de tempo. Colocamos o quanto de patrimônio vamos acumular, por quanto tempo e quanto vai ter lá no futuro. O mais difícil nisso tudo não é o valor que você vai guardar por mês, é o seu compromisso consigo mesmo. E, geralmente, eu vejo as pessoas no segundo, terceiro ano dizendo frases como: “Ah, eu preciso trocar o carro”, e nisso a pessoa resgata aquele valor.

Eu tenho um case de sucesso muito interessante por esse cliente ter tido uma constância, uma disciplina. A gente começou com 200 reais por mês e eu falava para ele assim: “Vamos todo ano aumentar 50 reais”. No próximo ano é 250, depois 300, 350 e assim por diante. E a pessoa realmente se comprometeu, teve uma disciplina invejável por muitos e conseguiu. Está conseguindo construir sua liberdade financeira.

Passando o desafio da disciplina, quando esse seu patrimônio já está em um valor considerável. Então, vamos dizer que você começou com 200, 300 reais ou 50 reais e, daqui a pouco, você tem 100, 200 mil. “Pô, eu quero trocar meu carro, minha casa”, mas aquele valor não é para isso. Não é sua reserva de emergência, é a sua liberdade financeira para o futuro. Com muita disciplina e pouco volume, mas com uma dinâmica pensada e calculada a longo prazo, a pessoa já atingiu uma liberdade financeira onde o que ela ganha de dividendos já paga os custos mensais. Isso, para mim, já é ter sucesso no mercado financeiro.



**Entre os serviços oferecidos por vocês, está o de soluções em energia limpa. A Bull se posiciona como uma empresa comprometida em fazer a diferença no mercado financeiro e no meio ambiente. Para vocês, como se dá essa relação entre desenvolvimento econômico e ambiental?**

**R:** A gente acredita muito. Hoje, a Bull tem parceiros que proporcionam para nossos clientes essa oportunidade de ter energia limpa. O mundo todo está procurando respeitar mais o meio ambiente, e fazer com que a nossa vida não impacte tanto o local que a gente vive. Nós temos parceiros que querem melhorar esse convívio entre ser humano e meio ambiente. Isso faz toda a diferença para que a gente deixe o mundo melhor.

Dentro da própria Bull, a gente tem algumas questões pequenas que a gente acredita que fazem a diferença. Evitamos a utilização do copo plástico, criamos toda uma infraestrutura para aproveitar melhor a luz solar dentro, para que seja banhado da luz do dia, da claridade.

Hoje em dia, há tantas métricas e empresas que buscam a ESG. Inclusive, nós temos fundos que buscam isso, empresas que realmente trazem benefícios para o meio ambiente. Já existe um fundo em que as pessoas alocam ali para rentabilizar os seus recursos a empresas ecologicamente conscientes.

**G:** Existem vários fundos macro, principalmente nos Estados Unidos, que são bem latentes na indústria de fundos de investimentos. Eles estão muito voltados a achar empresas com selo ESG, a cuidar da geração de carbono e tudo mais. No Brasil se fala, mas lá fora é muito rígido mesmo, porque as empresas buscam trazer essa consciência e ter muito investimento a favor disso, estimulando placas solares, estimulando menos emissão de carbono. Apoiamos bastante essas questões.

**R:** E, às vezes, a gente busca fazer grandes feitos, grandes coisas. Mas são nas pequenas ações que a gente vai mudando o mundo de uma forma que não interfira e não impacte tanto na nossa vida.

**“Todas as pequenas coisas no final se transformam em grandes coisas, coisas grandiosas, assim como investir.”**



**Pensando nessa relação de responsabilidade com o entorno, quais comportamentos empreendedores acreditam que as pessoas que estão entrando no mercado devem desenvolver?**

**R:** Empreender é uma tarefa árdua e, geralmente, quando a gente está empreendendo, a gente se vê num momento difícil. Lembra muito o primeiro emprego. Porque, quando você empreende, não tem uma cartilha. Não tem alguém que diga como você vai fazer. Empreender é você estar no escuro no mar aberto.

O que eu costumo dizer é o seguinte: o importante é ter muita dedicação e foco no seu objetivo e propósito de vida. Eu acredito que quem quer entrar no mercado de trabalho, hoje, deve pensar que está empreendendo, independentemente se for uma grande empresa ou se vai fazer o empreendedorismo nato mesmo.

Os empresários e os empreendedores não estão esperando que as pessoas saiam de uma universidade prontas, porque não acontece. Elas têm bastante conteúdo e conhecimento, porque vocês proporcionam muitas trocas, estágio e tudo mais, só que a gente não espera que a pessoa venha pronta. Nós esperamos que ela tenha muita força de vontade, que ela queira muito fazer a diferença, que se empenhe e se dedique muito, porque o know-how do serviço específico que ela vai fazer as empresas estão prontas para coordenar.

O que a gente espera é que as pessoas saiam da Universidade com muito propósito e brilho nos olhos. Afinal de contas, geralmente são pessoas jovens, pessoas novas que estão iniciando a vida, e o que a gente quer é ter essa vitalidade dentro das empresas.

Nós estamos vivenciando uma geração muito criativa, não existe mais limitadores. É uma geração totalmente diferente do que eu fui criada. Eu tenho 37 anos e crio minha filha com total liberdade para ser criativa. Hoje, a gente cria as pessoas para serem melhores que a gente. Eu quero que a minha filha seja mais criativa, que ela tenha mais consciência de mundo. Não quero que ela cultue maus hábitos meus, quero que ela se alimente de forma saudável, que ela se exercite. A geração de hoje é uma geração que busca a evolução total como ser humano, não só na profissão para garantir o dinheiro. Ela quer se sentir realizada e importante no meio onde ela está inserida, assim como quer um mundo melhor.

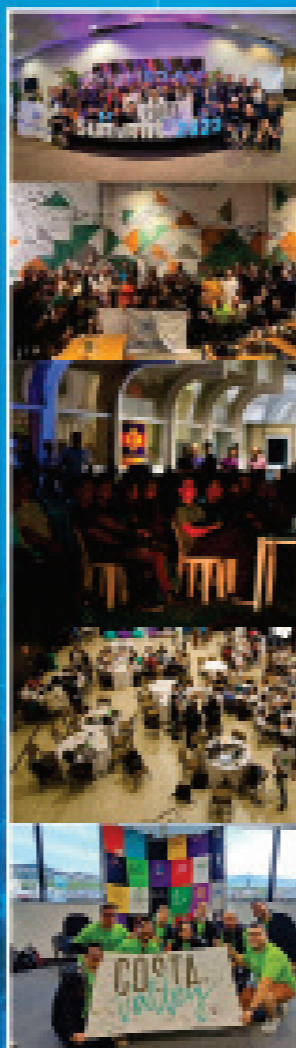
Nós, as empresas e os empreendedores vamos recepcionar essa grande população acadêmica que vai sair da Univali, estaremos lá e continuaremos alimentando a criatividade, para que a gente evolua. Temos que exercitar a evolução como seres humanos para que a gente evolua como empresa e para que a gente evolua como mundo, em escala.

**Assista a entrevista em vídeo em nosso canal!**



# PARTICIPE DA COMUNIDADE DE STARTUPS DA REGIÃO DA FOZ DO RIO ITAJAÍ

EVENTOS  
WORKSHOPS  
MEETUPS  
**NETWORKING**  
COLABORAÇÃO  
HAPPYHOUR  
STARTUPS



SEJA VOCÊ TAMBÉM  
UM VOLUNTÁRIO E COLABORE  
PARA O FORTALECIMENTO  
DO ECOSSISTEMA DE INOVAÇÃO  
DE NOSSA REGIÃO

**COSTA  
Valley**



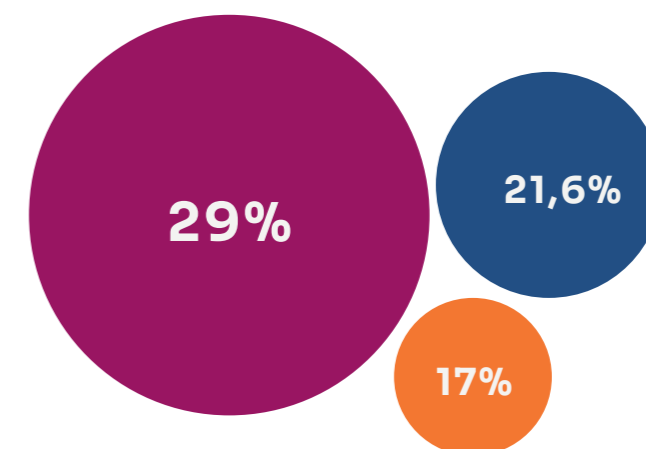
## \_como fazemos incubação?

Pessoas têm ideias de negócios a todo momento e a Incubadora funciona como um espaço para torná-las realidade. Para que seja possível que saiam do papel, é preciso passar por um processo de peneira: idealizar, escrever, compartilhar, convencer. Nesse processo, elas são repensadas, descobrem caminhos para efetivação e se tornam práticas. Mas o que realmente faz com que elas deem certo? E quantas ideias dão errado até lá?

A pesquisa “Sobrevivência de Empresas” (2020), realizada pelo Sebrae, mostra que quanto menor a empresa, mais alta é a sua probabilidade de fechar as portas em cinco anos no Brasil.

### taxa de mortalidade de empresas

- microempreendedores individuais (MEIs)
- microempresas (ME)
- empresas de pequeno porte (EPP)



A metodologia usou dados da Receita Federal do Brasil para checar em 2020 empresas que foram criadas entre 2015 e 2019 e também entrevistou, entre o final de 2020 e o início de 2021, mais de três mil empresas criadas entre 2018 e 2019.

Os fatores que levam ao fechamento de empresas podem ser vários, como, por exemplo, problemas financeiros, por falta de capital de giro e de caixa; problemas de gestão, por falta de planejamento e de controle; problemas de mercado, motivados por concorrência desleal e mudanças no comportamento do consumidor.

Mas a incubação pode ajudar. A pesquisa “Mapeamento dos Mecanismos de Geração de Empreendimentos Inovadores no Brasil” (2019), da Associação Nacional de Entidades Promotoras de Empreendimentos Inovadores (Anprotec), mostra que a taxa de sobrevivência das empresas incubadas é de 69% nos cinco primeiros anos após a graduação.

Portanto, é certo afirmar que os processos de incubação de empresas podem colaborar para a diminuição da mortalidade de empreendimentos. As incubadoras oferecem uma série de serviços e recursos que auxiliam os empreendedores a desenvolver seus negócios e aumentar suas chances de sucesso. Alguns dos benefícios das incubadoras incluem: apoio financeiro, orientação e mentoria, acesso a recursos e rede de contatos.

## \_incubação na Univali

Atualmente, a Univali oferece dois processos de pré-incubação: LAB de Impacto, para pré-incubações virtuais com enfoque socioambiental para ideias de negócios ou projetos de extensão que busquem autossustentabilidade; e Flux.us, para projetos já em desenvolvimento que necessitam de uma visão externa para se reformularem, além de gerar um network entre os agentes que passam pelo processo nos momentos de mentoria coletiva e individual. Ambos são realizados em parceria com a Sapienza Negócios Digitais.

A Universidade, ao longo dos anos, tem se dedicado ao Modelo CERNE de incubação. Ele é um modelo de gestão eficaz para incubadoras de empresas, desenvolvido pela Associação Nacional de Entidades Promotoras de Empreendimentos Inovadores (Anprotec), que se baseia em quatro eixos: criação, estruturação, rede e escala. A metodologia se apoia em evidências e tem sido adotado por incubadoras de empresas em todo o Brasil, sendo associado a um aumento da taxa de sucesso das empresas incubadas, ao aumento da qualidade dos empreendimentos e ao fortalecimento do ecossistema de inovação.

Em 2023, o nível de certificação da Univali Incubadora é o CERNE 3, um dos níveis mais altos de maturidade do Centro de Referência para Apoio a Novos Empreendimentos (CERNE). E, agora, caminha para o CERNE 4, o mais alto patamar de qualificação, que garante que a Univali terá capacidade para trabalhar com a internacionalização de empresas.

## \_a Univali Incubadora

A Univali Incubadora é um projeto da Universidade do Vale do Itajaí, vinculado à Coordenação de Empreendedorismo, da Escola de Negócios, Educação e Comunicação (ENEC), que tem como objetivo contribuir para o surgimento ou desenvolvimento de novas empresas.

A sua atuação, que tem se remodelado desde 2004, se dá pela disseminação e fomento da cultura do empreendedorismo e inovação na região e pela capacitação de agentes empreendedores. A Incubadora apoia startups e negócios tradicionais em sua estruturação e conexão com clientes e investidores, potencializando pequenas ou microempresas de acordo com as suas áreas de atuação, gerando empregos e facilitando a criação e exploração de novas tecnologias e modelos de negócio.

**Equipe DataCertify**

Gabriel, Jenifer e Vinícius.



# \_DataCertify

uma startup catarinense que certifica provas digitais para o mercado jurídico

Em um mundo cada vez mais conectado pela internet, as provas digitais são cada vez mais utilizadas em processos judiciais. Foi com o objetivo de simplificar o uso delas que surgiu a DataCertify, uma startup catarinense fundada há três anos por um grupo de estudantes de Direito e Ciência da Computação da Universidade do Vale do Itajaí (Univali).

Neste relato, os fundadores da empresa contam a sua experiência a partir do processo de incubação por meio da Univali Incubadora — quando ainda correspondia à Incubadora Tecnológica Empresarial (ITE) — e falam sobre os desafios que têm enfrentado enquanto jovens empreendedores.

A DataCertify surgiu na universidade, em março de 2020, quando ainda éramos estudantes. Naquele momento, a Coordenação de Direito, nas pessoas dos professores Roberto Epifânio Tomaz e Alexandre Priess, formou um grupo interdisciplinar para o Global Legal Hackathon (GLH). Éramos sete: Gabriel Pessotti da Silva, Jenifer Carina Pereira e Hernani Ferreira, de Direito; Kauê Ricardo Kock, de Administração; Rudson Francisco da Silva Mendes, Rodrigo João Bertotti e Vinícius Almeida dos Santos, de Ciência da Computação. Para participarmos da competição, precisaríamos identificar uma dor no mercado jurídico para que pudéssemos, no prazo de 54 horas, encontrar uma solução com um modelo de negócio repetível e escalável.

Dentre os inúmeros problemas identificados, percebemos que as provas digitais estão sendo cada vez mais utilizadas em processos, mas que a forma tradicional de se garantir confiança a esses conteúdos é custosa e extremamente complexa, além de ser morosa, o que dificulta sua utilização. Isso fez com que buscássemos uma solução para esse problema.

Identificado o problema, realizamos uma pesquisa de mercado e percebemos que a preservação de conteúdos digitais, oferecida por meio de uma plataforma, seria suficiente para responder de forma positiva à lacuna existente no cenário jurídico. Nossa pesquisa também nos mostrou que a blockchain seria fundamental para garantir a segurança necessária. A partir disso, desenvolvemos uma forma de preservar esses conteúdos de forma segura, confiável e simples, o que nos levou a conquistar o primeiro lugar da competição.

O software que idealizamos e desenvolvemos garante imutabilidade aos conteúdos digitais. Contratos são firmados nesse espaço, serviços são oferecidos, crimes são praticados, direitos são lesados e, quando essas situações são levadas ao judiciário, precisam ser comprovadas. E isso fica cada vez mais complexo, dado a facilidade com que é possível modificar e/ou excluir essas informações. Por essa razão, percebemos a necessidade de solucionar essa dor de maneira dinâmica, garantindo sua utilização como prova.

Naquele ocasião, um dos prêmios pelo primeiro lugar na competição foi um período de incu-

bação com a Incubadora Tecnológica Empresarial (ITE), da Univali. Com eles, percebemos que a ideia tinha potencial de se tornar uma empresa e, mesmo após o prazo de incubação que ganhamos com o prêmio, continuamos o processo para que fosse possível colocá-la em prática, já que não tínhamos experiência com isso. Tivemos como mentor o Waldemar Martins, à época, professor da Univali e um dos representantes da Uniinova, que foi fundamental para que pudéssemos trabalhar o início do que seria a nossa empresa.

Como nosso mentor, ele literalmente segurou nossas mãos e guiou pelo caminho da estruturação de uma startup. Por meio das mentorias semanais, desenvolvemos ferramentas que auxiliaram na compreensão do mercado e no próprio modelo de negócios que construímos e alteramos com o passar do tempo. O Waldemar atuou na condição de mentor, conselheiro e de um consultor empresarial. Apresentou ferramentas, conceitos e caminhos para o desenvolvimento da startup.

Perto do fim do período de incubação, em meados de setembro de 2022, nos aproximamos virtualmente do Pedro Pizzolato, que demonstrou interesse em nossa ideia e se tornou o primeiro investidor-anjo. Contextualizando: há alguns anos, Pedro e Jenifer passaram a ter interações por meio do — antigo — Twitter. Eles possuíam uma amiga em comum e, dada a similaridade de interesses por tecnologia e filosofia, passaram a interagir. Tempo depois, a interação se tornou exclusivamente sobre a DataCertify, já que o Pedro passou a demonstrar curiosidade sobre nossa solução.

Naquele mesmo mês, tivemos a primeira reunião online em que a equipe realizou o pitch e apresentou a proposta com valores. Em sequência, Pedro fez uma contraproposta e declarou interesse em ser o primeiro investidor da DataCertify. O contrato foi assinado em dezembro do mesmo ano, quando a empresa foi constituída. A partir de então, ele tem ocupado uma importante função dentro da equipe: a de conselheiro, mentor e um grande suporte para os fundadores. Ele nos auxiliou com a formalização da empresa, lançamento do produto e, especialmente, com o início da operação comercial, em fevereiro de 2023. Este ano, em março, tivemos nossa primeira venda e, desde então, estamos trabalhando para conquistar mais clientes e fazer a empresa crescer.





Hoje, a DataCertify é composta por três dos seus fundadores: Gabriel, Jenifer e Vinícius. Além disso, temos um board, um quadro de conselheiros, que nos auxilia com melhorias do produto e abertura de mercado, além do nosso investidor-anjo. Em relação aos fundadores, acreditamos que a sinergia é tamanha em razão da diferença de personalidades entre o trio.

Vinícius, nosso CTO, é pragmático, pensa de forma matemática e reconhece que gosta bastante de falar. Sempre brincamos que a principal função dele é transformar em realidade os sonhos do Gabriel e da Jenifer e explicar, pacientemente, os termos de programação, para dois advogados que não sabem as linguagens de tech.

Gabriel, nosso CMO ou CLO, mais conhecido como faz-tudo, é advogado, pesquisador e responsável, ao lado da Jenifer, por todas as atividades que não envolvem programar. Ele tem um grande cuidado com a parte visual da DataCertify e está na linha de frente nas áreas de venda, suporte ao cliente, produto e marketing. Sua paciência é um ponto muito importante para equilibrar as personalidades entre os founders.

Já a Jenifer, nossa CEO, também é advogada e pesquisadora e, além de dividir as funções com Gabriel, é responsável pela parte financeira e estratégica. Diferente dos outros fundadores, Jenifer é extremamente elétrica, por isso a importância da mencionada paciência do Gabriel.

Somos três personalidades diferentes e, com isso, cada vez mais percebemos a importância de cada particularidade para integrar a equipe. Estamos aqui porque acreditamos em nossa solução e também porque alguém, o Pedro, olhou com carinho e atenção para nossa proposta, abraçando a causa e exercendo, de forma primorosa, a função de conselheiro, preenchendo a enorme lacuna da experiência no mercado de startups.

Hoje, residimos em cidades diferentes — entre Balneário Camboriú, Camboriú e São Miguel do Oeste — então a distância física é uma realidade. Apesar da distância, o time tem mantido um contato constante de forma virtual, com reuniões de alinhamento e mensagens. Nossa organização é feita por metas de curto e médio prazo, com ações que nos ajudam a cumpri-las, buscando sempre aprimorar a comunicação com o cliente e o processo de vendas, além do suporte e melhorias do produto.

Algumas instituições foram e continuam sendo essenciais para o desenvolvimento da empresa, como a Univali, o Sebrae — por onde participamos

dos programas Jornada Startups e ALI Produtividade — e a Acate, que são grandes fontes de conhecimento e conexões para nós. Além dessas parcerias, esse ano fomos selecionados para o BRDELabs, programa de desenvolvimento do Banco de Desenvolvimento da Região Sul (BRDE).

Atualmente, o nosso principal desafio é aprimorar o processo de vendas. Não tivemos uma formação inicial voltada aos negócios, então, o desafio é completo: desde a postura à comunicação. Para isso, temos duas metas: alcançar o ponto de equilíbrio (break even) e aumentar a base de clientes.

Quando não performamos da maneira que gostaríamos, a frustração é inevitável. Mas, cada vez mais, exercitamos nossa capacidade de resiliência. Em uma participação da equipe no Podcast BadTalks, o Vinicius disse que um dos requisitos de um empreendedor era a resiliência. De fato, diariamente exercitamos essa capacidade, já que o resultado de um ato, por vezes — na maioria delas — não depende apenas de nós, mas do mercado, do público, e de uma série de fatores que não temos controle. Ter essa ciência faz com que o caminho seja mais leve. Não menos responsável, isso jamais. Mas, mais leve. Ou seja, é um aprendizado diário.

**Se nós pudéssemos dar uma dica para quem está começando, seria para não ter medo. E se tiver, siga com ele ao seu lado. O caminho de empreender não é fácil e também não há uma receita do que deve ser feito. Mas, fazendo o dever de casa, que é entender a dor do cliente e como resolvê-la, é um bom conjunto de ferramentas que te possibilita iniciar a jornada sem ter medo de tentar.**

## \_Projeto de Vida & Empreendedorismo: do sonho à realidade

**Cristiane Braga Ramos**

Professora do Colégio de Aplicação da Univali

**Feira**  
Jovens Empreendedores  
Primeiros Passos



A história do empreendedorismo se confunde com a história do próprio homem. A palavra empreendedorismo vem de empreendedor, que por sua vez nasceu do francês entrepreneur, que significa “pessoa que assume riscos”. Foi usada pela primeira vez pouco depois da época dos descobrimentos, por volta de 1725, e, apesar do termo não ter feito parte oficial da língua portuguesa por um bom tempo, alguns empreendedores contribuíram com mudanças importantes na humanidade.

A partir dos anos 90, com a entrada do capital estrangeiro e o aumento da competitividade, a cultura empreendedora se expandiu no Brasil. Com o passar dos anos, vários empreendedores deixaram sua marca na história brasileira. Destaque para nomes como Luiz de Queirós, considerado o precursor do agrogêcio brasileiro e grande incentivador da pesquisa científica no setor; Attilio Francisco Xavier Fontana, criador da Sadia, empresa que anos depois foi fundada à Perdigão e virou a gigante BR Foods; Valentim de Santos Diniz, um dos fundadores da rede de supermercados Pão de Açúcar; e José Ermírio de Moraes, fundador da Votorantim e que tem seu nome relacionado a empresas nos segmentos têxtil, siderúrgico, metalúrgico e de produtos químicos.

Se por um período de tempo costumava-se definir um empreendedor apenas como um empresário, com o passar dos anos, o termo começou a ser cada vez mais utilizado para definir pessoas capazes de identificar problemas, oportunidades e também encontrar soluções inovadoras. Pessoas capazes de investir recursos na criação de algo positivo para a sociedade, podendo ser um projeto, um negócio e até mesmo um movimento que gere mudanças reais e impacto no cotidiano das pessoas.

E como fazer isso tornar-se uma realidade? Em 2019, a Base Nacional Comum Curricular (BNCC) estabeleceu a promoção de dez competências gerais para serem trabalhadas da Educação Infantil ao Ensino Médio, consideradas essenciais não somente para motivar os alunos para a resolução das demandas complexas da vida cotidiana, mas também para o pleno exercício da cidadania e do mundo do trabalho.

Em 2022, o Colégio de Aplicação da Univali (CAU), instituiu a disciplina Projeto de Vida como parte integrante de sua grade curricular, para os alunos do Ensino Fundamental e Médio. Desde então, ela passou a criar um momento de abordar aspectos da vida pessoal e cidadã e também profissional dos estudantes, por meio de um conjunto de conhecimentos, habilidades e valores, preparando-os para a realidade futura.

Quando pensamos em futuro, é preciso concordar que projeto de vida e empreendedorismo se complementam. Numa parceria com o Serviço Brasileiro de Apoio à Pequena e Média Empresa (Sebrae), os alunos dos oitavos e nonos anos do CAU participaram do Programa Jovens Empreendedores Primeiros Passos (JEPP). O objetivo foi estimular a cultura empreendedora através do desenvolvimento das competências necessárias para que empreendam nas suas vidas e conquistem os seus sonhos.

Dados recentes do Sebrae mostram que as microempresas e as de pequeno porte (MPE), aquelas que faturam entre R\$81 mil e R\$4,8 milhões por ano, bateram recorde de abertura no primeiro trimestre de 2023. Apenas nos três primeiros meses deste ano, 214.413 micro e pequenas empresas foram criadas, número 9,2% superior ao de 2022, quando foram abertas 196.328, e 60,8% maior que em 2019, quando foram registradas 113,4 mil formalizações.

Dados recentes do Sebrae (Serviço Brasileiro de Apoio à Pequena e Média Empresa) mostram que as empresas de micro e pequeno porte (MPE), aquelas que faturam entre R\$ 81 mil e R\$ 4,8 milhões por ano, bateram recorde de abertura no primeiro trimestre de 2023. Apenas nos três primeiros meses desse ano, 214.413 micro e pequenas empresas foram criadas, número esse 9,2% superior ao de 2022, quando foram abertas 196.328, e 60,8% maior que em 2019, quando foram registradas 113,4 mil formalizações.

O que se percebe é que diante de tantas incertezas econômicas pelas quais vivencia o país, o empreender ainda é um projeto de vida de muitos brasileiros e os alunos do CAU não podem fugir à essa realidade. Estimulados a perceber a importância da inovação para os negócios e para a vida, os alunos experimentaram durante o curso do JEPP, conceitos e técnicas usadas por grandes empresas e centros de inovação. Sonharam e fizeram acontecer.

Com muita criatividade e características empreendedoras como busca de oportunidade e iniciativa, planejamento e monitoramento sistemático, persistência e comprometimento, os alunos dos oitavos e dos nonos foram os protagonistas da I e da II Feira de Empreendedorismo do CAU, com edições nos anos de 2022 e 2023.

Divididos em equipes, os alunos elaboraram seus projetos e negócios. A partir do Canvas do Modelo de Negócios, descreveram seus Planos de Negócios com uma visão clara das suas principais funções e dos próximos passos a serem tomados. Itens bem definidos como o segmento e relacionamento com clientes, canais, proposta de valor, parcerias, atividades e recursos principais, bem como estrutura de custos e fonte de receitas foram

o diferencial para o sucesso das feiras em suas duas versões.

Em 2023, vinte e um grupos dos oitavos anos apresentaram modelos de empreendedorismo social. Biblioteca para pessoas com deficiência, horta comunitária, site de estudo, posto de saúde acessível, fones de ouvidos para alunos com algum transtorno, foram alguns exemplos de negócios que chamaram a atenção, não para lucro, mas para ações capazes de mudar realidades. Já os nonos anos, divididos em vinte e seis grupos, empreenderam no setor alimentício e em seus estandes de churrasco, tapiocas, brownies, cookies, pão de queijo, bolo de pote, sucos naturais, dentre outros, mostraram que há sempre uma forma diferente de fazer a mesma coisa.

**“Empreender é sonhar e fazer acontecer.”**



# \_empreendedorismo digital no marketing

\_digital entrepreneurship in marketing

Atuando no modelo de negócio digital, a agência de marketing digital da Amanda Pinheiro atende clientes de diversos segmentos e localidades diferentes. Ao longo da sua carreira em outras empresas, foi criando a sua própria história, sempre almejando ter uma empresa própria e empreender no digital. Este caso de ensino é baseado em fatos reais e na trajetória de uma empreendedora, exemplificando todos os passos, as motivações que a levaram a empreender e como estruturou a sua empresa. Possibilitando ao leitor refletir sobre a realidade de empreendedores digitais.

O desejo de empreender sempre esteve presente, principalmente ao ingressar na universidade e a paixão pela comunicação e marketing ir crescendo. Mas, antes de pensar em empreender, ter uma bagagem na área de atuação é interessante, entender os processos e, principalmente, executar um bom trabalho. Com isso, os caminhos me levaram a passar por algumas empresas da região, iniciando como estagiária, assistente, analista e, em uma das minhas últimas posições, coordenadora de marketing em uma agência. Durante todos os cargos, sempre assumia alguns freelancers de marketing, como social media, gestora de tráfego pago e criando estratégias de marketing.

Os trabalhos pontuais foram crescendo, a necessidade de ter um CNPJ também, para executar esses freelancers, que exigiam cada vez mais emissões de notas fiscais. Em alguns casos, a proposta não foi aceita por falta de formalização, por não emitir NF-s. Ainda atuando na última empresa, optei por fazer a abertura do MEI (microempreendedor individual) e a criar um Business Model Canvas (quadro de modelo de negócios) da agência de marketing digital que estava se formando, planejando

cada detalhe. Dois grandes passos. Durante a CLT, como coordenadora, resolvi seguir outro sonho: prestar um processo seletivo para um mestrado acadêmico. Havia somente seis meses que estava formada em Relações Públicas e o desejo de enfrentar outro desafio foi ganhando força. E sim, a aprovação no mestrado se realizou, mas como conciliar o trabalho, freelancers e ainda o estudo? O meu coração de empreendedora falou mais alto e era o empurrão que faltava, pedi demissão da agência, para seguir um sonho antigo, estava decidida a fazer acontecer e tirar o modelo de negócio que havia desenhado meses atrás do papel.

Eu já participava de diversos eventos e cursos da área de marketing e comunicação, além de ter experiências no mercado em diferentes posições. Estava com uma bagagem para enfrentar mais um desafio, mas, mesmo com o apoio de familiares e amigos próximos, sabemos que iniciar uma empresa não é uma tarefa fácil. No período da pandemia e no pós-pandemia, um novo modelo de negócio começou a chamar atenção: os **negócios digitais**, que são empreendimentos que oferecem serviços ou produtos de forma totalmente remota.



**Amanda Pinheiro**

Relações Públicas mestranda em Administração (PPGA/Univali)

As estratégias comerciais da agência seriam ligadas a minha marca pessoal “Amanda Pinheiro”, como uma maneira de conseguir visibilidade rapidamente. Afinal, o tema do meu Trabalho de Conclusão de Curso havia sido relacionado a produção de conteúdo no Instagram como uma estratégia de empreendedores de relações públicas para se destacarem no mercado, ganhando reconhecimento e fortalecendo o nome, como consequência, conquistando clientes, então alguns métodos estavam validados por meio desta pesquisa.

A partir disso, comecei a produzir conteúdos no Instagram com frequência, investi em fotos profissionais para as redes sociais, em cartões de visitas impressos e na criação de um site. Estava tudo pronto para comunicar a nova fase.

A maioria dos contratos que estavam ativos naquele momento eram de fee mensal (mensalidade paga por empresas para a prestação de serviços por um tempo determinado em contrato) e, com esses clientes, a empresa conseguia se manter, e eu ainda teria tempo para me dedicar ao mestrado. Os novos clientes eram atraídos ou captados por meio da marca pessoal, com a produção de conteúdo, prospecção ativa em eventos ou nas redes sociais e até mesmo por meio dos anúncios on-line. Foram duas decisões ao mesmo tempo que afetaram a vida da empreendedora e que exigiram muito esforço e dedicação. Estava vivendo dois mundos.

O medo de não conseguir me adaptar e me manter financeiramente, me perseguiu diversas vezes. Mesmo assim, resolvi arriscar, participando de eventos e grupos, ouvindo experiências de empreendedores, enriquecendo os meus conhecimentos com os erros e acertos de outras pessoas, o que, com toda certeza, foi um diferencial na criação da empresa.

Novos clientes foram entrando e renovando o contrato, estavam fidelizados e felizes com os resultados que a agência estava proporcionando, o que fez com que indicassem os serviços para

amigos, propagando o nome da empresa. Com o rápido crescimento, após me dedicar somente para a empresa e os estudos, foi necessário ter alguns parceiros como designer e desenvolvedor de sites, conseguindo delegar funções, expandir e aumentar o faturamento da empresa. Afinal, eu precisava fazer o atendimento, prospectar clientes, realizar reuniões comerciais, participar de eventos, criar estratégias, gerir o financeiro, fazer gestão de tráfego pago e social media.

Quando eu desenvolvi o Business Model Canvas, planejei que atenderia clientes somente com serviços de gestão de tráfego pago. Ao inserir a empresa cada vez mais no mercado, outras necessidades foram surgindo. Os clientes passaram a solicitar a inclusão de novos serviços, como a gestão de redes sociais, desenvolvimento de sites e criação de manual de marca. Sendo necessário contar com parceiros para fazer essa ampliação, gerando comodidade aos clientes e atendendo de maneira completa.

A agência atua de forma remota, sem escritório físico para clientes visitarem até o momento, assim como os parceiros que atuam de diversos locais. Alguns parceiros de trabalho são de outros estados e não nos conhecemos pessoalmente, proporcionando que atuamos em alguns projetos juntos, cada um com a sua expertise. As reuniões são realizadas por vídeo-chamada, presenciais em cafés ou na empresa do cliente.

Sebrae.  
Apresenta o conceito  
de negócios digitais.  
2022.

O empreendedorismo digital proporciona que empreendedores iniciem seus negócios com um baixo investimento, precisando de uma conexão com a internet, dispositivos como celular, notebook e, claro, muito trabalho e dedicação.

O briefing (documento que reúne as principais informações do cliente), é aplicado por meio de um reunião on-line, em um orçamento de gestão de tráfego pago, por exemplo, o prospect responde um formulário e após uma análise entro em contato. São inúmeras as facilidades que o ambiente digital proporciona. Além disso, utilizamos diversas ferramentas on-line para a gestão e execução dos projetos, envio de e-mails e grupos no WhatsApp para facilitar a conversa com os clientes, proporcionando um atendimento próximo, sendo esse um diferencial da empresa. Alguns clientes conversam diariamente, outros menos, varia de acordo com o serviço contratado e a necessidade da empresa.

Como o formato de negócio é digital, não existem barreiras para captar clientes, atendendo vários clientes em outros estados, apresentando um leque maior de oportunidades. Assim como os parceiros, minha meta é ampliar a equipe com pessoas de diversas cidades diferentes, construindo uma equipe de sucesso independente da localidade, proporcionando que ela atue na agência de qualquer lugar.

Hoje, na cartela de clientes, atendo os mais variados segmentos e modelos, oferecendo serviços de gestão de redes sociais, gestão de tráfego pago, criação de estratégia, planejamento estratégico, mentorias, consultorias, desenvolvimento de sites, criação de identidade visual e outros serviços. Além de contar com colegas da área para executarem um projeto grande juntos, criando parcerias e agregando olhares diferentes.



**SELE  
TIVO**  
2024



**UNIVALI**

univali.br

**INSCRI  
ÇÕES**  
**ABERTAS**

★★★★★  
**5** UNIVERSIDADE  
NOTA MÁXIMA  
NO MEC



**UNIVERSIDADE  
GRATUITA**



## \_ambiental, social, governança: da onde veio e para onde nos levará a popularização do ESG

**Fernando Assanti**  
Presidente do Instituto Selo  
Social

Em 2016 a Forbes divulgou uma pesquisa sobre o perfil dos millennials, a geração que nasceu a partir dos anos 1980 e que hoje representa a maior força de trabalho mundial. Naquela pesquisa, 75% deles afirmaram que achavam importante que uma empresa fizesse algo em retorno para a sociedade, 50% deles já estavam dispostos a realizar uma compra de uma empresa que apoiasse uma causa que era importante para eles.

Sete anos depois, em 2023, uma pesquisa da Deloitte reforçou que 76% dos millennials e 76% da geração Z (nascidos já no início deste século) acreditam que as empresas têm uma obrigação de tornar o mundo um lugar melhor.

Estes números talvez nos deem uma resposta clara do porquê temos visto com tanta frequência o termo ESG sendo tratado nas mídias, nos eventos e dentro das organizações privadas. Mas antes de entrarmos efetivamente em como o ESG precisa estar entranhado na estratégia dos negócios, vale entendermos melhor o que é, e de onde surgiu essa agenda.

ESG é uma sigla em inglês que significa Ambiental, Social e Governança (environmental, social and governance), e corresponde às iniciativas práticas nestas três áreas dentro de uma organização. O termo foi escrito pela primeira vez em 2004 em uma publicação chamada Who Cares Wins, “Quem se importa” em tradução livre. Este documento, feito pelo Pacto Global em parceria com o Banco Mundial, surgiu de uma provocação do secretário-geral da ONU Kofi Annan a 50 CEOs de grandes instituições financeiras, sobre como integrar fatores sociais, ambientais e de governança no mercado de capitais.

Mas se o termo existe desde o início dos anos 2000, por que só agora ele emergiu com tanta força? É simples, precisamos esperar que essa nova geração se tornasse a mais importante em relação ao consumo, exigindo uma nova postura das marcas. Foi essa mudança no padrão de consumo que foi fundamental para gerar uma grande movimentação do mercado financeiro, mola matriz do mundo capitalista.

O fato mais emblemático desta movimentação do mercado financeiro foi a carta do CEO da Black Rock, maior corretora de fundos de investimento do mundo aos seus acionistas. Larry Fink escreveu, em 2020, que “como as opções de investimento sustentável têm o

potencial de oferecer melhores resultados aos clientes, estamos tornando a sustentabilidade parte integrante da forma como a Black Rock gerencia riscos, constrói portfólios, desenvolve produtos e se envolve com as empresas. Acreditamos que a sustentabilidade deve ser o nosso novo padrão de investimento”. Atualmente, a Black Rock possui mais de seis trilhões de dólares em ativos do mundo.

Além disso, segundo dados do próprio Pacto Global, relatório da PwC diz que, até 2025, 57% dos ativos de fundos mútuos na Europa estarão em fundos que consideram os critérios ESG, o que representa US\$ 8,9 trilhões, em relação a 15,1% no fim do ano passado. Além disso, 77% dos investidores institucionais pesquisados pela PwC disseram que planejam parar de comprar produtos não ESG nos próximos dois anos.

O Brasil não ficou para trás, como parte de sua estratégia de ampliação do portfólio de índices ESG, a B3 (nossa bolsa de valores) lançou, em setembro de 2020, em parceria com a S&P Dow Jones, o índice S&P/B3 Brasil ESG, que utiliza critérios baseados em práticas ambientais, sociais e de governança para selecionar empresas brasileiras para sua carteira. Entre os critérios está a aderência aos Dez Princípios do Pacto Global na área de Direitos Humanos, Trabalho, Meio Ambiente e Anticorrupção.

Temos então, uma equação exitosa, onde a nova geração de consumidores mais exigentes somada ao mercado financeiro alinhado, nos rende solo fértil para que a preocupação com a sustentabilidade “vire moda” nas empresas pelo mundo a fora.



**“Podemos afirmar sem medo de errar que a agenda ESG não será somente uma onda passageira.”**

Daqui por diante, olhar com atenção para estas três letras passa a ser um aspecto fundamental para a competitividade e para a sobrevivência de qualquer negócio, seja ele de capital aberto, ou não.

Para pensarmos em como essa agenda se materializa na prática nas pequenas empresas, basta fazermos um exercício simples: Pense se você gostaria de trabalhar em uma empresa que não respeita o meio ambiente, naturaliza e comete práticas de corrupção e/ou não dá nenhuma importância para o bem estar dos seus funcionários e das comunidades do seu entorno. Certamente você respondeu que não e, possivelmente seu não foi ainda mais incisivo se você tem menos de 30 anos. Por isso, ser uma empresa com prática ESG é premissa básica para atração e retenção de talentos, seja qual for o segmento, porte ou área de atuação.

Bem, já tratamos aqui da importância do ESG para a acesso a investimentos, satisfação e atração dos consumidores atuais e também para a atração e retenção de talentos. Mas não para por aí. Outro aspecto que vale a pena ser destacado é a redução de riscos, principalmente atrelada às iniciativas de fortalecimento do sistema de governança das empresas. A consideração de fatores ESG pode ajudar a identificar e mitigar riscos associados a questões ambientais, sociais e legais, reduzindo potenciais passivos, perdas financeiras e danos à reputação.

Diante deste cenário sem volta, cabe aos demais setores da economia – público e o terceiro setor – aproveitarem esta onda de consciência dos negócios para um grande pacto de construção de um mundo, de fato, mais sustentável.

Mais especificamente para o terceiro setor, onde eu atuo, a popularização da agenda ESG tem trazido inúmeras vantagens à medida que as empresas e investidores vivem uma crescente ênfase na responsabilidade ambiental e social, além de uma maior conscientização sobre questões críticas, como a justiça social e a igualdade. Isso gera um ambiente propício para o terceiro setor, uma vez que suas organizações têm uma longa tradição de defesa dessas causas e estão bem posicionadas para criar impacto positivo em tais áreas.

Além disso, a popularização do ESG tem levado empresas e investidores a buscar parcerias e colaborações com organizações da sociedade civil (OSC).

Isso pode resultar em recursos financeiros adicionais para as OSCs, bem como acesso a conhecimento e experiência em questões sociais e ambientais. O terceiro setor, por sua vez, pode fornecer insights valiosos e soluções práticas para as empresas e investidores que desejam melhorar seu desempenho em áreas ESG.

A transparência e a responsabilidade corporativa, promovidas pela agenda ESG, também beneficiam o terceiro setor que dependem da confiança do público e de doações para realizar seu trabalho. A adoção de práticas ESG pelas empresas e a divulgação de informações sobre suas ações sociais e ambientais criam um ambiente mais propício à doação e ao apoio financeiro.

Em resumo, a popularização da agenda ESG oferece vantagens significativas, criando oportunidades de colaboração, recursos financeiros adicionais e um ambiente mais favorável à promoção de causas sociais e ambientais. À medida que as organizações do terceiro setor se adaptam e se envolvem com empresas e investidores comprometidos com o desenvolvimento sustentável, elas podem ampliar seu impacto e continuar desempenhando um papel essencial na construção de um mundo mais justo e equitativo.



## \_empreendedorismo feminino: do desafio à oportunidade



### A importância do Sebrae Delas Mulher de Negócios para a construção de um ambiente empreendedor com mais igualdade para as mulheres

O Sebrae Delas Mulher de Negócios é o programa de empreendedorismo feminino do Sebrae, que fomenta a cultura empreendedora entre as mulheres. Em Santa Catarina, o programa existe desde 2019 e, ao longo de sua existência, ampliou a sua atuação atendendo a mais empreendedoras a cada ano com uma oferta de soluções focada nas especificidades que as mulheres enfrentam ao empreender. Neste artigo, vamos abordar os desafios e as particularidades do empreendedorismo feminino e entender a importância do Sebrae Delas SC na consolidação de um ecossistema empreendedor com mais impacto e transformação para mulheres.

### \_o empreendedorismo feminino traz desafios complexos que vão além do negócio

Empreender, segundo o Dicio, Dicionário Online de Português, significa “conseguir ou tentar fazer (algo muito difícil)”, para o Priberam Dicionário, a palavra quer dizer “ter intenção ou tomar a decisão de realizar uma tarefa, uma ação ou um empreendimento, geralmente difícil”.

Sabemos que o empreendedorismo não é fácil. Ainda que as dificuldades não façam distinção de gênero, as mulheres enfrentam desafios a mais na hora de empreender, como preconceito, crenças limitantes e a falta de exemplos de outras empreendedoras. Questões como conciliar atividades domésticas com o trabalho, disparidade de renda e poder aquisitivo e a falta de confiança para assumir uma postura empreendedora representam obstáculos cotidianos no dia a dia da empreendedora.

#### Marina Barbieri

Coordenadora do Sebrae Delas Mulher de Negócios, do Sebrae SC

## Compreendendo as dinâmicas estruturais e de socialização feminina, o Sebrae Delas atua na capacitação técnica (hard skills) e também socioemocional (soft skills), sendo que esta última é fundamental para uma virada de chave na mentalidade empreendedora de mulheres.

Entre os desafios femininos, as demandas domésticas e os cuidados com os filhos fazem com que donas de negócios dediquem 18% a menos do seu tempo à empresa do que os homens, segundo dados do Relatório Especial de Empreendedorismo Feminino no Brasil, divulgado pelo Sebrae em 2019. Conciliar as atividades familiares e profissionais foi apontada como uma das principais desvantagens femininas no empreendedorismo, segundo a pesquisa sobre o Perfil dos Negócios Liderados por Mulheres, 2021, do Observatório de Negócios do Sebrae SC, em parceria com o Sebrae Delas SC.

Outra dor enfrentada por mulheres é a questão financeira. Mesmo com maior qualificação, elas costumam ser menos valorizadas e ganhar menos. Esse é um dos resultados de uma segunda pesquisa sobre empreendedorismo feminino, realizada em 2022, também pelo Observatório de Negócios do Sebrae SC, em parceria com o Sebrae Delas SC. O estudo demonstrou que, apesar de as mulheres terem mais escolaridade, 67% possuem nível superior, em contraponto a 48% dos homens, a renda média familiar mensal das empreendedoras é 30% menor.

Outro dado que revela a disparidade de gênero é que apenas 9% das empreendedoras afirmaram ter recebido incentivo de amigos e familiares para empreender, entre os homens esse número é de 22%. A confiança e segurança das empreendedoras são outros pontos sensíveis: a autoavaliação das mulheres é quase 25% inferior à dos homens no quesito confiança. Além disso, elas não se sentem tão valorizadas pela sua equipe quanto eles.

### **\_quando uma mulher empreende, ela alavanca toda uma comunidade**

Como acontece com a maioria dos desafios, quando superados, eles se transformam em oportunidades. É isso o que vem acontecendo no cenário do empreendedorismo feminino. Apesar das dificuldades estruturais, empreender se torna para muitas um caminho de autonomia, independência financeira, autorrealização e flexibilidade.

Em um contexto de oportunidade, foi criado o Sebrae Delas SC. Um programa, feito por mulheres e para mulheres, que incentiva, apoia e fortalece a cultura empreendedora entre elas. Em constante ampliação, o programa está alinhado com uma tendência de fortalecimento do empreendedorismo feminino.

Esse crescimento é uma boa notícia não apenas para a economia, mas para a construção de um mundo mais igualitário. Segundo pesquisas, empreendedoras empregam mais mulheres e impulsionam toda a sociedade. Quando uma mulher empreende, ela gera um ciclo de prosperidade para a comunidade, família e outras mulheres. Elas tendem a investir mais na educação dos filhos, no suporte à comunidade e na assistência aos parentes, criando uma rede de apoio fortalecida e com melhores possibilidades financeiras. Além de ser uma ferramenta de transformação econômica, social e profissional, o empreendedorismo também gera uma mudança pessoal na vida das mulheres, fortalecendo o senso de capacidade, autonomia e independência.

### **\_uma trajetória de consolidação da cultura empreendedora entre mulheres**

Desde 2019, o Sebrae Delas atua em Santa Catarina junto a mulheres para capacitar seus negócios e transformar a mentalidade empreendedora feminina. Em seu modelo de atuação, o programa oferece capacitações, cursos, mentorias, oficinas, palestras, eventos e conteúdo para gerar influência, impacto e transformação. Na intersecção desses três resultados, o Sebrae Delas gera a mobilização, valor e desenvolvimento pessoal e empreendedor, fortalecendo o ecossistema do empreendedorismo feminino. Dessa maneira, contribui com a consolidação de negócios liderados por mulheres, com o fomento de empregos gerados por esses negócios e com o aumento de negócios liderados por elas em setores não tradicionais (como tecnologia e inovação).

A atuação do programa acompanha o número crescente de empreendedoras no estado. Estudo feito pelo Sebrae, a partir de dados do IBGE, registra que Santa Catarina contava com 404.659 empreendedoras no terceiro trimestre de 2022, o que corresponde a 35% do total de pessoas donas de negócio no estado. O número representa um crescimento em relação aos dados de 2020, que computava 350 mil empreendimentos fundados e liderados por mulheres. Esse percentual, coloca o estado acima da média nacional, que é de 34,4%. As mulheres destacam-se nos setores de serviços (53% de mulheres e 36% de homens), comércio (27% de mulheres e 20% de homens) e indústria (13% de mulheres contra 6% dos homens) de acordo com a pesquisa.

Em sintonia com o crescimento e a projeção do empreendedorismo feminino, o Sebrae Delas também aumenta sua atuação. Em 2019, o programa teve 2.027 atendimentos (número de soluções acessadas). Nos três anos seguintes, o programa expandiu seus números para 4.438, 16.740 e 28.863 atendimentos, respectivamente.

Até 28 de setembro de 2023, o Sebrae Delas contabilizou 41.791 atendimentos, um aumento de mais de vinte vezes sobre o primeiro ano. Com relação ao número de mulheres atendidas (considerando CPF e CNPJ), foram 27.116 até outubro deste ano, um aumento considerável em relação às 16.044 atendidas em 2022.

O ano de 2023 representa um marco para o programa. Em maio, aconteceu a primeira edição do Delas Summit, evento dedicado exclusivamente ao empreendedorismo feminino.

O evento realizado pelo Sebrae Delas SC, em Balneário Camboriú, contou com palestrantes de renome nacional e a presença de mais de três mil mulheres em busca de aperfeiçoamento e ideias para os seus negócios.

Em agosto deste ano, o Sebrae Delas marcou presença pela primeira vez no Startup Summit, evento do Sebrae que acontece em Florianópolis. Em um espaço exclusivo, o programa trouxe mais de 70 painéis, palestras e mentorias, que abordaram a diversidade e igualdade de gênero no ecossistema da tecnologia e inovação.

Em seus quatro anos de atuação, o Sebrae Delas de Santa Catarina desenvolveu seu portfólio para atuar junto às necessidades reais da empreendedora catarinense, entendendo as especificidades de seu público e criando soluções exclusivas para cada perfil empreendedor. Hoje, o programa tem quatro jornadas formatadas de acordo com as características das mulheres que empreendem no estado: Empreender para Elas, Inovação entre Elas, Agro com Elas e Cidade por Elas. Para cada uma, o programa oferece trilhas específicas de capacitação e networking.

Além das trilhas e jornadas, o Sebrae Delas também oferta soluções rápidas de capacitação. O Encontro entre Elas é um ciclo de palestras à distância com foco no desenvolvimento das competências socioemocionais. O Conexão entre Elas oferece encontros presenciais e regionais para capacitação e networking. O Workshop para Elas compreende oficinas presenciais para a capacitação em temas específicos do empreendedorismo feminino.

Todo ano, o programa premia empreendedoras de destaque na etapa estadual do Prêmio Sebrae Mulher de Negócios, iniciativa nacional que valoriza e incentiva o empreendedorismo feminino no Brasil. O Sebrae Delas também disponibiliza nas redes sociais e no portal do Sebrae SC conteúdos, vídeos e e-books para informar e capacitar empreendedoras.

Todas essas iniciativas promovem a criação de um ecossistema de empreendedorismo mais forte, unido e colaborativo. O Sebrae Delas acredita que onde há empreendedorismo feminino há oportunidade.

# \_Legal Design: A Inovação no EMA/Direito Univali BC

**Marco Petrelli**

Founder LEXICOM Legal Design Studio  
Docente Univali / Voluntário Costa Valley

Você já deve ter percebido a partir da amplitude de assuntos desta primeira edição da U>S-tart que estamos passando por um momento de grande transformação e que não se restringe ao mero emprego da tecnologia para apoio a atuação profissional e em diferentes contextos, não é mesmo? Você sabia que o mesmo movimento também tem impactado diretamente, profissões consideradas conservadoras como: a Pedagogia, Finanças e inclusive, o Direito? Pois bem, estamos falando agora da mudança do mindset dos operadores do direito, que ao se abrirem para uma atuação mais empática, colaborativa e experimental vislumbram um posicionamento estratégico diferenciado. Nada mal para uma área de atuação contextualizada por grande competitividade!

O que você me diz então se pudéssemos aproximar mais o Direito de outras áreas não tão relacionadas assim, como o Design por exemplo? Não precisamos nem empreender grandes esforços com exercícios de futurologia para imaginarmos esta interação. Se você ainda não conhece, gostaria de lhe apresentar o Legal Design. Uma abordagem que integra o Direito, Tecnologia e Design para a busca de soluções mais humanizadas.

A aplicação do Design como elemento estratégico para o Direito e não apenas como uma representação estética e normalmente vinculada a comunicação comercial tem seu surgimento em 2013 a partir da união entre a Stanford Law School's e Stanford University's Institute of Design (D. school). Dessa inusitada combinação surge o Legal Design Lab e a efetiva colaboração de estudantes e pesquisadores destas distintas áreas.

Esta nova abordagem do direito considera o sistema a partir das necessidades (dores) das pessoas, usuários, operadores e insere no processo, novos princípios para a prática jurídica, como por exemplo: Empatia, Colaboração, Iteração, Design Centrado no Usuário entre outros. Priorizam-se assim, os usuários do sistema, sejam eles clientes ou estagiários de um escritório de advocacia, técnicos do judiciário e até mesmo magistrados.

A perspectiva proposta pela abordagem do direito sob a ótica do legal design considera a colaboração como base, pois entende que a interação entre os diferentes agentes oportuniza o alcance de soluções mais adequadas e eficientes, permitindo desta maneira explorar a situação problema com maior profundidade; ampliar o entendimento do assunto; cocriar alternativas realmente adequadas ao contexto e testá-las a partir de interações reais.

Na prática, a abordagem do Legal Design consiste na aplicação do método Design Thinking no universo jurídico, possibilitando assim o alcance de soluções centradas nas necessidades dos reais usuários de determinado contexto. A abordagem ganha maior visibilidade no contexto do Direito a partir da resignificação dos documentos jurídicos e passa a ser nominada Visual Law: abordagem mais visual e constituída por linguagem humanizada.

Como apoio a esta nova linguagem, o advogado pode empregar uma infinidade de recursos visuais, como por exemplo, infográficos, fluxogramas, storyboards e até promover acesso a materiais interativos e audiovisuais com o emprego de QRcodes. Apresenta-se desta maneira, uma vasta gama de recursos e infinitas combinações, possibilitando alterar as rotinas na elaboração de contratos, termos de uso, petições e outros documentos. Tal abordagem do Direito possibilita uma nova postura profissional articulada pela implementação de ferramentas, técnicas e processos que se diferem do que até então era conhecido como práxis. De modo geral, esta nova conduta não deve ser sintetizada no emprego de recursos tecnológicos (indispensáveis a uma conduta profissional contemporânea e atualizada); mas sim pela necessidade de uma mudança de pensamento, o tão falado MINDSET e a construção de uma nova cultura profissional embasada em fundamentos alicerçados por uma formação acadêmica plena.

Na vanguarda do ensino do Direito no Brasil, o Escritório Modelo de Advocacia – EMA do Curso de Direito da Univali, campus Balneário Camboriú implementou esta nova abordagem em suas rotinas, oportunizando uma vivência acadêmica inovadora para seus discentes, docentes e consultantes (clientes). Instituiu-se o Legal Design Thinking em sua plenitude: uma abordagem empática, colaborativa, experimental e composta por 5 etapas: empatia, definição, ideação, prototipação e validação. A implementação dessa abordagem no EMA teve como foco os documentos empregados nas práticas do Laboratório e partiu do seguinte Desafio: Como podemos melhorar a Experiência dos usuários do Ecossistema EMA/DIREITO/BC a partir da abordagem do Visual Law?

Apesar de sua abordagem criativa e direcionada a um processo de inovação, o Legal Design Thinking é

orientado por ferramentas e técnicas de projeto, evidenciando assim, o desenho de um processo sistêmico, técnico e estruturado. Nas dinâmicas (focus Group) de discussão para ampliação da Visão de Mundo sobre o assunto, delimitação do desafio e o desenvolvimento de soluções, a efetiva participação de alunos, professores, técnicos administrativos e consultantes; atores que vivenciam direta e indiretamente as rotinas do EMA, demonstrou-se essencial para o desenvolvimento das soluções propostas: uma nova linguagem para os Formulários de cadastro de atendimentos; Documentos Procuratórios e Petição Inicial.

Mesmo com a recente implantação do Legal Design Thinking e do Visual Law nas rotinas do EMA/DIREITO-BC, já é possível perceber os impactos da abordagem a partir da mudança no comportamento de alguns destes atores, promovendo assim uma significativa mudança na visão de mundo e conseqüentemente, no comportamento destes em suas condutas futuras.

Enfim, não podemos fechar nossos olhos e renegar a relevância do Legal Design Thinking e nem dos elementos visuais para a comunicação e isso também inclui a comunicação jurídica. Talvez a expressão “uma imagem vale mais que mil palavras” faça mais sentido do que nunca nesta nova forma de se praticar o Direito.

E você, vai ficar fora desta revolução?





# U▶start

Empreendedorismo & Inovação



Univali Incubadora



UNIVALI

Escola de Negócios,  
Educação e  
Comunicação

**@univaliincubadora**  
**@univaliemprenduca**

Universidade do Vale do Itajaí / Univali  
Rua Uruguai, 458 / Centro / Itajaí / SC  
CEP 88302-901