

ANÁLISE DO PERFIL DOS NEGÓCIOS DE IMPACTOS NO CEARÁ

1 INTRODUÇÃO

Nos últimos anos, tem emergido um novo tipo de negócio que desafia a clássica divisão tripartite entre Estado, mercado e sociedade civil. Esse formato organizacional, denominado Negócio de Impacto (NI), integra características dessas três esferas, constituindo-se como um arranjo inovador que não se limita exclusivamente a nenhuma delas.

Os Negócios de Impacto (NIs) surgem como resposta à crescente demanda por soluções diante de problemas sociais e ambientais que ameaçam a sustentabilidade do planeta e o bem-estar coletivo. Com uma proposta diferenciada, esses empreendimentos buscam conciliar viabilidade financeira com a geração de impacto socioambiental positivo, de forma intencional e mensurável.

Orientados para a transformação do modelo econômico tradicional, os NIs apontam para uma nova lógica de desenvolvimento, frequentemente denominada “Novo Capitalismo”, caracterizada por maior justiça social, sustentabilidade e foco no interesse coletivo. Esse movimento se insere em um contexto global marcado pela busca de alternativas capazes de viabilizar o cumprimento dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), propostos pela Organização das Nações Unidas (ONU).

No campo da inovação social, os negócios de impacto assumem papel fundamental ao funcionarem como uma ponte entre o setor privado e o setor filantrópico. Sua atuação visa responder a demandas sociais e ambientais sem abrir mão da sustentabilidade financeira, viabilizada pela geração de receitas. A literatura aponta que a inovação social ocorre por meio de um processo dinâmico e não linear, no qual diferentes atores interagem e colaboram, trazendo múltiplas perspectivas e recursos para a construção de soluções (Barki, 2015; Pessanha, 2014; Petrini, Scherer, Back, 2016).

No Brasil, o termo “negócios de impacto social” é amplamente empregado e pode ser associado a outras designações, como negócios sociais ou empresas sociais, a depender do contexto regional e das especificidades de cada iniciativa. Tais empreendimentos buscam enfrentar desafios complexos e persistentes que, até então, não foram satisfatoriamente solucionados nos âmbitos social e ambiental. Apesar das diferenças, o propósito central é o mesmo: empreender com o objetivo de causar uma transformação positiva na sociedade. Segundo o Mapa de Impacto, na sua pesquisa conduzida 1.011 negócios de impacto operacionais no Brasil, aconteceram entre o período de maio a setembro de 2023, essas empresas possuem como finalidade resolver um problema social e/ou ambiental, visando uma busca do retorno financeiro e o monitoramento do impacto gerado (Pipe Social, 2023).

Diante desse cenário, esta pesquisa propõe-se a fomentar a produção acadêmica no campo dos Negócios de Impacto, por meio da iniciação científica. O problema central que orienta a investigação é: quais as características das empresas identificadas como negócios de impacto? Assim, o objetivo geral consiste em analisar o perfil dos Negócios de Impacto no Ceará, com enfoque em suas principais características e evidências.

A relevância deste estudo reside no fato de que os Negócios de Impacto têm se consolidado como importantes agentes de inovação social e transformação socioambiental, despertando crescente interesse da literatura acadêmica e exigindo aprofundamento nas análises sobre sua atuação, potencialidades e desafios.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 CONCEITO NEGÓCIO DE IMPACTO

O enfrentamento de graves desafios socioambientais tem comprometido o acesso às condições de uma vida digna da população mais vulnerável da sociedade. Nesse contexto,

surtem novos modelos de organizações que aliam lucro e impacto social, os chamados Negócios de Impacto Social (Pereira e Teixeira, 2024). Algumas características comuns desse tipo de negócios são: necessidade de inovação, relevância do produto ou serviço fornecido, criação de uma produção replicável e escalar, construção de parcerias em rede e proximidade com o público.

Os negócios de impacto social são compreendidos como iniciativas que surgem da convergência entre duas lógicas historicamente distintas: a do setor privado, focado na eficiência, inovação, geração de valor econômico e sustentabilidade financeira, e a do terceiro setor, cuja missão é a resolução de problemas sociais, a promoção da cidadania e atuação em áreas de vulnerabilidade. Essa combinação permite estruturar modelos híbridos que aliam a capacidade de gestão e escalabilidade do mercado com a sensibilidade social e a experiência prática das organizações sem fins lucrativos.

Romani-Dias et al. (2017), afirma que os negócios de impacto social são entendidos como um tipo específico de empreendedorismo social. Para outros autores como Parente et al. (2011), o empreendedorismo social visa preencher as lacunas deixadas pelas empresas de economia tradicional, bem como dos governos, possuindo como diferencial a missão de criação de valor social, enquanto os demais empreendimentos visam, de forma prioritária, gerar lucro.

Nesse contexto, os empreendedores sociais devem desenvolver estratégias capazes de conferir credibilidade à iniciativa, convencendo as partes interessadas de que o empreendimento representa uma resposta adequada a um problema social relevante. Para tanto, é indispensável um planejamento capaz de mostrar como o negócio funcionará, produzirá resultados e gerará o impacto social pretendido (Barman, 2015), portanto, esse planejamento deve ser elaborado com foco suficiente para atrair investidores, oferecendo evidências de que o investimento será viável tanto do ponto de vista econômico quanto em termos de retorno social.

Segundo o Sebrae (2022) a motivação da existência dos negócios de impacto social é primordialmente ou exclusivamente por uma causa socioambiental, empreendimentos desse tipo, mostram que não há conflito entre ambição social e econômica. Dessa forma, os negócios sociais podem ser lucrativos e oferecer soluções escaláveis para atender o maior número de pessoas, oferecer produtos e serviços para melhorar a vida das pessoas, e estar em diferentes estágios, isto é, desde negócios que estão iniciando suas atividades até negócios que já possuem ampla experiência (Artemisia, 2018).

Neste sentido, pode-se dizer que existe um alinhamento de que o negócio de impacto tem como foco central a busca de solução para um problema socioambiental, com sustentabilidade financeira e compromisso com o monitoramento dos resultados alcançados.

2.2 TIPOLOGIAS DE NEGÓCIOS DE IMPACTO: DIVERSIDADE ORGANIZACIONAL E ESTRATÉGIAS DE ATUAÇÃO

Os negócios de impacto compõem um campo emergente que busca conciliar objetivos financeiros com a geração intencional e mensurável de impacto socioambiental positivo. Embora compartilhem algumas características com o empreendedorismo social, os negócios de impacto distinguem-se por seu foco explícito na viabilidade econômica como meio de escalar soluções para desafios sociais e ambientais. Dada essa complexidade, diferentes tipologias vêm sendo propostas na literatura para classificar essas iniciativas segundo suas estruturas, modelos de operação e estratégias de impacto.

Uma das classificações mais influentes é a da Força Tarefa de Finanças Sociais (2014), que define negócios de impacto como organizações que: (I) têm a intenção clara de gerar impacto social ou ambiental positivo; (II) adotam práticas de mensuração de impacto; e (III) possuem um modelo de negócios economicamente sustentável. A partir desses critérios, os negócios de impacto podem ser agrupados de acordo com o grau de dependência de capital

filantrópico ou de investimento de impacto, variando entre modelos mais próximos do setor tradicional (com fins lucrativos) e organizações híbridas ou até sem fins lucrativos com geração parcial de receita.

No contexto latino-americano, especialmente no Brasil, a Pipe.Social (2017) propôs uma tipologia prática a partir da análise de centenas de negócios mapeados no país. Segundo essa classificação, os negócios de impacto podem ser agrupados em quatro grandes categorias:

- Negócios com Produto ou Serviço de Impacto – Organizações cujo impacto está diretamente relacionado à oferta principal, como soluções de educação, saúde, habitação ou inclusão financeira.

- Negócios com Modelo Operacional de Impacto – Organizações que geram impacto por meio de sua cadeia de valor, como ao contratar populações vulneráveis ou priorizar fornecedores locais.

- Negócios com Público-Alvo de Impacto – Negócios que atendem, prioritariamente, populações em situação de vulnerabilidade ou regiões com baixo índice de desenvolvimento.

- Negócios com Múltiplas Dimensões de Impacto – Iniciativas que combinam várias das dimensões anteriores, com um modelo mais complexo de impacto e métricas variadas.

No Ceará (2025), a tipologia utilizada pela Aliança pelo Impacto estabelece que, para um negócio ser classificado como Negócio de Impacto Socioambiental (NIS), o empreendimento deve possuir pelo menos três dos quatro critérios: (I) intencionalidade de impacto, (II) solução integrada ao modelo de negócio, (III) sustentabilidade financeira baseada na lógica de mercado, e (IV) compromisso com o monitoramento do impacto

Outra abordagem relevante é apresentada por Thompson e Doherty (2006), que propõem uma matriz com base em dois eixos: (I) a primazia da missão social versus a missão econômica e (II) o grau de controle comunitário sobre a organização. Essa matriz ajuda a posicionar os negócios de impacto tanto em relação a empreendimentos puramente comerciais quanto a iniciativas do terceiro setor.

Além disso, é possível considerar uma tipologia funcional, baseada nas áreas temáticas de atuação, como educação, saúde, mobilidade, habitação, alimentação, finanças inclusivas e meio ambiente. Essa abordagem facilita a análise de impacto por setor e contribui para o desenvolvimento de métricas específicas, adaptadas à natureza da intervenção.

Em síntese, as diferentes tipologias de negócios de impacto revelam a complexidade e a heterogeneidade desse campo, reforçando a ideia de que não se trata de um modelo único, mas de um ecossistema em constante evolução. As classificações existentes contribuem para o avanço do debate teórico e para o fortalecimento de políticas públicas, marcos regulatórios e mecanismos de financiamento orientados ao impacto.

3 METODOLOGIA

A pesquisa é do tipo explicativa em relação aos seus propósitos, segundo Gil (2019) “essas pesquisas têm como preocupação central identificar os fatores que determinam ou contribuem para a ocorrência dos fenômenos”. E segue uma abordagem qualitativa para abordar o problema de pesquisa.

A primeira etapa da pesquisa foi a bibliográfica realizada por meio dos artigos de revistas científicas para aprofundar o conhecimento acerca os NIs. Em seguida, procedeu-se a coleta de dados e realização da análise foi por meio do Mapa de Negócios de Impacto Socioambiental no Brasil 2023, da Pipe Social, e do primeiro Mapeamento de Negócios de Impacto Socioambiental Ceará 2025, feito pela Coalizão pelo Impacto e com apoio de órgãos como o Governo do Estado do Ceará e a Agência de Desenvolvimento do Estado do Ceará (ADECE). Os dados do Mapa do Ceará compreenderam a coleta realizado no período de dezembro de 2024 e janeiro de 2025, visando identificar os atores do ecossistema de impacto. A análise combinou informações quantitativas sobre distribuição e tipologia dos negócios com

elementos qualitativos relacionados ao perfil dos empreendedores. Essa estratégia metodológica possibilitou uma compreensão mais abrangente da realidade dos negócios de impacto no Ceará

4 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

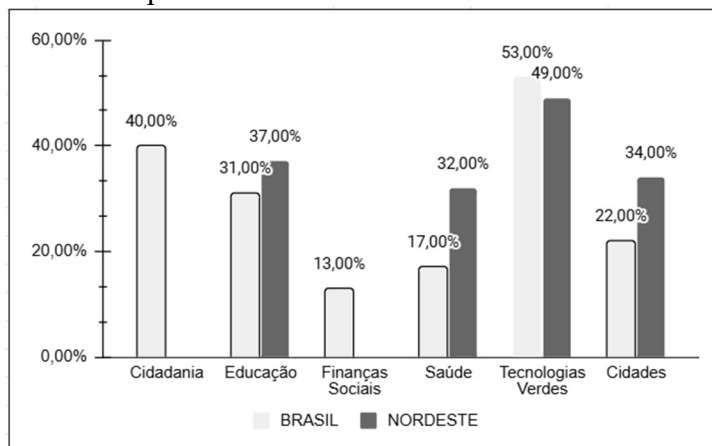
Mapa de Negócios de Impacto Socioambiental 2023 do Brasil tem-se os dados de 1011 empresas NIs em operação.

A distribuição por região do Brasil de NIs em primeiro lugar está o Sudeste com 58% e em seguida o Sul com 14% em terceiro fica o Nordeste com 12%. Das empresas analisadas 44% então funcionando a mais de 5 anos.

Quanto aos modelos de negócios que estão em destaque no Brasil são: B2B (*business to business*), empresas que fazem parceria com outras empresas para chegarem ao consumidor, com 59% e em segundo B2B2C (*business to business to consume*), onde o consumidor final é o público alvo das vendas de produtos ou serviços, com 36%, outro modelo em destaque é o método de receita mais significativa; possui venda diretas recorrentes com 40%, prestação de serviços com 36%, e B2C (*business to consumer*) com 33%. No Ceará a distribuição é um pouco diferente, em primeiro lugar B2C, (33,06%) e em seguida B2B (32,26%), evidenciando uma participação mais equilibrada nas modalidades.

As áreas de atuação, alinhadas as ODS do NIs são em primeiro lugar tecnologias verdes (53%) e seguido da cidadania (40%). Já no Nordeste as áreas de atuação dos NIs primeiro lugar tecnologias verdes (49%), mas em seguida vem o eixo educação (37%), conforme verifica-se na Figura 1.

Figura 1 - Seis verticais de impacto socioambiental 2023-2025



Fonte: Elaborado pelos autores com base (Pipe Social, 2023; Impacta Ceará, 2025)

Conforme o Mapeamento de Negócios de Impacto Socioambiental Ceará (2025), o Nordeste possui 15,9 % de negócios de impacto em relação ao total do Brasil, evidenciando um aumento em relações ao mapeamento anterior, realizado pela Pipe Social (2023) que era 12%. Destaca-se que 73,21% das NIs no Ceará estão localizadas na capital do Estado, a cidade de Fortaleza.

Nas empresas analisadas no Ceará também pode se destacar que 69,64% das empresas são formalizadas. Destacando que se tem em primeiro lugar LTDA com 28,57% e em seguida Microempreendedor Individual (MEI) com 26,79%.

Como pode-se ver na Tabela 1, o gênero dos fundadores das NIs são bem diferentes em comparação ao Brasil com o Ceará. No Ceará percebe-se que há uma maior quantidade de mulheres empreendedoras (59%), enquanto no Brasil é quase equivalente às porcentagens de homens (22%) e mulheres (21%). Essa característica peculiar no Ceará advém que as mulheres cearenses estão na vanguarda do empreendedorismo, e também são provedoras do sustento

familiar. Segundo os dados de novembro de 2024 da Junta Comercial do Estado do Ceará (JUCEC), 631.259 mulheres são sócias de empresas, mostrando a grande força feminina na economia local. Para o ano de 2025 este crescimento aumenta no mês de março, no qual foram abertas 12.371 novas empresas por mulheres, principalmente nos setores de Serviços e Comércio (PORTAL DO GOVERNO DO ESTADO DO CEARÁ, 2025). Também se acrescenta os incentivos públicos para mulheres empreendedoras, principalmente em projetos na capital, da Secretaria Municipal do Desenvolvimento Econômico (SDE) da prefeitura de Fortaleza.

Tabela 1 – Gênero dos fundadores\gestores dos NIs

	Brasil	Ceará
Apenas Homens	22%	35,9%
Apenas Mulheres	21%	59%

Fonte: Elaborado pelos autores com base (Pipe Social, 2023; Impacta Ceará, 2025)

Com relação a raça dos fundadores tanto no Brasil quanto no Ceará os brancos lideram com 49% e 41,3% respectivamente, mas no Ceará percebe-se que tantos nos meios acadêmicos como SEBRAE o incentivo e a projetos motivadores para empreendedoras negras. Porém aqui no Ceará não tivemos nenhum dado de indígenas como gestores de NIs, enquanto no Brasil tivemos 19% que foi uma quantidade bem significativa em relação com as outras raças na pesquisa.

Tabela 2 – Raça dos fundadores\gestores dos NIs

	Brasil	Ceará
Branco	49%	41,3%
Pardos/Mulatos	17%	28%
Negros	13%	22,68%
Amarelos orig. oriental	2%	4%
Indígenas	19%	0%
Não quiseram declarar	8%	4%

Fonte: Elaborado pelos autores com base (Pipe Social, 2023; Impacta Ceará, 2025)

Enquanto no Brasil a faixa etária dos gestores do NIs concentra-se entre os 30 a 39 anos (33%), no Ceará este concentrado na faixa etária entre os 25 a 34 anos (46,7%).

Com essas informações percebe-se que as NIs estão ganhando um mercado significativo tanto no Brasil quanto no Ceará, principalmente na capital Fortaleza, com 73,2%. Nota-se que ainda faltam incentivos e conhecimento sobre esse novo tipo de negócios que está em ascensão que são os Negócios de Impacto (NIs). Além disso, os consumidores de hoje são muito mais conscientes e buscam produtos e serviços de empresas preocupadas com a resolução dos problemas socioambientais que o mundo enfrenta.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Na pesquisa inicial percebe-se as nuances para identificar as atividades exercidas pelas empresas como Negócio de Impacto, pois nem sempre ações sociais e ambientais executadas pelas empresas podem entrar nesta classificação de negócio. No Ceará, a maioria das empresas identificadas como NIs estão concentradas em Fortaleza, atuando em sua maioria nas áreas de tecnologias verdes e educação, fundadas por mulheres, e de cor branca, na faixa etária entre 25 a 34 anos.

Percebe-se no Ceará que existem meios de incentivos, tanto da área públicas, como entidades acadêmicas e o SEBRAE, mas ainda são incipientes, visto que ainda existem muitas adversidades enfrentadas por aqueles que estão à frente de uma NIs. Dentre as dificuldades encontradas nos negócios de impacto estão: falta de recursos e investimentos financeiros, dificuldade no acesso ao mercado e clientes, conhecimento e expertise em gestão e estruturação do negócio, e por fim, a mão de obra qualificada.

Espera-se que com esta simplificada análise, desperte o interesse no estudo e pesquisa do NIs principalmente no contexto Ceará, expandido futuramente para uma análise temporal.

REFERÊNCIAS

- ARTEMISIA. **Negócios Sociais**. 2018. Disponível em: <<https://artemisia.org.br/>>. Acesso em: 21 set. 2025.
- BARKI, E. **Negócios de impacto: tendência ou modismo?**. GV Executivo, v. 14, n 1, p. 14-17, 2015
- BARMAN, Emily. Of Principle and Principal: Value Plurality in the Market of Impact Investing. **Valuation Studies**, [S. l.], v. 3, n. 1, p. 9–44, 2015. Disponível em: <https://11nq.com/VVYsj>. Acesso em: 22 sep. 2025.
- EMPREENDEDORISMO feminino ganha força no Ceará e mostra o protagonismo das mulheres na economia local. **Portal do Governo do Estado do Ceará**. Ceará, 19 nov. 2024. Disponível em: <https://sl1nk.com/wPCVy>. Acesso em: 19 set. 2025.
- FORÇA TAREFA DE FINANÇAS SOCIAIS. *Impact investment: The invisible heart of markets*. G8 Social Impact Investment Taskforce, 2014. Disponível em: <https://www.socialinvestment.org>. Acesso em: 10 abr. 2025.
- GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 7.ed. São Paulo: Atlas, 2019.
- IMPACTA CEARÁ. *Relatório Impacta Ceará: Mapeamento de Negócios de Impacto Socioambiental Ceará 2025*. Disponível em: <https://impactaceara.com.br/>. Acesso em 10 de set. 2025.
- PARENTE, Cristina; SANTOS, Mónica., CHAVES, Rosário Rito; COSTA, Daniel. Empreendedorismo social: Contributos teóricos para a sua definição. **14º Encontro Nacional de Sociologia Industrial, das Organizações e do Trabalho**, Lisboa, Portugal.2011
- PEREIRA , Raphaela Amaoka Bernardino; TEIXEIRA , Maria Luisa Mendes. Negócios de Impacto Social: abordagens, convergências e divergências conceituais. **Revista Organizações em Contexto**, [S. l.], v. 20, n. 39, 2024. Disponível em: <https://revistas.metodista.br/index.php/organizacaoesemcontexto/article/view/22>. Acesso em: 21 set. 2025.
- PESSANHA, H. O Movimento CHOICE e a criação de negócios de impacto no Brasil. **Cadernos de Gestão e Empreendedorismo**, v. 2, n. 1, p. 01–09, 2014.
- PETRINI, M.; SCHERER, P.; BACK, L. Modelo de negócios com impacto social. **RAE**, v. 56, n. 2, p. 209–225, 2016.
- PIPE.SOCIAL. *Mapa de Negócios de Impacto Socioambiental 2023*. São Paulo: Pipe.Labo, 2023. Disponível em: mapa2023.pipelabo.com. Acesso em: 10 set. 2025.7
- PIPE.SOCIAL. *Mapa de Negócios de Impacto Social + Ambiental 2017*. São Paulo: Pipe.Labo, 2017. Disponível em: <https://mapa.pipesocial.org>. Acesso em: 10 abr. 2025.
- ROMANI-DIAS, Marcello; IIZUKA, Edson Sadao; WALCHHUTTER, Seimor; BARBOSA, Aline Dos Santos. Agenda de Pesquisa em Empreendedorismo Social e Negócios Sociais. **Revista de Administração, Contabilidade e Economia da Fundace**, v. 8, n. 3, p. 156-173, 2017.
- SEBRAE. **Negócios de impacto: tudo que você precisa saber**. [S. l.]: Sebrae, 2022. Disponível em: <https://11nq.com/r3RJw>. Acesso em: 21 set. 2025
- SEBRAE. **Empreendedorismo negro é tema de debate em Fortaleza (CE)**. [S. l.]: Sebrae, 2023. Disponível em: <https://11nq.com/nVgLg>. Acesso em: 21 set. 2025
- THOMPSON, J.; DOHERTY, B. The diverse world of social enterprise: A collection of social enterprise stories. *International Journal of Social Economics*, v. 33, n. 5/6, p. 361–375, 2006. Disponível em: <https://sl1nk.com/gBQWU>. Acesso em: 23. Abr. 2024