



Universidade Federal de Sergipe  
Centro de Ciências Sociais Aplicadas  
Departamento de Administração

CLAYNARA BORGES DANTAS DOS SANTOS

**INVESTIMENTO DE IMPACTO E NEGÓCIOS SOCIAIS NO  
SETOR DA CONSTRUÇÃO CIVIL NO ESTADO DE SERGIPE:  
PERSPECTIVAS, CONTRIBUIÇÕES E DESAFIOS**

São Cristóvão - SE

2025

CLAYNARA BORGES DANTAS DOS SANTOS

**INVESTIMENTO DE IMPACTO E NEGÓCIOS SOCIAIS NO  
SETOR DA CONSTRUÇÃO CIVIL NO ESTADO DE SERGIPE:  
PERSPECTIVAS, CONTRIBUIÇÕES E DESAFIOS**

Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) apresentado ao Departamento de Administração do Centro de Ciências Sociais Aplicadas da Universidade Federal de Sergipe (UFS), como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel em Administração, em cumprimento às Normas regulamentadas pela Resolução no 70/2023/CONEPE.

**Orientadora:** Prof. Me. Emanuela Rocha Mota

São Cristóvão - SE

2025

**INVESTIMENTO DE IMPACTO E NEGÓCIOS SOCIAIS NO  
SETOR DA CONSTRUÇÃO CIVIL NO ESTADO DE SERGIPE:  
PERSPECTIVAS, CONTRIBUIÇÕES E DESAFIOS**

CLAYNARA BORGES DANTAS DOS SANTOS

Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) apresentado ao Departamento de Administração do Centro de Ciências Sociais Aplicadas da Universidade Federal de Sergipe (UFS), como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel em Administração, em cumprimento às Normas regulamentadas pela Resolução no 70/2023/CONEPE.

**BANCA EXAMINADORA:**

---

Me. Emanuela Rocha Mota. (Orientadora)  
Universidade Federal de Sergipe

---

Prof. Dr. Antônio Vinicius Silva Caldas. (Membro interno)  
Universidade Federal de Sergipe

---

Prof. Me. Rodrigo Garcia Duarte. (Membro interno)  
Universidade Federal de Sergipe

São Cristóvão - SE

2025

## RESUMO

Diante da crescente presença dos termos Investimentos de Impacto e Negócios Sociais nos debates em espaços colaborativos, estes ainda contrastam com os desafios de sua compreensão e aplicação no ambiente empresarial. Estes debates propõem um novo modelo de atuação voltado à geração de valor social e ambiental aliados ao retorno financeiro. O presente trabalho tem como objetivo entender as perspectivas, a compreensão, a adoção dos conceitos de investimento de impacto, negócios sociais e os desafios dentro do contexto do setor da construção civil no estado de Sergipe. Com base em uma abordagem qualitativa, utilizando entrevistas como método, o estudo indicou que o conhecimento ainda limitado sobre os temas, embora iniciativas relacionadas aos temas já estejam presentes em algumas organizações. Como principais barreiras, a cultura organizacional conservadora, a ausência de articulação e o papel ainda incipiente do poder público, direcionada às ações voltadas aos temas. Por outro lado, a intenção majoritária por parte das organizações em dar início ou ampliar iniciativas de impacto socioambiental, apresentam tendências sobre o potencial de crescimento sobre o tema. O estudo evidenciou um grande potencial para que tais práticas se tornem mais relevantes no Estado. Para alcançar isso, se mostrou fundamental reforçar as redes de colaboração, aprimorar a capacitação, visando a consolidação de práticas empresariais que aliem retorno econômico e transformação socioambiental.

**Palavras-Chave:** Investimento de Impacto. Negócios Sociais. Valor Socioambiental. Construção Civil.

## **ABSTRACT**

Given the growing presence of the terms Impact Investment and Social Enterprises in collaborative spaces, their understanding and application still face significant challenges within the business environment. These discussions propose a new model of action focused on generating social and environmental value combined with financial returns. This study aims to explore the perspectives, understanding, and adoption of the concepts of impact investment and social enterprises, as well as the challenges involved, within the context of the construction sector in the state of Sergipe, Brazil. Based on a qualitative approach using interviews as the primary method, the research indicated that knowledge of these concepts remains limited, although related initiatives are already present in some organizations. The main barriers identified include a conservative organizational culture, a lack of coordinated efforts, and the incipient role of the public sector in supporting such initiatives. On the other hand, most organizations expressed an intention to start or expand socio-environmental impact initiatives, pointing to a growing potential for the adoption of these practices. The study highlights the strong potential for these concepts to gain relevance in the region. To achieve this, strengthening collaborative networks and improving training efforts are essential for consolidating business practices that combine economic return with socio-environmental transformation.

**Keywords:** Impact Investment. Social Enterprises. Socio-environmental Value. Construction Industry.

## LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ABNT .....	Associação Brasileira de Normas Técnicas
ANDE .....	<i>Aspen Network of Development Entrepreneurs</i>
CNI .....	Confederação Nacional da Indústria
CONAE .....	Classificação Nacional de Atividades Econômicas
CONAMA .....	Conselho Nacional do Meio Ambiente
EIA .....	Estudos de Impacto Ambiental
ENIMPACTO .....	Estratégia Nacional de Investimentos e Negócios de Impacto
ESG .....	Meio ambiente, Social e Governança
FAO .....	Organização das Nações Unidas para a Alimentação e a Agricultura
GSG .....	<i>Global Steering Group</i>
IBGE .....	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
ICE .....	Instituto de Cidadania Empresarial
ISP .....	Investimento Social Privado
PNAD .....	Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios
RIMA .....	Relatórios de Impacto Ambiental

## LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Taxonomia dos negócios com impacto social.....	28
Quadro 2 - Principais elementos observados na geração de valor social .....	31
Quadro 3 - Divisão Blocos Temáticos .....	42
Quadro 4 - Empresas Seleccionadas para Pesquisa .....	47

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Investimento de impacto no espectro de investimento .....	19
Figura 2 - Ciclo de investimento de impacto .....	22
Figura 3 - A Pirâmide Econômica.....	26
Figura 4 - PIB Construção Civil .....	34
Figura 5 - Composição Setorial - Participação percentual no PIB industrial.....	36
Figura 6 - Resumo do Roteiro da entrevista .....	44
Figura 7 - Roteiro da entrevista: Geração de Valor Socioambiental.....	44
Figura 8 - Roteiro da entrevista: Conhecimento sobre Investimento de Impacto e Negócios Sociais.....	45
Figura 9 - Roteiro da entrevista: Perspectivas, Desafios e Oportunidades.....	46
Figura 10 - Roteiro da entrevista: Comentários Finais.....	46
Figura 11 - Área de Atuação das Organizações .....	50
Figura 12 - Origem das Empresas Convidadas .....	51
Figura 13 - Tempo de Atuação Médio das Organizações.....	51
Figura 14 - Nível Hierárquico Ocupado.....	52
Figura 15 - Conceito de Geração de Valor Socioambiental.....	53
Figura 16 - Ponto de Vista dos Participantes Sobre o Termo de “Valor Socioambiental” .....	54
Figura 17 - Opinião dos participantes do que é gerar “Valor Socioambiental”..	55
Figura 18 - Conhecimento sobre os termos “Investimento de Impacto” e “Negócios Sociais” .....	56
Figura 19 - Opinião dos Participantes Sobre o que é Gerar Impacto Social.....	57
Figura 20 - Opinião dos Participantes Sobre Como Um Negócio Social Deveria Atuar.....	58
Figura 21 - Atividades que Relaciona com Investimentos de Impacto e os Negócios Sociais .....	59
Figura 22 - Quais Práticas São Realizadas .....	60
Figura 23 - Iniciar, Ampliar ou Reduzir Atividades Voltadas para gerar Impacto Social.....	60
Figura 24 - Quais Áreas as Empresas Pretendiam Iniciar ou Ampliar .....	61
Figura 25 - Motivos que distanciam as suas Organizações em Relação aos Temas .....	62

Figura 26 - Visão Sobre a Atuação das Empresas Sergipanas Relacionada aos Temas .....	63
Figura 27 - Como se Enxerga a Participação das Empresas Sergipanas .....	64
Figura 28 - Conexão Entre Iniciativas de Diferentes Empresas do Setor .....	64
Figura 29 – Visão da Importância do Poder Público .....	65
Figura 30 - Visões de como se Percebe a Atuação do Setor Público.....	66
Figura 31 - Percepções e Reflexões sobre o Estudo.....	67

## **LISTA DE TABELAS**

Tabela 1 - Estrutura detalhada da CNAE, seção F - Construção .....	35
Tabela 2 - Informações Gerais Sobre os Entrevistados.....	49

## Sumário

<b>1. INTRODUÇÃO</b> .....	<b>12</b>
1.1. OBJETIVOS .....	14
1.1.1. Objetivo Geral .....	14
1.1.2. Objetivos Específicos .....	14
1.2. JUSTIFICATIVA .....	15
<b>2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA</b> .....	<b>18</b>
2.1. Investimento de Impacto .....	18
2.2. Negócios Sociais .....	25
2.3. Desafios na Geração de Valor Social .....	29
2.4. O Setor da Construção Civil .....	33
2.4.1. Construção Civil - Panorama Nacional e Regulação Socioambiental .....	34
2.4.2. Construção Civil - Valores Socioambiental e Investimentos de Impacto .....	38
<b>3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS</b> .....	<b>41</b>
3.1. Caracterização do Estudo .....	41
3.2. Método da Pesquisa .....	42
3.3. Coleta de Dados .....	42
3.4. Seleção dos Casos .....	46
3.5. Análise de Dados .....	48
<b>4. ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS</b> .....	<b>49</b>
4.1. Mapeamento e Caracterização da Seleção .....	49
4.2. Conhecimento sobre Investimentos de Impacto, Negócios Sociais e Valor Socioambiental .....	52
4.3. Conscientização e Adoção de Práticas de Investimento de Impacto e Negócios Sociais .....	58
4.4. Desafios e Oportunidades para o Desenvolvimento dos Negócios Sociais e Investimento de Impacto .....	62
4.5. Percepções e Reflexões sobre o Estudo .....	66
<b>5. CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	<b>68</b>
<b>REFERÊNCIAS</b> .....	<b>70</b>
<b>APÊNDICE A</b> .....	<b>77</b>

## 1. INTRODUÇÃO

Segundo o relatório da organização Oxfam (2016), 62 pessoas no mundo concentram uma riqueza proporcional à 3,6 bilhões mais pobres do planeta. Em outro estudo mais recente, de acordo com o novo relatório da organização Oxfam (2020), os bilionários do mundo somados, detinham mais riqueza do que 4,6 bilhões de pessoas, o que evidencia uma crescente desigualdade econômica. No Brasil, a situação não é diferente: apenas seis pessoas possuem a riqueza equivalente ao patrimônio dos 100 milhões de brasileiros mais pobres. Em adicional, os 5% mais ricos possuem uma quantidade compatível com a renda dos 95% da população restante (Oxfam Brasil, 2017).

Esses dados destacam um cenário de necessidade e importância por um crescimento do setor privado em lidar e mitigar os desafios enfrentados pela sociedade contemporânea. Conforme observado por Hartman, Rubin e Dhanda (2007), as empresas estão cada vez mais dispostas a adotar uma postura formalmente responsável em relação aos impactos socioambientais que podem surgir em suas comunidades. Dentro desta perspectiva Kotler (2010), destaca que é cada vez mais comum e crucial que as empresas busquem construir uma imagem institucional alinhada ao conceito de sustentabilidade como parte integrante de seu posicionamento de marca.

Nesse contexto, os termos "negócios sociais" e "investimento de impacto" surgem como conceitos amplamente reconhecidos por aqueles que os enxergam como instrumentos capazes de promover impactos positivos na sociedade e no meio ambiente por meio da atividade empresarial.

Para esclarecer inicialmente os conceitos desses termos, buscando seu entendimento, menciona-se conforme descrito no edital do Prêmio ICE 2017 - Finanças Sociais e Negócios de Impacto, que negócios sociais podem ser definidos como, empreendimentos voltados a buscar soluções de problemas sociais, que devem ser financeiramente autossustentáveis, e os ganhos devem ser reinvestidos no próprio crescimento, na recuperação do capital e em fundos de reserva. (ICE - Instituto de Cidadania Empresarial, 2017).

Já o termo investimento de impacto, por sua vez, não possui uma definição única. Uma das principais definições, de acordo com o *Global Impact Investing Network*, traz a ideia de que os investimentos de impacto são aqueles realizados com o objetivo de gerar benefícios sociais e ambientais positivos, ao mesmo tempo em que se busca o retorno financeiro para os investidores (GIIN, 2016).

No contexto do Brasil, conforme destacado por Gonçalves (2017), o surgimento de organizações com a missão de gerar impacto social positivo ganhou destaque após 2007 como uma tendência global, intercorreu com a criação de diversos fundos de investimento por parte de institutos, fundações familiares e empresariais. Contudo, mesmo que o conceito esteja em expansão, muitas empresas e investidores ainda não compreendem inteiramente o que são investimentos de impacto ou como eles podem ser integrados aos seus modelos de negócios.

Essas considerações levam-se a questionar as práticas adotadas pelas empresas no Brasil, especialmente nos setores que interagem diretamente com a sociedade, oferecendo produtos e serviços para milhões de brasileiros. A isso se soma o crescente interesse dos consumidores pela origem dos produtos e serviços que consomem, no contexto dos pilares do ESG (Meio ambiente, Social e Governança<sup>1</sup>), revelando uma notável preocupação com o impacto social em que as empresas têm no dia a dia da sociedade e os impactos para o meio ambiente (Marques, 2020).

Em 2017, foi lançado em diversas plataformas de streaming digital um documentário chamado “Um Novo Capitalismo” produzido pela Talk Filmes e pela Dois e Meio Inteligência em Negócios Sociais. Nele, é contada a história de cinco empreendedores sociais do Brasil, da Índia e do México que lutam por uma alternativa para o futuro: construir um novo capitalismo, mais humano e justo. Fundadores de empresas com impacto social, eles creem que é possível ter

---

<sup>1</sup> ESG (*Environmental, Social and Governance*)

negócios lucrativos, e ao mesmo tempo, contribuir com a diminuição da pobreza no mundo.

Dessa forma, este estudo busca entender de que forma os conceitos de negócios sociais e investimentos de impacto podem ser usados como ferramentas eficazes para promover mudanças positivas. A pesquisa procura entender os desafios que surgem ao tentar aplicar esses modelos no setor privado no âmbito da construção civil no Estado de Sergipe. Entre as principais barreiras estão a falta de uma compreensão clara sobre os conceitos, dificuldades na mensuração do impacto e a resistência às mudanças em relação aos modelos tradicionais de negócio. Mesmo assim, o estudo pretende trazer reflexões que possam incentivar a adoção de práticas mais sustentáveis, inclusivas e alinhadas com os princípios dos temas analisados.

## **1.1. OBJETIVOS**

### **1.1.1. Objetivo Geral**

Analisar as perspectivas, contribuições e desafios das empresas sergipanas atuantes no setor da construção civil sobre os temas relacionados a negócios sociais e investimento de impacto.

### **1.1.2. Objetivos Específicos**

- a) Investigar qual o nível de conhecimento das empresas atuantes no setor referente ao conceito de valor social, investimento de impacto e negócios sociais;
- b) Verificar, se/ou, como as empresas atuantes neste setor estão gerando valor socioambiental no Estado de Sergipe;
- c) Identificar se as empresas sergipanas atuantes no setor da construção civil avaliam o Negócio Social e os Investimentos de Impacto na geração de valor em seus negócios;
- d) Investigar perspectivas, contribuições e desafios para o desenvolvimento dos negócios em relação à negócios sociais e investimento de impacto na visão das empresas sergipanas atuante no setor.

## 1.2. JUSTIFICATIVA

Sabe-se que as diferenças sociais e os problemas ambientais são questões que carregam a necessidade de soluções urgentes para manutenção da vida humana. Segundo Gonçalves (2017), nos últimos anos, a desigualdade social e escassez de recursos naturais e básicos vem aumentando de maneira significativa. Governos e órgãos públicos não conseguem sozinhos resolver esses problemas, considerando que mesmo que continuem buscando soluções, ainda se tem um cenário desfavorável. De acordo com o estudo da Oxfam (2016): 1% da população mais rica do mundo possui mais recursos que o todo restante combinado, assim a desigualdade social vem aumentando de maneira significativa e preocupante.

Dados da pesquisa do professor Fernandes (2018) destacou que o Brasil possui mais de 6,9 milhões de famílias sem habitação e 6 milhões de imóveis vazios. Outra pesquisa que reforça os dados apresentados vem da Fundação João Pinheiro em parceria com o PNAD Contínua, do IBGE de 2022, a pesquisa mostrou que o Brasil tem quase 6 milhões de famílias que não têm moradia ou que vivem em condições precárias, e o Censo do IBGE do mesmo ano, 2022, destaca que há mais de 11 milhões de domicílios estão vagos, o que caracteriza uma grave questão do déficit habitacional no país. Segundo Cunha, “quando mensuramos a quantidade de pessoas que não tem moradia ou que habitam em moradias precárias (submoradia), estamos avaliando a falta de infraestrutura básica” (Cunha, 2020, p. 60); que em um conjunto de fatores, retrata muito bem a desigualdade social de um país.

Quando associa-se o déficit habitacional com as questões ambientais, diversos fatores contribuem com os inúmeros desafios para termos uma sustentabilidade urbana e uma diminuição do déficit com um aumento do acesso a domicílios adequados. É conhecido que os processos de urbanização estão intrinsecamente associados aos crescentes impactos ambientais, temos que, de acordo com os dados mais recentes da FAO (*Food and Agriculture Organization*), 420 milhões de hectares de floresta foram perdidos no mundo devido ao desmatamento desde 1990. Os dados mostram que as taxas de desmatamento têm diminuído nas últimas décadas. Contudo, a taxa de

desmatamento ainda é cerca de 10 milhões de hectares anualmente. A dimensão e a rápida evolução dos problemas ambientais e climáticos explicitam que é necessária uma redução das emissões através da conservação e restauração florestal, algo que é vital. O Brasil é responsável por uma parcela significativa dessa devastação. Os dados indicam que o Brasil foi responsável por 43% do desmatamento global, em 2022, com isso, o país lidera uma estatística que prejudica sua imagem perante os demais países (FAO, 2020). Torna-se evidente que há necessidade de correções no modelo ambiental adotado, para que haja convergência nas metas ambientais assumidas pelo país e em com o crescimento esperado.

Dentro desse contexto, foi verificado por Vechi, Galardo, Texeira (2016) que, dos setores da economia, o ramo da construção civil é um dos que mais se apropria de recursos naturais e caracteriza-se pela ampla ocupação e transformação da paisagem. Sendo responsável por causar significativos impactos ambientais e sociais. No entanto, de acordo com Macedo e Martins (2015), o setor da construção civil nacional encontra-se em processo contínuo de expansão devido a sua importância para o desenvolvimento econômico, favorecendo mudanças sociais, ao mesmo tempo que pode ser uma ameaça à sustentabilidade no sentido de ocupar áreas que podem impactar a cidade, e meio ambiente natural. Destarte, é observado um paradoxo diante do exposto até o momento: Como encontrar soluções que permitam o desenvolvimento da construção, mas tenham um balanço socioambiental positivo?

Para isso, temas como investimentos de impacto e negócios sociais se tornam relevantes, pois, conforme já descrito, eles possuem como objetivo central gerar um impacto positivo à sociedade e/ou meio ambiente durante o seu desenvolvimento. Esses temas buscam, no poder de inovação do mercado e das pessoas, soluções a problemas em que o poder público não conseguiu ser eficiente.

Segundo Gonçalves (2017), os negócios sociais e os investimentos de impacto configuram uma tendência de mercado capaz de engajar diversos atores da cadeia produtiva, desde que estes percebam benefícios concretos.

Sendo assim, espera-se compreender como um setor tão relevante está atuando perante os temas no estado de Sergipe.

Assim, a presente pesquisa busca desenvolver, por meio de uma abordagem qualitativa, as percepções das empresas atuantes no setor da construção civil no Estado de Sergipe referente aos temas negócios sociais e investimento de impacto. Busca-se compreender o nível de conhecimento desses agentes sobre o tema, identificar se já realizam, realizaram ou demonstram interesse em desenvolver estratégias que promovam impacto socioambiental positivo, além de investigar as oportunidades percebidas por eles para o desenvolvimento de seus negócios.

Com base nesse contexto, o referencial teórico discute conceitos centrais para a pesquisa e algumas das principais contribuições acadêmicas. A metodologia adotada, inclui o delineamento da pesquisa e os critérios de amostragem e análise. Posteriormente, serão expostos os resultados obtidos e a análise das entrevistas realizadas com os agentes que representam suas empresas, apresentando as principais considerações sobre esse estudo, as limitações da pesquisa e sugestões para futuras investigações.

## 2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

No sentido de trazer uma perspectiva evolutiva e relacionada dos termos de interesse, Investimentos de Impacto e Negócios Sociais, com uma abordagem e foco no setor da Construção Civil em Sergipe, para posterior investigação, este referencial teórico apresenta pesquisas e estudos relacionados às transformações tecnológicas atuais, na perspectiva de enfrentamento de problemas ambientais e sociais. Conforme exposto até aqui, os construtos a seguir, buscam permitir um melhor entendimento sobre os tópicos e construção teórica que encaminharão para as análises e resultados.

### 2.1. Investimento de Impacto

O termo investimento de impacto não possui definição única. Os primeiros conceitos foram conduzidos pela organização Rockefeller, que cunhou o termo em 2007, divulgado no Bellagio Center, na Itália, organizado por Antony Bugg-Levine (Rockefeller, 2012).

A partir de 2010, com a entrada de grandes players globais, ganhou-se força com os conceitos trazidos pelo banco norte-americano J.P. Morgan. O banco J.P. Morgan define que, “são investimentos destinados a criar impacto positivo além do retorno financeiro. Como tal, eles exigem o gerenciamento do desempenho social e ambiental [...], além de risco e retorno financeiro.” (J.P. Morgan, 2010, p. 5)<sup>2</sup>.

Outro conceito, mais atual, é apresentado pelo Instituto de Cidadania Empresarial (ICE), no qual traz uma visão da utilização de recursos públicos e privados, onde são direcionadas a empresas ou negócios que têm como objetivo solucionar uma questão social e/ou ambiental da comunidade. Segundo o Instituto de Cidadania Empresarial (ICE),

---

<sup>2</sup> “Are investments intended to create positive impact beyond financial return. As such, they require the management of social and environmental performance [...] in addition to financial risk and return.” (J.P. Morgan, 2010, p. 5).

“Os Investimentos de Impacto são, portanto, recursos públicos e privados que podem ser direcionados para organizações, negócios e fundos comprometidos em gerar impacto socioambiental positivo, mensurável e rentabilidade financeira. O Investimento de Impacto envolve risco, retorno e impacto para beneficiar as pessoas e o planeta, alinhando objetivos financeiros e socioambientais. Seu impacto é mensurado e comprovado pela avaliação de impacto.” (ICE - Instituto de Cidadania Empresarial, 2021).

Essa definição reforça que os investimentos de impacto podem ser uma estratégia financeira, ao combinar rentabilidade econômica com benefícios sociais e ambientais mensuráveis. A partir desta afirmativa, os investimentos de impacto trazem uma ideia de beneficência, gerando simultaneamente, impactos socioambientais e retorno financeiro. E, nesse contexto, surgem os negócios de impacto, como a geração de valor social e ambiental, ao comprovar com métricas e objetivos que buscam uma rentabilidade financeira. Na figura 1, o Instituto de Cidadania Empresarial (ICE) traz uma mostra de como há diferença entre os tipos de investimentos, seus objetivos e impactos.

**Figura 1 - Investimento de impacto no espectro de investimento**



Fonte: Instituto de Cidadania Empresarial (ICE), adaptado pelo Sebrae, 2020.

A ideia de investir, ou seja, obter retorno financeiro, e ainda contribuir na solução de problemas sociais e ambientais recebeu maior atenção nos últimos anos. No entanto, o interesse e estudo deste tema não é recente. No fim do século XVII, alguns investidores ingleses já alinhavam seus interesses financeiros com valores sociais. Essa perspectiva é vista como um precursor do

que, séculos depois, evoluiria para o movimento de investimento de impacto (Bugg-Levine e Emerson, 2011).

No Brasil, durante a década de 1990 até meados dos anos 2000, iniciou-se o surgimento de organizações cuja única missão era de fundo social com a constituição de diversos institutos e fundações familiares e empresariais. Dentro desse contexto, a prática de aportes no Investimento Social Privado (ISP) tornou-se comum, o que pode ser entendido como o repasse voluntário de recursos privados de forma estruturada para projetos sociais, ambientais e culturais de interesse público (GIFE, 2015). O mercado de investimento de impacto começou a ganhar forma no Brasil após ser definido em 2007, e desde então, tornou-se um dos mercados mais promissores para investimentos que unem retorno financeiro e impacto socioambiental positivo (ANDE, 2016). Os principais fundos de investimento de impacto no Brasil possuem como campo de atuação o próprio país ou iniciativas em países estrangeiros em setores diversos como, por exemplo, habitação, saneamento e até inclusão financeira. (Gonçalves, 2017)

Bugg-Levine e Emerson (2011), traz uma conceituação onde os investimentos de impacto são alavancados por sua característica notória, a simplicidade. Isso acontece porque apresentam novas propostas para a visão tradicional e dualista na alocação de recursos, onde se destaca pela capacidade disruptiva desse modelo de unir retornos com impacto social e ambiental intencional. Soma-se a isto, o fato de que desconstruem a ideia de que investimentos com finalidade lucrativa devem gerar apenas retornos financeiros. Eles tornam possível que as pessoas invistam a nível de mercado para obtenção de retorno social (Bugg-Levine e Emerson, 2011).

A captação de investidores ainda é um grande desafio. Com intuito de atrair mais capital privado, foi necessário iniciar movimentos que unissem novos financiadores juntamente com recursos governamentais a fim de promover o movimento de realizar investimento em soluções para a resolução de problemas sociais e, simultaneamente, obter retorno financeiro. No ano de 2013 foi criada a Força Tarefa de Investimento de Impacto, uma iniciativa dos países do G7

(Grupo dos Sete<sup>3</sup>), que tinha como intuito avançar os investimentos de impacto naqueles países, no ano seguinte, esse movimento foi sucedido por uma nova organização, o *Global Steering Group* (GSG), e incluído novos países. O Brasil foi um dos novos integrantes do movimento, com isso, em 2014, foi criada a Força Tarefa Brasileira de Finanças Sociais (FTFS), com a tarefa de mapear, conectar e apoiar estratégias para captação de empreendedores, para o novo movimento de Investimentos e Negócios de Impacto no Brasil (ENIMPACTO, 2021).

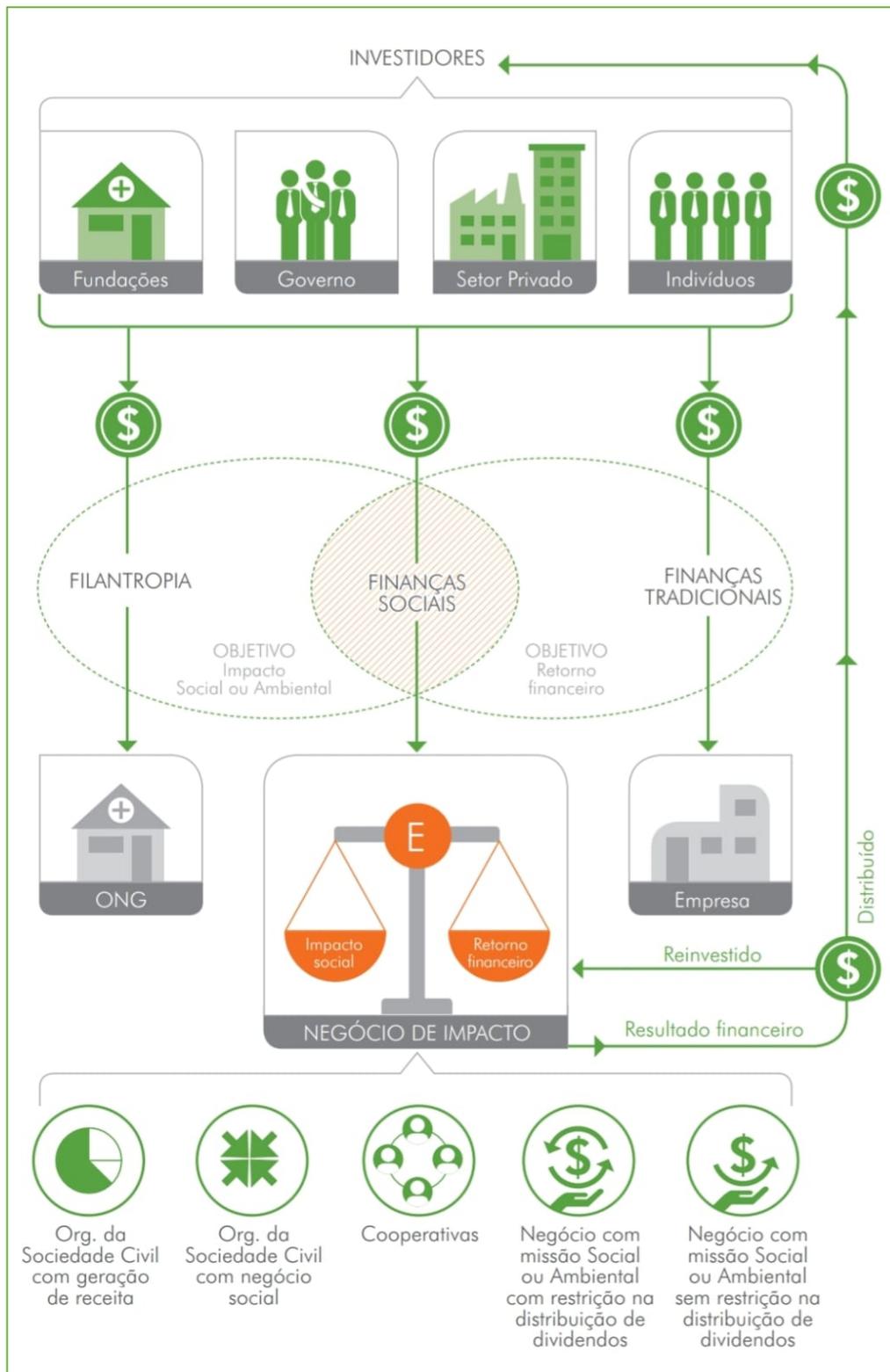
Investimentos e Negócios de Impacto, como caracterizado anteriormente, é um movimento que visa gerar impacto socioambiental e resultado financeiro positivo simultaneamente, a partir da mobilização de capital público ou privado. O direcionamento desses recursos, é chamado de Finanças Sociais, que funciona como um mecanismo financeiro para o ecossistema entre os agentes da causa e as demandas para o capital social, com isso, as Finanças Sociais se destacam em relação a filantropia e as finanças tradicionais (FTFS, 2015).

A Figura 2 ilustra diferenciação do Investimento de Impacto quando comparado com a filantropia e as finanças tradicionais. Além disso, a figura lista os principais atores desse ciclo (FTFS, 2015):

---

<sup>3</sup> O G7 é a abreviação de Grupo dos Sete, uma organização informal de líderes de algumas das maiores economias do mundo: Canadá, França, Alemanha, Itália, Japão, Reino Unido e Estados Unidos. Fonte: <https://www.cnnbrasil.com.br/internacional/saiba-o-que-e-o-g7-e-qual-a-importancia-da-cupula-de-lideres/>

**Figura 2 - Ciclo de investimento de impacto**



Fonte: Força Tarefa Brasileira de Finanças Sociais (FTFS) - Finanças Sociais: Soluções Para Desafios Sociais e Ambientais (2015).

A Força Tarefa Brasileira de Finanças Sociais (FTFS) esquematizou em quatro pilares, esse ecossistema, seus principais participantes e momentos no ciclo de investimento de impacto.

1. O primeiro pilar é o compromisso com impacto social positivo e retorno financeiro, iniciando com uma oferta do capital por parte daqueles que investem, doam ou até mesmo emprestam o dinheiro. Para exemplificar, é possível dizer que em sua composição, incluem organizações sociais de fomento, governos e órgãos públicos, instituições, setor privado, pessoas físicas, etc.
2. No segundo pilar, temos os mecanismos financeiros de impacto, são as ferramentas financeiras desenhadas para viabilizar a circulação e aplicação de capital em ações e Negócios de Impacto, são os atores da demanda de capital.
3. O terceiro pilar descreve os investimentos em modelos de negócios rentáveis que resolvam problemas sociais. Aqui, refere-se ao próprio Negócio de Impacto que são as empresas que estão a gerar o impacto socioambiental. Estas combinam soluções inovadoras para desafios sociais com sustentabilidade financeira, permitindo que o lucro seja reinvestido para ampliar o impacto.
4. O último pilar do ciclo consiste no monitoramento e mensuração do impacto. É, necessário garantir a transparência e efetividade das aplicações nos negócios de impacto. É, essencial medir periodicamente tanto os impactos sociais gerados quanto os resultados financeiros obtidos. Enfim, conectar participantes, acelerar negócios de impacto, estudar leis e regulamentações que sustentem o segmento, facilitando a circulação de capital, além de viabilizar o processo de reinvestimento. (FTFS, 2015)

É importante e relevante ressaltar a variedade de tipos de investimentos de impacto, que se diferenciam quanto ao risco inerente ao investimento e a forma de engajamento dos agentes. Essas características tornam as Finanças Sociais uma abordagem inovadora e eficaz para alinhar interesses econômicos

e sociais, sendo possível avaliar o que pode e o que não pode ser classificado como investimento de impacto.

Dentre as suas características, é necessário destacar as mais importantes e as que diferenciam o investimento de impacto dos investimentos sociais. Os autores Judith Rodin e Margot Brandenburg (2014), trazem uma contextualização de como esses termos se diferem:

- No centro do investimento de impacto está a presença de objetivos duplos – o desejo de alcançar ativamente resultados sociais ou ambientais positivos, bem como financeiros.
- O investimento de impacto pode complementar a filantropia e ser usado por filantropos, mas não é filantropia – Ao contrário de doações, os investimentos de impacto são realizados com a expectativa de retorno financeiro.
- O investimento de impacto vai além de "não causar danos" – é um investimento positivo feito em uma organização que tem o potencial de resolver um problema específico ou oferecer um serviço particular, ao mesmo tempo em que gera lucro ou, pelo menos, se torna financeiramente autossustentável.
- Tanto os investidores de impacto quanto os negócios em que investem – são considerados negócios de impacto. Embora sejam frequentemente, chamados de negócios sociais – acompanham métricas financeiras, sociais e ambientais relevantes em seus portfólios ou operações. (Rodin e Brandenburg, 2014, p. 7-8).

Fazendo uso dessas premissas, entende-se o que não pode ser classificado como investimento de impacto. Sendo assim, pode-se resumir a partir de Gonçalves (2017), que o direcionamento de recursos para fins sociais sem a premissa de retorno financeiro, nem que seja apenas o retorno do principal, não pode ser postulado como um investimento de impacto (Gonçalves, 2017, p. 51).

Por fim, Gonçalves (2017), alerta que a competição na indústria de investimento de impacto possui um significado interessante. Se a razão principal

de sua existência é potencializar e acelerar a resolução de problemas sociais que assolam milhões de pessoas no mundo em situação de pobreza extrema, a inovação, como mencionada anteriormente, trazida pelo investimento de impacto, parece só fazer sentido se os aprendizados do setor forem compartilhados com o maior número de pessoas possível.

## **2.2. Negócios Sociais**

A forma tradicional e capitalista de sociedade e de empresas com seus modelos predominante de maximização de lucros como objetivo final, sustentam no topo da pirâmide da economia global uma pequena parcela extremamente rica. E na base da pirâmide econômica, um grupo que vive predominantemente em situação de pobreza. Com isso, foi imprescindível impulsionar debates sobre a necessidade de rápidas transformações (Oxfam Brasil, 2020).

Na tentativa de buscar soluções a esses desafios, começam a trabalhar em novos modelos que gerem valor social. Os negócios sociais surgem como uma alternativa inovadora ao modelo empresarial tradicional. De acordo com Barki, et al. (2015), os chamados negócios sociais começaram a ganhar força logo após a premiação do Nobel da Paz, em 2006. Neste evento, Muhammad Yunus foi reconhecido pelo seu trabalho sobre microcrédito, no qual buscava a redução da vulnerabilidade dos mais pobres em Bangladesh. A partir desse momento, emerge um novo modelo de organização, tudo isso com o objetivo de resolver problemas sociais, utilizando os mecanismos de mercado.

Segundo Barki, et al. (2015, p. 380), “atualmente, o setor apresenta diversos conceitos: incluindo negócios, empreendedorismo social e negócios com impacto social, entre outros. Embora diferentes, todos eles têm em comum a noção de usar um modelo de negócios com um propósito maior”.

A existência de diferentes definições para o conceito de negócio social é destacada também por Rosa Maria Fischer (2014, p. 125) ao pontuar que para o termo, “por se tratar de fenômeno relativamente recente e em virtude da multiplicidade dos tipos de negócios que vem surgindo no âmbito dessa tendência não é possível utilizar uma nomenclatura única, [...]”.

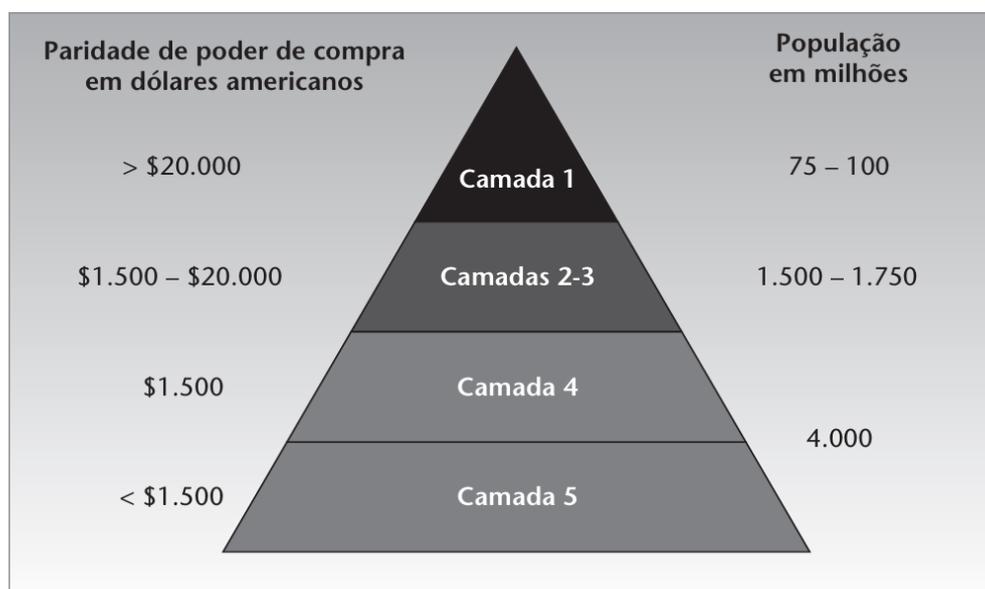
Os conceitos possuem diferentes linhas de abordagem. Os autores Iizuka, Varela e Larroudé (2015), destacam algumas vertentes que diferem de outros pesquisadores:

Diversos campos teóricos têm sido utilizados para compreender os negócios sociais. Entre eles, a abordagem econômica (Sen, 2010; Yunus, 2007), que valoriza as capacidades humanas e explora a possibilidade de construir um mundo sem pobreza; o campo da estratégia corporativa (Prahalad, 2005), que destaca a oportunidade de gerar riqueza na "base da pirâmide", atendendo consumidores de baixa renda; e os estudos organizacionais, mais especificamente sobre o hibridismo organizacional (Billis, 2010; Grassl, 2012; Trexler, 2008), que examinam organizações capazes de conciliar objetivos sociais e financeiros. (Iizuka, E. S.; Varela, C. A.; Larroudé, E. R. A, 2015, p. 387)

Para Amartya Sen (2000), o maior problema da pobreza reside na privação da liberdade humana. Para esse conceito, a forma crucial de reverter essa privação é por meio da geração de condições socioeconômicas favoráveis a esse público, como acesso à educação, serviços de saúde, geração de renda e moradia (Comini; Barki; Aguiar, 2012).

Para Prahalad (2005), os Negócios Sociais devem perseguir a melhoria de vida das populações que fazem parte do que foi denominado a "Base da Pirâmide", onde podemos observar na Figura 3:

**Figura 3 - A Pirâmide Econômica**



Fonte: C. K. Prahalad e Stuart Hart, 2002.

É possível notar que a Base da Pirâmide engloba a camada da população mundial composta por cerca de 4 bilhões de pessoas que vivem anualmente com menos de 2.000 dólares americanos per capita (Prahalad 2005; Prahalad e Hart, 2002).

Os negócios Sociais oferecem bens e serviços a esse público a fim de que seja possível melhorar as condições de vida dessa população gerando produtos que antes eram disponíveis somente às camadas mais privilegiadas (Comini; Barki; Aguiar, 2012).

Por fim, estudos trazem os negócios Sociais como organizações híbridas, ou seja, como empreendimentos que buscam atender a dois grandes objetivos simultaneamente, objetivos sociais e objetivos econômicos (Iizuka; Varela; Larroudé, 2015).

Apesar de haver um crescimento no número de artigos sobre negócios sociais e de algumas expressões serem de uso mais frequentes que outras, não se pode afirmar que elas possuem uma definição universalmente aceita. Ou se traduzem em conceitos definidos ou formam um campo bem delimitado. Principalmente, porque percebe-se diferentes pontos de vista sobre as características das iniciativas (Barki et al., 2015; Rosolen, Tiscoski, e Comini, 2014). Os negócios sociais caracterizam-se, em geral, por terem como principal propósito atender a interesses sociais, restringindo ou limitando a distribuição de lucros entre os sócios e investidores para reinvestir no próprio objeto social.

Dessa forma, adota-se aqui a conceito de negócios sociais como organizações que visam solucionar demandas relacionadas a problemas socioambientais, sendo possível através da oferta de produtos e serviços, seja incluindo indivíduos ou grupos. Essas companhias devem possuir seu próprio crescimento sustentável financeiro, sendo de escolha da próprias e dos investidores se haverá a distribuição de lucros. (Petrini; Scherer; Back, 2016)

Petrini, Scherer e Back (2016), apresentam uma análise de forma didática, desenvolvendo um quadro inspirado trabalho de Comini, Barki, Aguiar (2012). O Quadro 1 apresenta uma taxonomia dos tipos de negócios de impacto social para melhor entendimento do assunto. Sendo assim, é possível verificar que eles têm algumas particularidades, ao serem classificados pelos elementos relacionados aos (1) produtos ou serviços ofertados, (2) os clientes e (3) a estrutura de lucros.

**Quadro 1 - Taxonomia dos negócios com impacto social**

Negócios com impacto social			
	<i>Base of the pyramid</i>	Negócio social	Negócio inclusivo
Produtos ou serviços	Qualquer produto ou serviço para venda direta a população de baixa renda.	Que solucionem problemas ligados a pobreza (educação, saúde, habitação ou serviços financeiros), ao meio ambiente e aos portadores de necessidades especiais.	Qualquer produto ou serviço, desde que inclua a população de baixa renda no processo de produção, fornecimento ou distribuição.
Clientes	Exclusivamente para pessoas de baixa renda.	Preferencialmente pessoas de baixa renda.	Qualquer cliente: consumidores finais de qualquer classe social, ou ainda empresas que adquirem os produtos/ serviços.
Estrutura de lucros	Visa lucros, há distribuição de dividendos.	Não visa lucros.	Visa lucros, há distribuição de dividendos.
Exemplo	Empresa de grande porte que desenvolve um novo produto para venda, destinado a pessoas de baixa renda. Um exemplo é a Coca-Cola vendida a R\$1,00.	<i>Joint-venture</i> da Gramen Danone – grandes empresas investem dinheiro e conhecimento no processo de fabricação de iogurtes. O produto possui alto teor de nutrientes (benefício às crianças desnutridas) e é vendido a população de baixa renda por um preço acessível.	Empresa que compra a matéria prima de pessoas de baixa renda (alface). Os funcionários que limpam, embalam e distribuem o produto são pessoas da comunidade carente, logo os benefícios sociais gerados são emprego e renda aos produtores e distribuidores.

Fonte: Petrini, Scherer e Back, 2016, p. 213.

Numa visão de Brasil, os negócios inclusivos são aqueles que visam criar oportunidades de geração de renda para a população mais desassistida, em suma maioria, como descrita por Teodósio e Comini (2012). Este grupo é formado por mulheres e homens que vivem em estado de pobreza, com mais de 40 anos, possuindo fortes laços étnicos e baixa escolaridade, assim como jovens de regiões altamente vulneráveis e sem experiência previa de emprego. Ainda com relação ao Brasil, destaca que também não há apenas uma definição para a base da pirâmide social e econômica. Barki (2013, p. 22-23), traz que, “alguns autores a conceituam como pessoas que pertencem às classes C, D, e E. Outros usam como referência apenas às classes D e E. Há estudos que consideram apenas a renda do consumidor.”

Nesse sentido, é possível verificar que os negócios inclusivos no Brasil possuem uma orientação clara para a criação de oportunidades voltadas às populações mais vulneráveis, como forma de promover inclusão social e econômica. Esses desafios refletem as tensões entre um modelo econômico tradicional, fundamentado na acumulação de capital, e a lógica transformadora dos negócios sociais, que buscam redefinir o papel das empresas em um mundo mais justo e sustentável.

De forma a esclarecer aspectos de aplicação dos conceitos trazidos até aqui e relacioná-los, a próxima seção do referencial irá tratar de como gerar valor social.

### **2.3. Desafios na Geração de Valor Social**

Emerson (2003) fala sobre a ideia de *blended value*, que em sua definição esclarece como a geração de valor é formada por elementos sociais, ambientais e econômicos. Não é possível verificar um negócio ou iniciativa que fomente apenas impacto social ou impacto financeiro. Com essa abordagem, a geração de valor, está ligada a ideia da gestão da inovação e da determinação social associada a resolução de desafios socioambientais. Nesse contexto surgem o empreendedorismo social e os negócios sociais como respostas inovadoras aos desafios sociais e ambientais.

O empreendedorismo social é um tema que, nas últimas décadas, tem se destacado, porque inclui iniciativas que, embora possam ou não gerar ganhos, buscam soluções para questões estruturais como pobreza, saúde, educação e meio ambiente, segundo Neves, Guedes e Santos (2016), destacam o empreendedorismo social, como:

“O empreendedorismo social refere-se às iniciativas empreendedoras voltadas às causas sociais. Difere do empreendedorismo tradicional (empresarial ou corporativo) – mais conhecido, pois esta busca maximizar retornos sociais ao invés do lucro. Baseia-se na cooperatividade, é centrado no desenvolvimento autônomo, autogestionário de cada pessoa, comunidade e nação. Evidencia a sustentabilidade, o respeito ao meio, apoia-se na dimensão indivíduo-grupo-coletividade comunidade-sociedade e tem os membros da comunidade como os principais agentes ou sujeitos do desenvolvimento.” (Neves, Guedes e Santos, 2016, p. 79).

Nesse contexto, entende-se que o empreendedorismo social se caracteriza por iniciativas que priorizam causas sociais. É fundamentado na cooperatividade e busca promover o desenvolvimento de indivíduos, comunidades e sociedades. Além disso, evidencia a sustentabilidade e o respeito ao meio ambiente, diante disso, os membros da comunidade ocupam o papel central como protagonistas do desenvolvimento, reforçando uma perspectiva que combina impacto social com empoderamento local.

A relação do empreendedorismo social com os negócios sociais, embora compartilhem objetivos comuns, eles possuem nuances que os diferenciam em características e impacto. Negócios sociais, como já destacado anteriormente, possuem um modelo econômico voltado a causas socioambientais, que combina sustentabilidade financeira com impacto social claro. O empreendedorismo social, por sua vez, é mais amplo e pode englobar tanto negócios sociais quanto organizações sem fins lucrativos com abordagem empreendedora. (Bornstein, 2007)

Outra relação importante a se destacar, é a relação entre a geração de impacto social e o valor social. Shahidur; et al (2010), destaca que existe uma diferença importante a ser verificada entre impacto social e valor social. O valor social é provocado ao longo de uma iniciativa, enquanto o impacto social exige comprovação específica. Para avaliar o impacto social, é necessário analisar os efeitos da iniciativa de outros fatores que possam influenciar os resultados (Gonçalves, 2017).

Mesmo diante de uma diferença sutil, entender a relação entre impacto social e valor social é fundamental, especialmente quando consideramos iniciativas voltadas para a transformação de realidades sociais e ambientais.

Portocarrero e Delgado (2010), compreenderam em seus estudos que as condições de vida da população menos favorecidas da pirâmide podem ser melhoradas por meio de negócios sociais e inclusivos (Gonçalves, 2017). Estes, possuem com intenção efetiva, conectar os setores de baixa renda com os mercados tradicionais de forma eficaz. Fica evidente, desta forma, que se trata além da incluir pessoas pobres como consumidores, pois permite que alcancem

um desenvolvimento no sentido mais completo que é inserindo-os na cadeia de valor dos possíveis negócios. (SEN, 2010).

Sendo assim, o entendimento da geração de valor social, é posposto por Portocarrero e Delgado (2010) por meio da divisão em quatro campos. A partir dessa proposta, os autores avaliaram trinta e três negócios inclusivos e a partir dos resultados obtidos, chegou ao seguinte resultado, ilustrado no Quadro 2:

**Quadro 2 - Principais elementos observados na geração de valor social**

<p><b>Aumento de renda</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Produção de matérias-primas para empresas.</li> <li>• Especialmente produtos agrícolas ou de setores relacionados e em zonas rurais.</li> <li>• Organização e associação dos produtores ou integração em cadeias produtivas.</li> <li>• Aumento de produtividade por capacitação e assessoria técnica.</li> <li>• Eliminação de intermediários.</li> <li>• Certificação de produtos diferenciados.</li> <li>• Melhores cadeias de comercialização.</li> <li>• Economia em compras habituais.</li> </ul>	<p><b>Acesso a bens e serviços</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Preços reduzidos.</li> <li>• Pagamento parcelado de bens ou serviços ou sistemas pré-pagos.</li> <li>• Presença física em zonas rurais e urbanas periféricas.</li> <li>• Investimento privados em equipamentos, infraestrutura e redes de distribuição.</li> <li>• Flexibilização do acesso a mecanismos de crédito.</li> <li>• Eliminação de barreiras para a educação.</li> </ul>
<p><b>Construção de cidadania</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Reconhecimento e exercício de direitos básicos (vida, trabalho, etc.)</li> <li>• Defesa de interesses políticos.</li> <li>• Maior visibilidade e dignidade para os setores de baixa renda e grupos marginalizados.</li> <li>• Intermediação de oportunidades de trabalho para pessoas com deficiência, grupos marginalizados e pessoas com baixa ou sem qualificação.</li> <li>• Validação da identidade de indivíduos não registrados.</li> <li>• Acesso físico a mercados para venda da produção realizada por setores de baixa renda.</li> <li>• Consciência ambiental.</li> <li>• Promoção de hábitos de higiene, ordem e relacionamento de consumo.</li> </ul>	<p><b>Desenvolvimento de capital social</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Desenvolvimento de redes e fortalecimento de vínculos e competências locais.</li> <li>• Criação de um sentimento de pertencimento à comunidade.</li> <li>• Articulação de redes sociais. Aprofundamento de confiança, reciprocidade e cooperação.</li> <li>• Maior disponibilidade de recursos próprios e de terceiros, por meio de contato e interação.</li> <li>• Empoderamento dos setores de baixa renda para canalizar e expressar suas necessidades.</li> <li>• Melhoria da autoestima.</li> <li>• Associação de interesses individuais.</li> <li>• Vinculação de grupos sociais dispersos com governos locais, empresas, novos mercados ou clientes.</li> </ul>

Fonte: Portocarrero; Delgado, 2010, p. 303. (Adaptado de Gonçalves, 2017, p. 61)

Os dois primeiros campos se referem a resultados tangíveis e são representadas pelo aumento de renda e acesso a bens e serviços. Nos campos de resultados intangíveis, estão a construção de cidadania e desenvolvimento de capital social. Os resultados alcançados pelos autores verificam vertentes tangíveis e intangíveis de forma detalhada visando fortemente os aspetos sociais.

É possível analisar as principais dimensões da geração de valor social, cada uma delas aborda diferentes aspectos relacionados ao impacto social e à

melhoria da qualidade de vida das comunidades. A dimensão aumento de renda, destaca a criação de oportunidades econômicas, o acesso a bens e serviços, aborda a democratização do acesso a recursos essenciais, a construção de cidadania, está focada nos direitos e inclusão social, e o desenvolvimento de capital social, relaciona-se ao fortalecimento das conexões comunitárias e do senso de pertencimento (Portocarrero; Delgado, 2010).

Diante desse contexto, os investidores em negócios de impacto social desempenham um papel crucial na geração de valor social. Os autores Bugg-Levine e Emerson (2011) contextualizam o impacto dos investimentos sociais ao afirmar que os investimentos de impacto social representam uma nova abordagem para o uso do capital. Destacam que essa forma de investimento, busca gerar retornos financeiros enquanto tende a contribuir na resolução de problemas sociais e ambientais.

Como abordado anteriormente, devido ao objetivo duplo de impacto social e lucro, diferentes tipos de investidores podem se interessar em alocar seus recursos em negócios sociais. Por esse motivo, pode-se fazer uma classificação dos investidores, segundo Freireich e Fulton (2009), traz no seu conceito onde os investidores podem ser classificados por *impact first*<sup>4</sup> e *financial first*<sup>5</sup>; o primeiro cuja priorização está na geração de valor social, o segundo prioriza a geração de lucro nas suas escolhas de investimento.

Brest et al. (2016) relata que os investidores que visam o *impact first* buscam dois objetivos: o primeiro é alinhar os investimentos com seus valores sociais (alinhamento de valor), e segundo objetivo, é permitir que as empresas nas quais investem gerem mais valor social (criação de valor social).

O primeiro objetivo seria mais fácil de ser alcançado, pois seria o momento em que o investidor escolhe quais empresas estejam mais alinhadas com seus valores. Brest et al. (2016) exemplifica que investidores podem preferir investir em ações de empresas alinhadas aos altos padrões do ESG (Ambientais, Sociais e de Governança), no lugar de empresas que ainda não incorporaram

---

<sup>4</sup> *Impact first* (Impacto primeiro lugar – tradução livre)

<sup>5</sup> *Financial first* (Financeiro em primeiro lugar – tradução livre)

esse conceito. Para o segundo objetivo, o desafio é maior, Brest et al. (2016) destaca que, a empresa que receber o investimento deverá produzir um impacto social a partir dos seus investimentos, e conseqüentemente, gerar valor social – o que não ocorreria caso o investimento não tivesse sido realizado (Brest et al., 2016, on-line).

Brest et al. (2016) compreende que a criação de valor social, está ligada à geração de impacto social, dependendo diretamente da intencionalidade e da eficácia do investimento. Nesse contexto, o valor social não é simplesmente um subproduto da ação. Para afirmar que um investimento cria valor social, é necessário um processo de mensuração de impacto. Isso inclui identificar claramente os resultados esperados, medir os efeitos da iniciativa, identificar os fatores externos e avaliar se o impacto gerado é efetivamente consequência ao investimento. Dessa forma, não basta investir em causas sociais, é necessário comprovar que os recursos foram utilizados de maneira estratégica para produzir mudanças concretas, relevantes e sustentáveis. (Brest et al., 2016, on-line).

A condição desenhada por Brest *et al.* (2016), será utilizada como parâmetro na construção dos itens de análise para verificação da percepção dos atores do ecossistema abordado nessa pesquisa sobre negócios sociais e investimento de impacto. Nesse sentido, analisar se os empreendedores estão fazendo com que suas empresas gerem mais valor social, sendo este, um dos objetivos deste trabalho.

#### **2.4. O Setor da Construção Civil**

O setor da Construção Civil desempenha um papel fundamental no processo de desenvolvimento urbano, na geração de empregos, e na qualidade de vida da população, contudo, enfrenta desafios relacionados à sustentabilidade e à responsabilidade socioambiental. O setor é responsável por uma parcela significativa do Produto Interno Bruto (PIB), é um dos setores mais relevantes para a economia, responsável por desenvolver a infraestrutura essencial, como estradas, pontes, hospitais, escolas, moradias, entre outras contribuições.

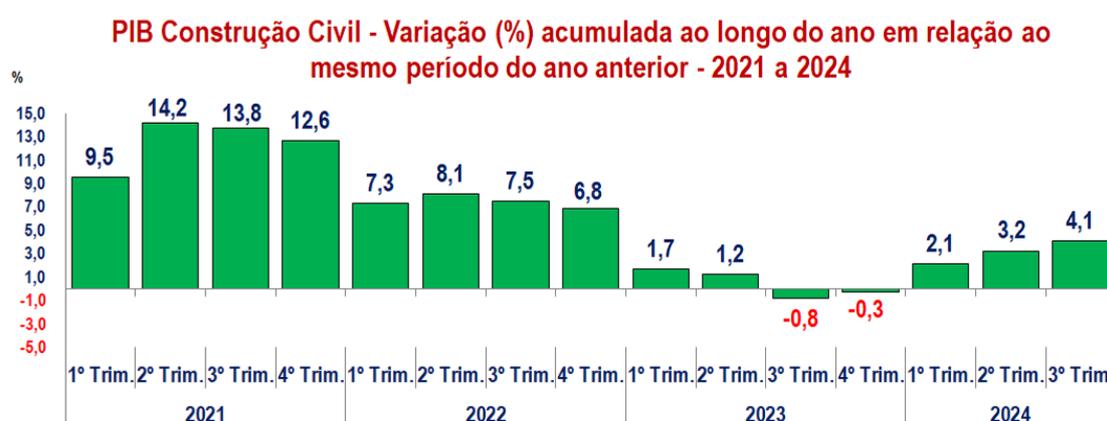
O setor influencia diretamente no processo de urbanização, e para esse desenvolvimento, é causado impactos diretos e indiretos ao meio ambiente e às populações. Impactos estes que são desafios significativos para se garantir um futuro equilibrado entre desenvolvimento e preservação ambiental.

#### 2.4.1. Construção Civil - Panorama Nacional e Regulação Socioambiental

O setor de Construção Civil possui uma parcela significativa no Produto Interno Bruto (PIB). No ano de 2024, o setor registrou um crescimento 4,3%, com um valor R\$ 359,523 bilhões (CBIC, 2025).

**Figura 4 - PIB Construção Civil**

**Variação % acumulada no ano em relação a igual período do ano anterior**



Fonte: Contas Nacionais Trimestrais - 3º Trimestre de 2024, IBGE

Podemos visualizar no gráfico, que a Construção Civil brasileira esteve em um crescimento gradual a cada trimestre de 2024, demonstrando uma evolução em relação ao ano anterior. Contribuições diretas pelo aumento de dinamismo do mercado imobiliário, e a volta das atividades do mercado de padrão econômico, como o Programa Minha Casa Minha Vida (CBIC, 2025).

O IBGE possui uma ferramenta para classificar as atividades econômicas do país, a CNAE, Classificação Nacional de Atividades Econômicas, é a forma que o governo padroniza e categoriza as empresas, com isso, facilitando a comunicação entre os órgãos do governo (GOV, 2021). O CNAE, classifica o setor da construção civil em três divisões, cada uma possui seu grupo e classe.

Na Tabela 1 podemos ver a estrutura para o setor da construção civil (CNAE, 2025).

**Tabela 1 - Estrutura detalhada da CNAE, seção F - Construção**

Estrutura detalhada da CNAE 2.3: Códigos e denominações				
Seção	Divisão	Grupo	Classe	Denominação
<b>F</b>				<b>CONSTRUÇÃO</b>
<b>41</b>				<b>CONSTRUÇÃO DE EDIFÍCIOS</b>
	41.1			Incorporação de empreendimentos imobiliários
		41.10-7		Incorporação de empreendimentos imobiliários
	41.2			Construção de edifícios
		41.20-4		Construção de edifícios
<b>42</b>				<b>OBRAS DE INFRAESTRUTURA</b>
	42.1			Construção de rodovias, ferrovias, obras urbanas e obras-de-arte especiais
		42.11-1		Construção de rodovias e ferrovias
		42.12-0		Construção de obras-de-arte especiais
		42.13-8		Obras de urbanização - ruas, praças e calçadas
	42.2			Obras de infraestrutura para energia elétrica, telecomunicações, água, esgoto e transporte por dutos
		42.21-9		Obras para geração e distribuição de energia elétrica e para telecomunicações
		42.22-7		Construção de redes de abastecimento de água, coleta de esgoto e construções correlatas
		42.23-5		Construção de redes de transportes por dutos, exceto para água e esgoto
	42.9			Construção de outras obras de infraestrutura
		42.91-0		Obras portuárias, marítimas e fluviais
		42.92-8		Montagem de instalações industriais e de estruturas metálicas
		42.99-5		Obras de engenharia civil não especificadas anteriormente
<b>43</b>				<b>SERVIÇOS ESPECIALIZADOS PARA CONSTRUÇÃO</b>
	43.1			Demolição e preparação do terreno
		43.11-8		Demolição e preparação de canteiros de obras
		43.12-6		Perfurações e sondagens
		43.13-4		Obras de terraplenagem
		43.19-3		Serviços de preparação do terreno não especificados anteriormente

Fonte: CNAE - IBGE, 2025.

A Tabela 1 apresenta a classificação das principais atividades do setor da construção civil no Brasil, segmentadas em três divisões, construção de edifícios, obras de infraestrutura e serviços especializados, fundamentais para o planejamento, regulamentação e análise econômica do setor. A partir dessas divisões, podemos entender o panorama das principais empresas do setor, destacando suas atividades econômicas no Brasil, fazendo um recorte no estado de Sergipe.

As principais empresas de construção civil no Brasil, são classificadas pelas principais atividades econômicas: Obras de infraestrutura e construção pesada e construção imobiliária residencial e comercial.

Destacam-se no Brasil em obras de infraestrutura e construção pesada, as empresas OEC Engenharia e Andrade Gutierrez, estando entre as 10 maiores construtoras da América Latina, incluindo obras nos setores de energia, mineração, edificações de grande porte, saneamento, logística e transporte, (AECWEB, 2024). Quando falamos das principais empresas no ramo imobiliário no Brasil, destacam-se a MRV Engenharia, entre as 5 maiores construtoras da América Latina, focada em habitações para a classe média e média baixa, estando presente em mais de 160 cidades brasileiras, fechando no top 20, as Construtora Tenda, Even Construtora e Incorporadora e Direcional Engenharia, focadas em empreendimentos residenciais e comerciais de médio e alto padrão (AECWEB, 2024).

Quando analisamos o Estado de Sergipe, o setor da Construção representa a segunda maior participação setorial do estado. Na Figura 5, vemos que Estado tem um índice de 13,2% na participação percentual no PIB industrial (CNI, 2022).

**Figura 5 - Composição Setorial - Participação percentual no PIB industrial**

COMPOSIÇÃO SETORIAL		
Percentual do setor no Valor da Transformação Industrial das indústrias extrativa e de transformação.		
SERGIPE	REGIÃO NORDESTE	BRASIL
SERVIÇOS INDUSTRIAIS DE UTILIDADE PÚBLICA 44,8%	19,5%	9,3%
CONSTRUÇÃO 13,2%	19,3%	12,9%
ALIMENTOS 10,1%	10,3%	10,9%
QUÍMICOS 10,0%	7,5%	5,5%
MINERAIS NÃO METÁLICOS 6,3%	2,7%	2,2%
EXTRAÇÃO DE PETRÓLEO E GÁS NATURAL 2,9%	3,0%	15,0%
TÊXTEIS 2,2%	1,2%	0,9%
ATIVIDADES DE APOIO À EXTRAÇÃO DE MINERAIS 1,6%	0,4%	1,2%

Fonte: CNI - Confederação Nacional da Indústria, 2022

Considerado como um dos principais setores que causam impacto na economia, a Construção contribui significativamente no Produto Interno Bruto (PIB) do Estado. Na classificação pelas principais atividades econômicas, em obras de infraestrutura, destaca-se a Construtora Celi, empresa sergipana com ampla atuação em obras no estado, incluindo rodovias, pontes, hospitais, saneamento e edificações. No ramo imobiliário em Sergipe, além da Celi, destacam-se as construtoras Jotanunes Construtora e Construtora Santa Maria, focadas em empreendimentos residenciais e comerciais atendendo todos os padrões (Econodata, 2024).

O setor da Construção Civil desempenha um papel fundamental no desenvolvimento econômico e social, no entanto, as atividades do setor também enfrentam desafios relacionados à sustentabilidade e à responsabilidade socioambiental. No setor da construção civil tem-se intensificado a implementação de leis e normas que exigem maior comprometimento com a sustentabilidade. Algumas das principais medidas que impactam o setor são as leis e as resoluções com políticas ambientais. Destacam-se a Lei da Política Nacional do Meio Ambiente (Lei nº 6.938/1981), e a Resolução CONAMA nº 237/1997 (Licenciamento Ambiental).

A Lei da Política Nacional do Meio Ambiente, fornece critérios e diretrizes gerais para a destruição e preservação do meio ambiente e tem como objetivo geral criar uma política de desenvolvimento sustentável baseada no crescimento econômico e na proteção de recursos naturais, estabelece os seguintes instrumentos: o licenciamento ambiental, a elaboração do EIA/RIMA<sup>6</sup> e a responsabilidade por danos ao meio ambiente (JUSBRASIL, 2016).

A Resolução CONAMA nº 237/1997, vem para estabelecer as diretrizes e procedimentos para o licenciamento ambiental no Brasil, essa resolução foi fundamental para os empreendimentos do setor da construção civil, exigindo a adesão de medidas para minimizar impactos ambientais e sociais, a partir disso, ser exigido a emissão de licenças, fortalecendo a fiscalização ambiental, tornando o processo mais eficiente e transparente.

---

<sup>6</sup> *Estudos de Impacto Ambiental (EIA)*  
*Relatórios de Impacto Ambiental (RIMA)*

### **2.4.2. Construção Civil - Valores Socioambiental e Investimentos de Impacto**

O setor da construção civil, como já destacado, é de suma importância para o desenvolvimento socioeconômico global, mas também enfrenta diversos desafios relacionados à sustentabilidade, responsabilidade socioambiental e impacto social. O setor é conhecido como uma das indústrias que mais causam impactos ambientais, devido ao seu alto consumo de recursos naturais e à geração de resíduos. (Dias, 2024).

No artigo publicado pelo Ministério do Meio Ambiente (2021), destaca o impacto socioambiental gerado pelo setor e os principais impactados.

“Estima-se que mais de 50% dos resíduos sólidos gerados pelo conjunto das atividades humanas sejam provenientes da construção. Tais aspectos ambientais, somados à qualidade de vida que o ambiente construído proporciona, sintetizam as relações entre construção e meio ambiente.” (Ministério do Meio Ambiente - Construção Sustentável, 2021, online)

A construção civil é um dos principais responsáveis pela geração de resíduos sólidos, o que torna fundamental a adoção de práticas mais sustentáveis para minimizar seu impacto no meio ambiente. É evidente que os desafios do setor são diversos, sendo um dos maiores consumidores de recursos naturais. É necessário que o setor sofra mudanças a partir de novas estratégias para um desenvolvimento mais sustentável. Portanto, é essencial buscar soluções inovadoras e sustentáveis que ajudem a reduzir esses impactos e a criar cidades mais resilientes. De acordo com o Conselho Internacional da Construção (CIB), o setor da construção civil é um dos principais setores de atividades humanas que impactam diretamente no ambiente, são responsáveis por cerca de 30% das emissões globais os gases do efeito estufa (GEE), em torno de 40% do consumo de energia e 30% na produção de resíduos (FNA, 2023).

Com o aumento da relevância das questões ambientais, da responsabilidade social e das práticas de governança, o setor da construção civil enfrenta um desafio complexo de equilibrar seus objetivos financeiros com as

expectativas crescentes da sociedade em relação a esses aspectos fundamentais.

Devido as grandes mudanças climáticas e seus efeitos na economia global, aumentou o interesse por investimentos que promovam a transição para uma economia de baixa emissão de carbono. Cada vez mais, investidores passam a enxergar os riscos climáticos como elementos decisivos em suas estratégias de investimentos (Dias, 2024).

Além dos desafios relacionados a sustentabilidade e responsabilidade socioambiental, a construção civil tem um impacto direto na qualidade de vida das pessoas, por meio de suas construções ou pela alta geração de empregos. Amaral et al. (2023), destaca o papel fundamental das organizações no âmbito socioambiental, “uma organização é considerada sustentável quando tem um impacto positivo na sociedade em que está inserida, contribui para a preservação do meio ambiente, tem uma governança bem definida e tem foco nas pessoas” (Amaral; Willerding; Lapolli, 2023, p. 187).

Na esfera social a busca por práticas mais sustentáveis se tornam essenciais para desenvolvimento comunitário, é necessário investir em ações que promovam e incentivem realizações em habitação e infraestrutura social, contribuindo para o acesso à moradia e infraestrutura básica (saneamento, transporte, saúde, educação) que impactam positivamente comunidades de baixa renda, gerando valor socioambiental. (Becchetti et al., 2022)

Neste contexto, os negócios sociais e os investimentos de impacto surgem como ferramentas estratégicas para alinhar o desenvolvimento econômico do setor com a geração de valores socioambientais. No mercado de Construção civil, esses investimentos têm impulsionado a inovação de práticas como tecnologias verdes, por exemplo, a utilização de tijolos ecológicos, feitos com resíduos da construção. O aproveitamento de comunidades vulneráveis nos processos produtivos, com a participação de cooperativas e associações de trabalhadores de baixa renda na construção de moradias populares, gerando emprego e capacitação profissional. Além, da utilização de estratégias de economia circular, como a utilização de canteiros de obras sustentáveis, onde materiais descartados são reciclados e reaproveitados, reduzindo desperdícios.

Visto que os negócios sociais e os investimentos de impacto unem eficiência econômica e responsabilidade social e ambiental, tais fatores os convertem em agentes relevantes para a construção de um mercado mais justo e sustentável (Dias, 2024).

### **3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS**

Nesta seção serão descritas a metodologia aplicada para a realização do estudo. Assim, serão discutidas a caracterização do estudo e os métodos da pesquisa, a fim de obter uma fonte de dados, e os aspectos a serem analisados. Como objeto da pesquisa qualitativa, será utilizado o método de entrevista por meio de um questionário, buscando compreender a percepção e o posicionamento sobre o tema. A partir desses dados, investigar e entender as perspectivas, os desafios e oportunidades nesse setor. A fundamentação por essa escolha foi baseada na tese do Gonçalves (2017), que realizou um estudo sobre as percepções de diferentes atores no ecossistema de negócios sociais e investimentos de impacto no Brasil.

#### **3.1. Caracterização do Estudo**

O método de pesquisas qualitativas tem um papel singular, resultando em inventos significativos para as ciências sociais. Essas pesquisas são realizadas com um número reduzido de casos, e podem empregar técnicas como entrevistas, ou etnografias (Gerhardt e Silveira, 2009).

A escolha por essa abordagem, parte da ideia de permitir um aprofundamento no contexto estudado, contribuindo para compreensão das percepções e motivações dos indivíduos. Diferente das abordagens quantitativas, que procuram fazer generalizações com base em amplas amostras e informações estatísticas, os estudos qualitativos apreciam a individualidade, a subjetividade e a complexidade dos fenômenos sociais (Flick, 2009).

Desta maneira o estudo procura adotar uma metodologia qualitativa e exploratória, visando entender as opiniões, ações e dificuldades encontradas pelos empreendedores do ramo da construção civil sobre os assuntos abordados. Este estudo visa investigar as perspectivas, contribuições e desafios das organizações atuantes no ramo da Construção Civil em Sergipe referente aos temas de investimentos de impacto e negócios sociais em suas práticas organizacionais. A pesquisa tem como objetivo compreender o nível de entendimento das empresas, as suas ações realizadas com ênfase socioambiental, e os obstáculos encontrados para incorporar essas práticas nas atividades cotidianas das empresas.

### **3.2. Método da Pesquisa**

Para conhecer e entender a visão das empresas por meio dos seus agentes sobre os temas abordados, será utilizado como instrumento de pesquisa a entrevista. Com questionamentos ligados aos objetivos desta pesquisa.

A escolha por uma entrevista semiestruturada foi feita para oferecer a liberdade nas respostas, permitindo que os participantes relatem suas vivências de maneira espontânea, enquanto o investigador se concentra nos principais tópicos da pesquisa. Essa abordagem qualitativa é particularmente apropriada quando se pretende investigar de forma detalhada as experiências e os significados que os indivíduos atribuem a fenômenos sociais complicados, como a importância socioambiental e seus efeitos, e os benéficos resultantes de ações sobre os temas (Gonçalves (2017)).

Com base nos objetivos da pesquisa e na revisão da literatura, foi construído um roteiro contendo perguntas abertas, e organizadas por blocos centrais com finalidade de investigar:

- As perspectivas e compreensões dos participantes sobre investimento de impacto e negócios sociais;
- Contribuições e práticas associadas, à mensuração e valorização de impactos socioambientais;
- Os desafios e oportunidades percebidos na atuação com esse tipo de iniciativa.

### **3.3. Coleta de Dados**

A coleta de dados será realizada por meio de entrevistas no formato de formulário conduzidas virtualmente, colocado à disposição utilizando a ferramenta *Google Forms*. O questionário, disponível no APÊNDICE A, foi construído em um roteiro de entrevista dividido em quatro blocos temáticos, como pode ser visto na Quadro 3. O objetivo é ter uma abordagem lógica e aprofundada sobre os temas relacionados ao investimento de impacto, negócios sociais e valor socioambiental. Essa divisão permite uma melhor organização das informações, favorecendo a coleta e a análise dos dados.

#### **Quadro 3 - Divisão Blocos Temáticos**

<b>BLOCOS TEMÁTICOS</b>		<b>OBJETIVO PRINCIPAL</b>
BLOCO 1	Perfil do Entrevistado	Coleta de informações básicas sobre o entrevistado (nome, cargo, organização, formação)
BLOCO 2	Avaliação Sobre Geração de Valor Socioambiental	Investiga como a organização entende e aplica os conceitos de geração de valor.
BLOCO 3	Investimento de Impacto e Negócios Sociais	Explora o conhecimento e familiaridade do entrevistado sobre o tema e seus conceitos.
	Experiência com Negócios de Impacto	Explorar vivências práticas com negócios sociais e de impacto.
	Financiamento e Parcerias	Investigar formas de financiamento e tipos de parcerias estratégicas.
BLOCO 4	Perspectivas e Recomendações	Obter visões sobre o futuro do campo e orientações a novos empreendimentos.
	Encerramento	Oferecer um espaço para que os empresários ou seus agentes, para que compartilhem observações, reflexões ou temas adicionais que considerem relevantes para o estudo.

Fonte: Elaborado pela autora, 2025.

O roteiro inicia-se com um breve resumo dos objetivos desta pesquisa, como visto na Figura 6. Em seguida será realizado uma coleta de dados relacionados ao entrevistado e a organização ao qual faz parte. Essa etapa inicial é fundamental para a coleta de informações básicas, como nome, idade, cargo e tempo de atuação na empresa.

**Figura 6 - Resumo do Roteiro da entrevista**

## Entrevista sobre Investimento de Impacto, negócios sociais e Valor Socioambiental

*Este formulário visa coletar informações sobre o entendimento e a aplicação de práticas de investimento de impacto, negócios sociais e valor socioambiental no setor empresarial de Sergipe, material de pesquisa para o Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) do curso de Administração da UFS.*

[Faça login no Google](#) para salvar o que você já preencheu. [Saiba mais](#)

\* Indica uma pergunta obrigatória

Fonte: Autoria própria, 2025.

A segunda parte do roteiro tem o propósito de analisar a percepção e a aplicação do conceito de valor socioambiental por parte das empresas, como podemos observar na Figura 7. É necessário entender se estas empresas incorporam práticas que visam gerar benefícios sociais e ambientais para além do lucro econômico. Deve-se buscar e entender o grau de conhecimento dos empresários sobre o tema, identificar ações concretas voltadas à responsabilidade socioambiental, e se, já implementadas, buscando fomentar reflexões acerca do papel das organizações no contexto do desenvolvimento sustentável no setor da construção civil.

**Figura 7 - Roteiro da entrevista: Geração de Valor Socioambiental**

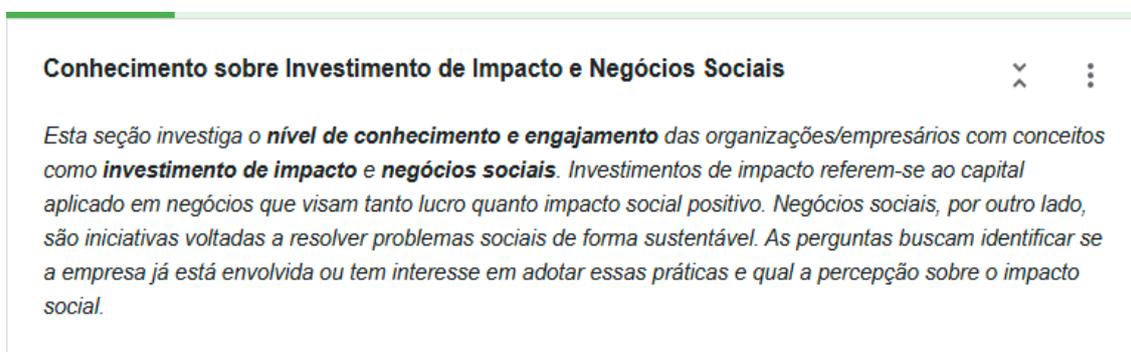
### Geração de Valor Socioambiental ✕ ⋮

*Nesta seção, o foco é entender a percepção e aplicação do conceito de **valor socioambiental** na empresa. "Valor socioambiental" envolve práticas que beneficiam a sociedade e o meio ambiente, além de apenas o retorno financeiro. As perguntas exploram o conhecimento do empresário sobre o termo, as atividades realizadas com foco socioambiental e as intenções para o futuro, incentivando uma reflexão sobre a contribuição da empresa para o desenvolvimento sustentável em Sergipe.*

Fonte: Elaborado pela autora, 2025.

Na Figura 8, destaca-se o objetivo da terceira parte da entrevista. Nela será explorado o quanto as empresas estão familiarizadas e engajadas com os conceitos de investimento de impacto e negócios sociais. É importante saber se essas organizações já incorporaram essas ideias em suas operações ou se estão interessadas em adotá-las no futuro. A pesquisa também deve investigar como as empresas percebem os impactos sociais de suas ações, fazendo uma distinção entre aquelas que buscam simultaneamente retorno financeiro e um impacto positivo, e aquelas que se concentram em resolver problemas sociais de forma sustentável. Assim, o foco é estudar o nível de conhecimento e o grau de envolvimento das empresas com os conceitos de investimento de impacto e negócios sociais.

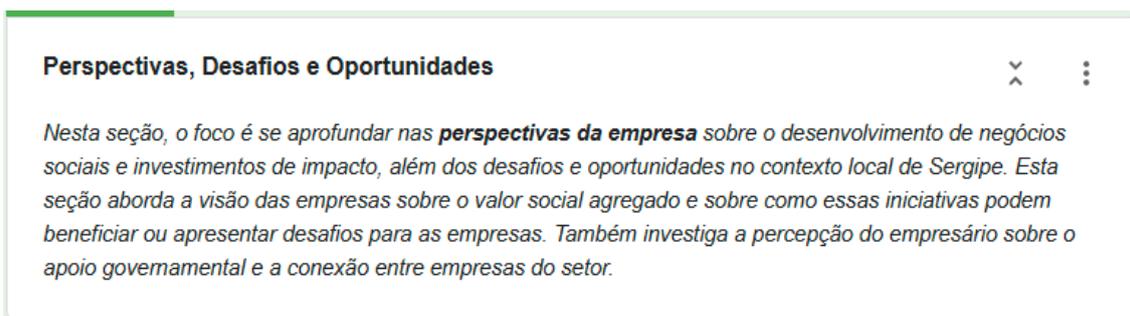
**Figura 8 - Roteiro da entrevista: Conhecimento sobre Investimento de Impacto e Negócios Sociais**



Fonte: Elaborado pela autora, 2025.

A parte final do roteiro da entrevista, tem como objetivo compreender as perspectivas das empresas sobre o desenvolvimento de negócios sociais e investimentos de impacto no contexto de Sergipe. A partir disso, identificar os principais desafios, as oportunidades e entender quais são os apoios institucionais abrangidos, como podemos observar na Figura 9.

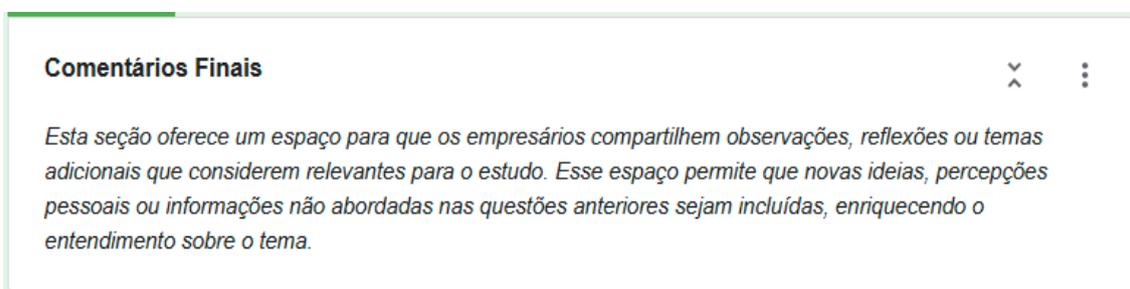
### Figura 9 - Roteiro da entrevista: Perspectivas, Desafios e Oportunidades



Fonte: Elaborado pela autora, 2025.

Por fim, oferecer um espaço para que os empresários compartilhem algumas reflexões, observações e informações adicionais que considerem relevantes sobre o tema, como pode ser visto na Figura 10.

### Figura 10 - Roteiro da entrevista: Comentários Finais



Fonte: Elaborado pela autora, 2025.

## 3.4. Seleção dos Casos

A seleção foi composta por empresários, gestores e profissionais do ramo da construção civil no Estado de Sergipe. A seleção foi realizada de maneira intencional, focando em obter a participação das principais empresas do estado. A amostragem se caracteriza como não probabilística por acessibilidade, o grupo selecionado, a partir de uma população maior, tendo ciência de que alguns dos escolhidos podem não responder à pesquisa.

O objetivo é incluir pessoas que estão diretamente envolvidas nas decisões empresariais e que possam compartilhar informações detalhadas sobre as práticas socioambientais e os investimentos de impacto em suas organizações.

A partir do mapeamento das empresas do ramo no estado, foram selecionadas 10 empresas de diferentes ramos da construção civil, como pode ser visto no Quadro 3. Foram abrangidas empresas com foco em obras de infraestrutura, ramo imobiliário, ramo de estruturas metálicas, escritórios de engenharia e projetos, e empresas com grande participação em expansão com obras civis.

**Quadro 4 - Empresas Selecionadas para Pesquisa**

<b>Setores</b>	<b>Organização</b>
Construtora (Estruturas metálicas)	Metalúrgica Cloves
Construtora (Obra civil infraestrutura)	Construtora Celi
Construtora (Obra civil ramo imobiliário)	Jotanunes Construtora
Construtora (Obra civil ramo imobiliário)	Ecotec Construtora
Construtora (Obra civil ramo imobiliário)	FFB Participações e Construções Ltda
Construtora (Obra civil setor da saúde)	Anacel Construções Ltda
Empresa fornecedora de serviços especiais de engenharia	JC Fernandes Construções e Serviços Ltda
Escritório de projetos de engenharia, arquitetura e/ou consultoria	Almeida e Oliveira Engenharia
Escritório de projetos de engenharia, arquitetura e/ou consultoria	União Engenharia e Arquitetura
Setor do varejo e incorporadora	Cencosud Brasil e Comercial S.A.

Fonte: Elaborado pela autora, 2025.

### 3.5. Análise de Dados

Para a análise de dados da pesquisa exploratória qualitativa, a partir das entrevistas, será utilizada como proposto na tese do Gonçalves (2017) as técnicas de análise propostas por Bardin (2011), análise de conteúdo por meio categorial.

Como destacado por Valle e Ferreira (2023), as técnicas de análise proposta por Bardin auxiliam a alcançar uma percepção mais clara e detalhada das informações, possibilitando a formulação de conclusões mais exatas e embasadas.

“O objetivo das técnicas de Análise de Conteúdo propostas por Laurence Bardin é realizar uma análise sistemática e objetiva do conteúdo de um conjunto de dados, buscando compreender o seu significado e identificar padrões ou tendências presentes nos dados.”  
(Valle e Ferreira, 2023, p. 13)

A partir desses conceitos, os dados coletados durante as entrevistas serão organizados em categorias, destacando as respostas mais relevantes e recorrentes.

## 4. ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Nesta etapa, os dados coletados através das entrevistas serão organizados em categorias, evidenciando as respostas mais relevantes e as recorrências. Para organizar e facilitar a análise dos dados coletados, serão criadas tabelas e gráficos estruturados para cada bloco de perguntas. É importante transmitir as informações de forma clara e assertiva evidenciando as percepções dos entrevistados em relação aos conceitos de negócios sociais, investimento de impacto, e de valor socioambiental no setor da construção civil no Estado de Sergipe.

### 4.1. Mapeamento e Caracterização da Seleção

Conforme exposto na metodologia, a entrevista foi dividida em quatro blocos temáticos, visando facilitar a compreensão dos entrevistados, e posteriormente promovendo uma melhor análise dos resultados. Nesta primeira etapa, foi realizado um mapeamento a fim de obter informações gerais sobre os entrevistados e suas organizações.

Dentre os 10 convites enviados, 8 aceitaram, retornando com as devidas respostas. Dois possíveis participantes não retornaram os e-mails e nem responderam ao questionário. Foram recebidos 8 questionários respondidos por profissionais de diferentes ramos do setor da construção civil, com cargos e ocupações distintas. Iniciando a análise dos dados, podemos extrair informações a respeito do gênero, idade e nível hierárquico ocupado, como é possível observar na Tabela 2, informações gerais sobre os entrevistados.

**Tabela 2 - Informações Gerais Sobre os Entrevistados**

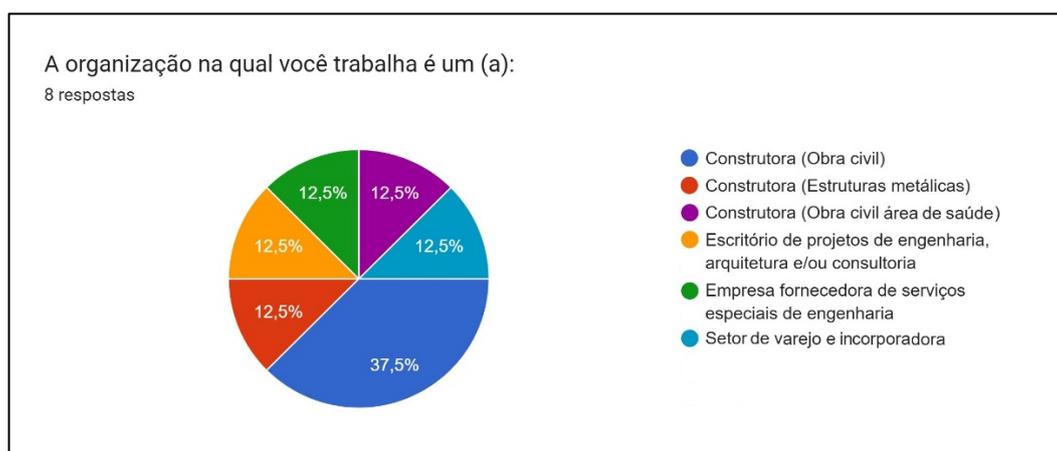
Categoria		Pesquisa	
Gênero	Masculino	5	62,5%
	Feminino	3	37,5%
Idade	20 a 30 anos	2	25%
	30 a 40 anos	3	37,5%
	Mais de 40	3	37,5%

Fonte: Elaborado pela autora, 2025.

É possível observar que, a maior parte dos participantes da pesquisa é composta por homens (62,5%), enquanto as mulheres correspondem a 37,5% da amostra. Em relação à faixa etária, possuem dois grupos mais expressivos, com as faixas de 30 a 40 anos (37,5%), e aqueles acima de 40 anos (37,5%), os que estão entre 20 e 30 anos representam 25%. Uma considerável diversidade de faixas etárias, indicando uma predominância de profissionais mais experientes, contudo, uma parcela em crescimento profissional.

Aprofundando a análise, também pode ser extraído as áreas de atuação das organizações dos participantes, como pode ser visto na Figura 11.

**Figura 11 - Área de Atuação das Organizações**



Fonte: Elaborado pela autora, 2025.

Pode-se afirmar que a amostra da pesquisa pode abranger diferentes ramos do setor da construção civil, sendo a maior parte dos participantes atuando em empresas de obras civis com 37,5%. Os escritórios de engenharia, arquitetura e/ou consultoria representam 12,5%, além disso, também 12,5% dos entrevistados representam construtoras de estruturas metálicas, 12,5% em companhias que fornecem serviços especializados em engenharia, e por fim, duas empresas com participação direta em obras civis, nas construções no setor da saúde (12,5%) e 12,5% atuando no setor de varejo e também como incorporadora desenvolvendo e construindo seus próprios empreendimentos.

Outro ponto importante a ser analisado são as origens e o tempo de atuação destas organizações no mercado sergipano. Na Figura 12, pode-se observar as empresas convidadas com relação a sua origem. Já na Figura 13, podemos ver o tempo de atuação médio das organizações.

**Figura 12 - Origem das Empresas Convidadas**

Fonte: Elaborado pela autora, 2025.

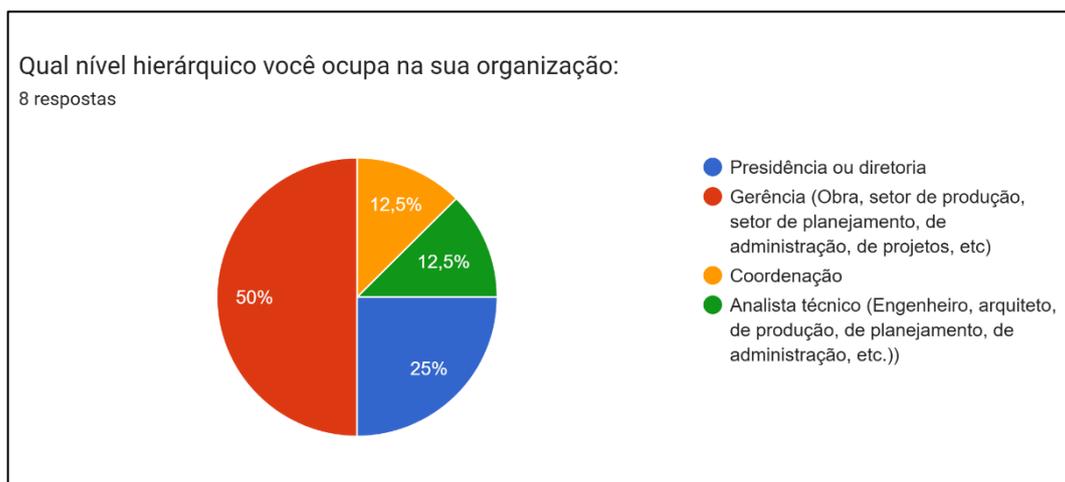
**Figura 13 - Tempo de Atuação Médio das Organizações**

Fonte: Elaborado pela autora, 2025.

A maior parte dos entrevistados (62,5%) fazem parte de em empresas que têm origem em Sergipe, enquanto 37,5% trabalham em companhias com origem em outros localidades, uma com origem em Belo Horizonte, MG, e outra com origem no Chile. Em relação ao tempo de atuação, observa-se que a maior parcela, 5 empresas (62,5%), possuem entre 6 a 10 anos de atividade no mercado, indicando uma maioria de empresas que se encontram em uma fase de consolidação de suas operações. As demais faixas de tempo de atuação, 0 a 5 anos, 11 a 15 anos, 16 a 20 anos de atuação, uma empresa em cada faixa, logo, uma fração reduzida de empresas mais novas no mercado ou muito antigas.

Na Figura 14, podemos ver a relação dos entrevistados com o seu nível hierárquico nas organizações que fazem parte.

**Figura 14 - Nível Hierárquico Ocupado**



Fonte: Elaborado pela autora, 2025.

A maioria dos participantes da pesquisa (50%) ocupam cargos de gerência em suas organizações, seguido dos cargos de presidência ou diretoria (25%), e por fim, coordenação (12,5%) e analista técnico (12,5%). Isso sugere que os entrevistados predominam em papéis de liderança efetiva e participação nas tomadas de decisões, nas suas organizações.

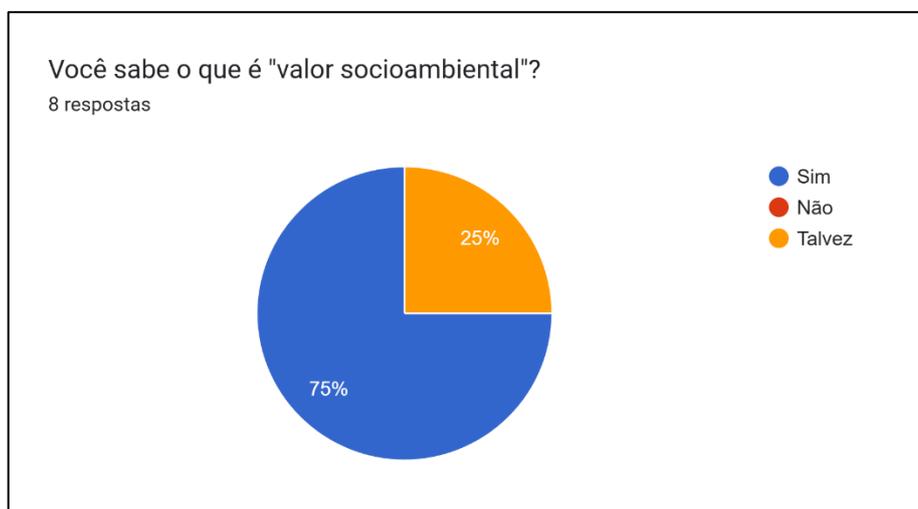
Essas informações indicam que a maior parte dos participantes da pesquisa ocupam cargos de gestão em suas empresas, conferindo um caráter mais estratégico ao grupo estudado, além de uma visão qualificada a respeito de práticas empresariais, sobre investimentos de impacto e negócios sociais.

#### **4.2. Conhecimento sobre Investimentos de Impacto, Negócios Sociais e Valor Socioambiental**

Com a tendência de novos modelos e práticas empresariais, que alinhem tanto o ganho financeiro como a criação de benefícios sociais e ambientais, tem gerado um aumento no interesse da sociedade por ideias como os investimentos de impacto, negócios sociais e valor socioambiental. O tópico abordado na pesquisa teve a finalidade de entender a percepção e aplicação dos conceitos, investigando o nível de conhecimento e engajamento das organizações/empresários com conceitos propostos.

Quando abordado sobre o conceito de Geração de Valor Socioambiental, como podemos ver na Figura 15, traz a percepção dos entrevistados sobre o tema.

**Figura 15 - Conceito de Geração de Valor Socioambiental**

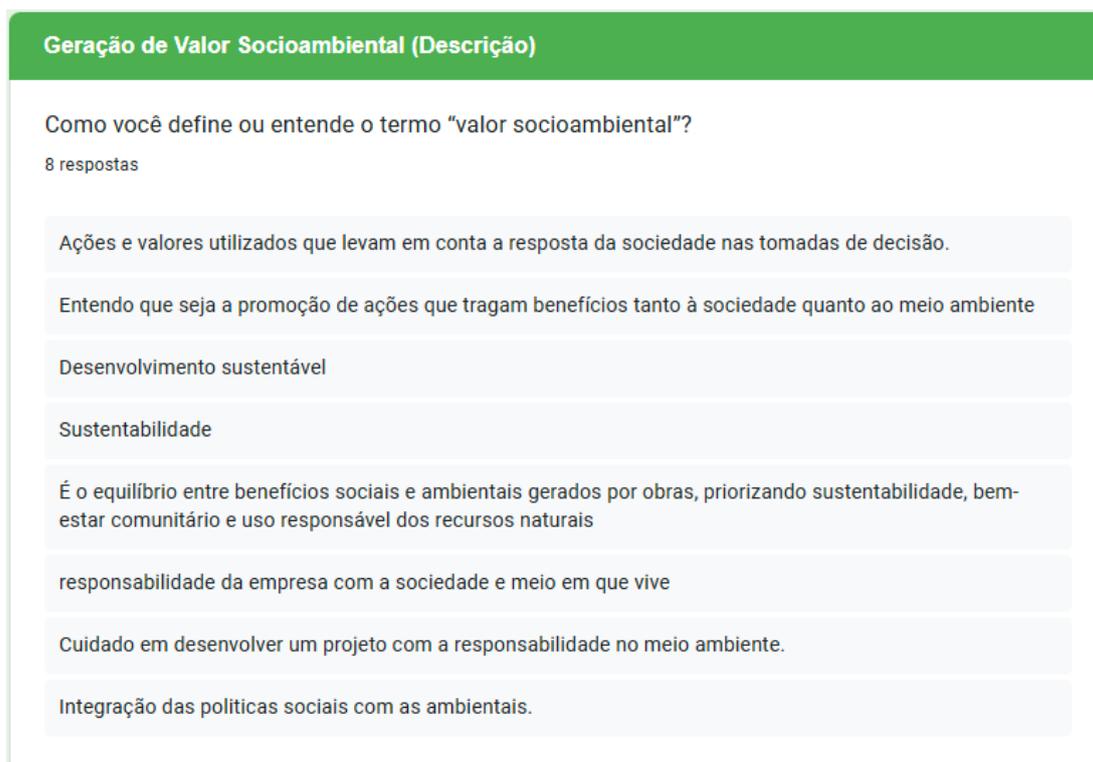


Fonte: Elaborado pela autora, 2025.

É possível concluir que a maioria dos entrevistados (75%), afirmaram conhecer sobre o tema, contudo, 25% responderam "talvez", o que demonstra algum tipo de incerteza ou conhecimento parcial sobre o assunto, nenhum participante afirmou não saber sobre o tema. Os dados sugerem que, embora a maior parte dos entrevistados tenha uma noção do conceito, ainda existe incertezas e uma parcela que não possui entendimento sobre práticas que alinham os benefícios sociais e ambientais.

Quando explorado o tema de forma mais direta e pessoal, como observa-se nas perguntas 12 e 15 do questionário, tal parte, teve o objetivo de entender o ponto de vista dos participantes, e o quanto as suas organizações as influenciam. Podemos observar na Figura 16, oito respostas distintas da pergunta 12, trazendo os conceitos por diferentes perspectivas.

**Figura 16 - Ponto de Vista dos Participantes Sobre o Termo de “Valor Socioambiental”**



Fonte: Elaborado pela autora, 2025.

Quando questionados como os participantes definem ou entende o termo “Valor Socioambiental”, vale destacar que, cada participante traz uma visão e compreensão própria, o que evidencia a complexidade do tema. De forma geral os participantes demonstraram um entendimento geral consistente, as respostas trazem associações sobre os conceitos de sustentabilidade, da responsabilidade empresarial com a sociedade e o meio ambiente. Isso indica que, mesmo com diferenças nas compreensões, existe uma visão nítida do conceito de “Valor Socioambiental”.

Quando discutido a opinião direta dos participantes do que é gerar “Valor Socioambiental”, pergunta 15, os mesmos associam a geração de valor socioambiental a práticas que vão além das questões ambientais, como expresso na Figura 17, são pontos de vista que inclui tanto o cuidado com o meio ambiente quanto a transformação social.

**Figura 17 - Opinião dos participantes do que é gerar “Valor Socioambiental”**

**Complete a frase:** Em minha opinião, gerar valor socioambiental é...

8 respostas

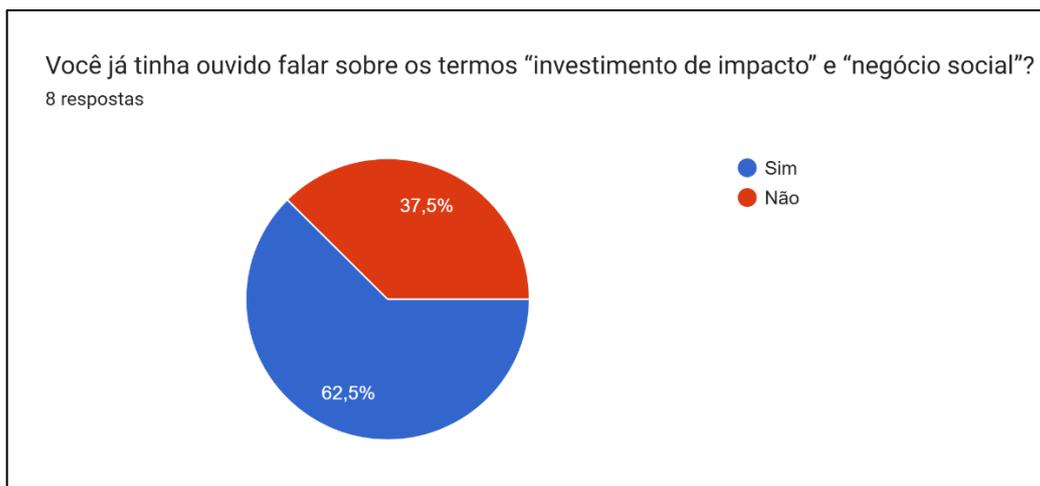
- criar processos que visem um benefício a imagem positiva da empresa perante a sociedade.
- Impactar positivamente tanto à sociedade quanto ao meio ambiente
- Pensar no futuro da humanidade
- Garantir a perenidade da empresa
- integrar práticas sustentáveis e socialmente responsáveis ao ciclo de vida das obras, promovendo impacto positivo duradouro para a sociedade e o meio ambiente
- é assumir a responsabilidade de transformar a sociedade e o meio ambiente por meio das atividades econômicas
- Cuidar do meio ambiente
- contribuir para um futuro mais sustentável.

Fonte: Elaborado pela autora, 2025.

As respostas indicam uma compreensão sobre o que é gerar valor socioambiental, trazendo um entendimento do impacto positivo na sociedade, com a responsabilidade socioambiental, incluindo, como citado, o ciclo de vida das obras, e destacando a promoção da sustentabilidade para as gerações futuras. Os participantes, com diferentes perspectivas, trouxeram uma visão alinhada com os conceitos e princípios de desenvolvimento sustentável e responsabilidade corporativa.

Quando aprofundamos no tema principal, destacando os conhecimentos sobre os termos “Investimento de Impacto” e “Negócios Sociais”, Figura 18, pode ser observado que entre os entrevistados, um pouco acima da metade dos participantes (62,5%) afirmou já ter ouvido falar sobre esses conceitos, enquanto 37,5% declarou não ter conhecimento prévio.

**Figura 18 - Conhecimento sobre os termos “Investimento de Impacto” e “Negócios Sociais”**



Fonte: Elaborado pela autora, 2025.

Esse resultado indica uma realidade sobre o tema, embora o mesmo esteja em crescimento e se tornando mais relevante nas discussões empresariais, se faz necessário uma maior disseminação de informação e capacitação sobre o tema.

Quando os participantes foram questionados sobre os investimentos de impacto e negócios sociais, perguntas 22 e 23 do questionário, de forma de obter suas opiniões direta e o quanto essas opiniões estão de acordo com os conceitos sobre o tema, podemos observar uma compreensão ampla e alinhada aos princípios, como pode ser visto na Figura 19, entretanto, embora as respostas sejam objetivas, as mesmas não relacionaram alguns aspectos relevantes. Um participante não respondeu às perguntas.

**Figura 19 - Opinião dos Participantes Sobre o que é Gerar Impacto Social**

**Complete a frase:** Em minha opinião, gerar impacto social é...

7 respostas

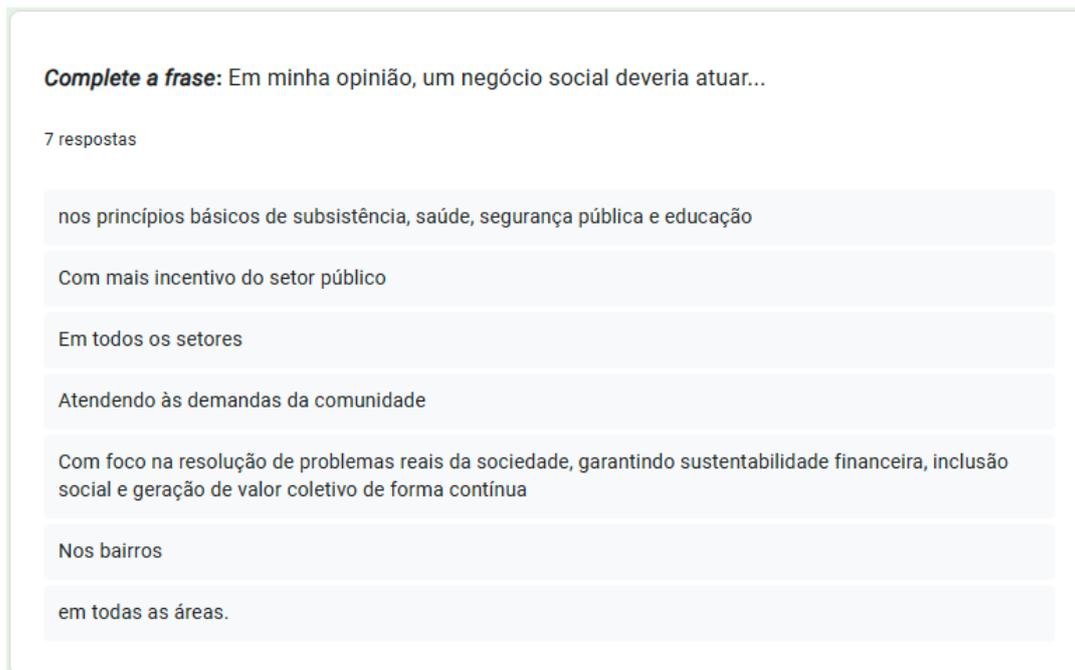
- Realizar ações que gerem resultados positivos na sociedade
- trazer inovações de baixo valor investido, mas com grande utilidade
- Compromisso com a sociedade
- Dar oportunidades
- É promover transformações que melhorem a qualidade de vida das pessoas, especialmente das comunidades envolvidas, por meio de ações consistentes, sustentáveis e alinhadas aos valores da empresa.
- Cuidar do meio ambiente
- promover mudanças positivas/negativas

Fonte: Elaborado pela autora, 2025.

De acordo com os conceitos de investimento de impacto, os investimentos de impacto referem-se ao capital aplicado em negócios que visam tanto lucro quanto impacto social positivo, aspectos não mencionados pelos participantes da pesquisa. As respostas trazem uma visão alinhada as ideias de gerar impacto social por meio de ações consistentes e intencionais, baseadas no compromisso com a sociedade, sustentabilidade, e as transformações positivas para as comunidades. Embora as respostas não tragam todos aspectos dos investimentos de impacto, todas convergem para a ideia de gerar impacto social de formas diretas e indiretas.

Na pergunta 23 do questionário, foi discutido a opinião dos entrevistados sobre como os mesmos entendem o que são os conceitos de negócios sociais e como deveria ser a atuação das organizações sobre o assunto, Figura 20, buscando obter suas opiniões direta sobre o tema, e analisando qual o reflexo em suas organizações.

**Figura 20 - Opinião dos Participantes Sobre Como Um Negócio Social Deveria Atuar**



Fonte: Elaborado pela autora, 2025.

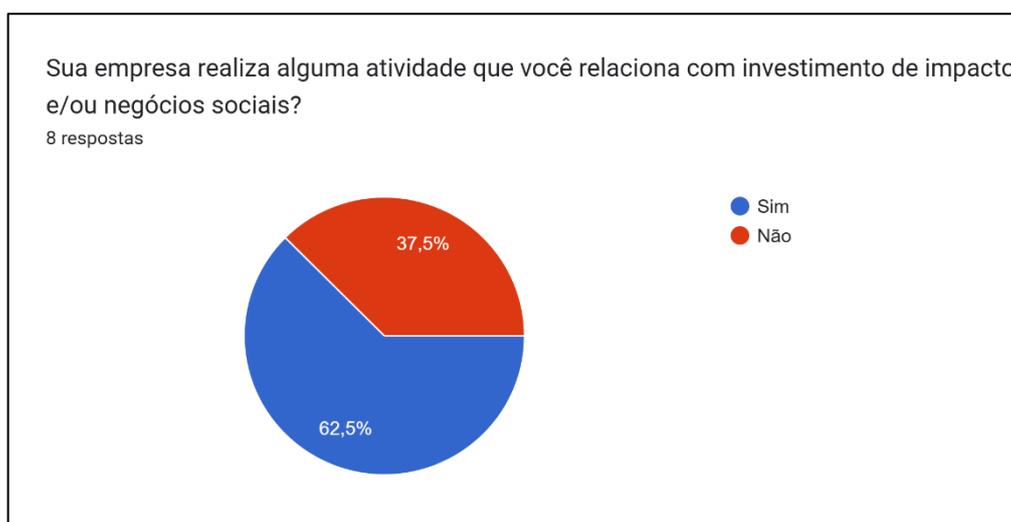
Os entrevistados veem o negócio social como uma maneira de promover mudanças focadas na resolução de problemas reais da sociedade. Podemos notar um entendimento amplo e alinhado as conjecturas sobre o tema. Vale destacar que as respostas trazem a ideia de atuar principalmente em áreas essenciais, como saúde, segurança pública e educação, e focadas nas comunidades, além disso, trazem à importância de incentivo do setor público, demonstrando uma percepção de que parcerias e apoio institucional são fundamentais.

#### **4.3. Conscientização e Adoção de Práticas de Investimento de Impacto e Negócios Sociais**

Como abordado nessa pesquisa, o debate sobre a conscientização e adoção de práticas relacionadas a investimentos de impacto e negócios sociais tem se intensificado. Os modelos discutidos propõem uma nova lógica de atuação empresarial no mercado, a geração de benefícios para a sociedade e o meio ambiente devem vim alinhados aos resultados financeiros. Entretanto a adoção dessas práticas ainda é um grande desafio em muitos setores, exigindo

maior investimento em capacitação, com isso, ser capaz de gerar conhecimento, compreendo o real potencial transformador dessas práticas em suas estratégias organizacionais. Na Figura 21, podemos observar a participação das empresas com as atividades relaciona com investimentos de impacto e os negócios sociais.

**Figura 21 - Atividades que Relaciona com Investimentos de Impacto e os Negócios Sociais**

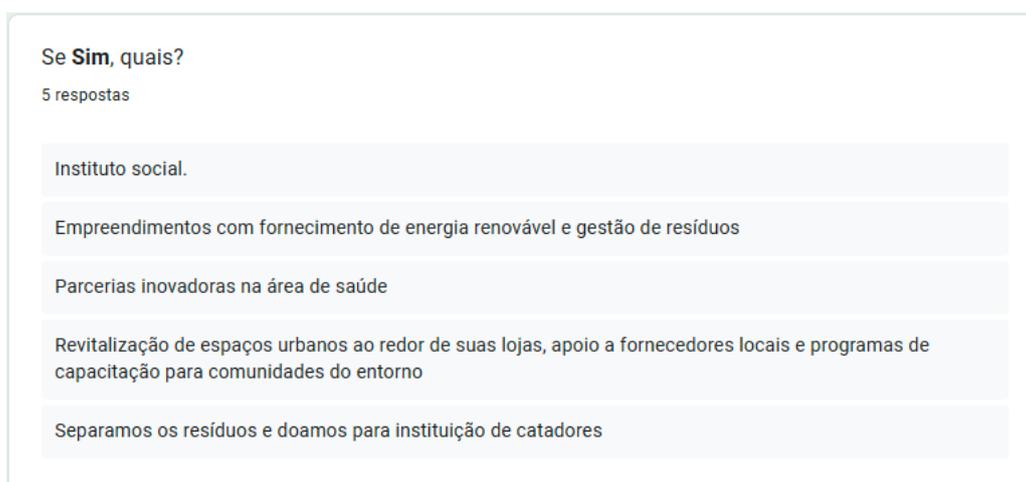


Fonte: Elaborado pela autora, 2025.

Quando questionados em relação a participação das empresas em atividades relacionadas com investimento de impacto e/ou negócios sociais, a maioria dos entrevistados (62,5%) reconhece que suas empresas realizam atividades em suas organizações, enquanto 37,5% afirmam não desenvolver ações dessa natureza. Tais dados sugerem que, embora os conceitos ainda estejam em processo de crescimento e consolidação, a maior parte já alia esses valores as suas estratégias, ao mesmo tempo que, se mostra necessário uma maior disseminação sobre os temas.

Aos participantes que responderam “sim”, foi perguntado quais práticas são realizadas em suas organizações, como vemos na Figura 22.

**Figura 22 - Quais Práticas São Realizadas**

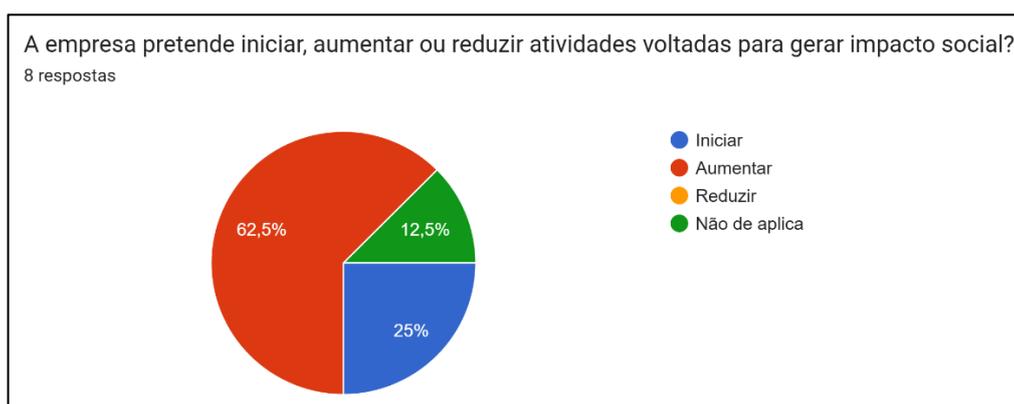


Fonte: Elaborado pela autora, 2025.

As iniciativas mencionadas adotam práticas diversas e alinhadas aos objetivos socioambientais. Incluem desde ações estruturadas, até ações com foco no desenvolvimento comunitário, como a criação de institutos sociais, parcerias na área da saúde, revitalização de espaços urbanos. Os dados uma visão de práticas focadas em projetos de negócios sociais, reforçando os conceitos de responsabilidade social que contribuem para a geração de valor coletivo e ambiental.

Quando abordado sobre se as organizações pretendem iniciar, ampliar ou reduzir de alguma forma as atividades voltadas para geração de impacto social, Figura 23, buscamos entender o quanto está o engajamento das empresas de acordo com os conceitos sobre o tema.

**Figura 23 - Iniciar, Ampliar ou Reduzir Atividades Voltadas para gerar Impacto Social**

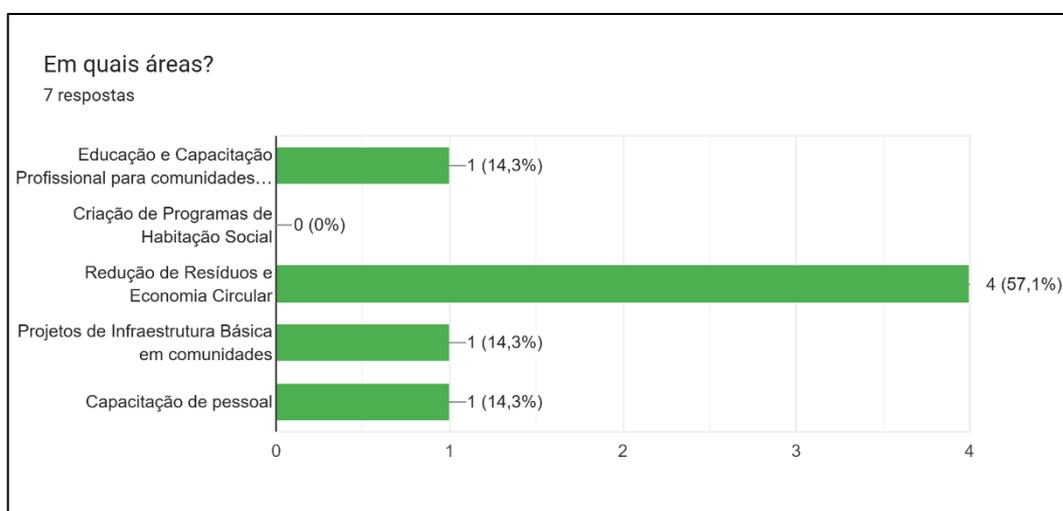


Fonte: Elaborado pela autora, 2025.

De acordo com as respostas, observamos que a maioria das empresas (62,5%) possuem a intenção de aumentar as atividades voltadas para a gerar impacto social, uma tendência positiva dessas práticas no ambiente organizacional. Além disso, 25% das empresas têm a intenção de iniciar esse tipo de atividade, o que reforça a tendências das organizações por praticas conscientes e com foco socioambiental. Entretanto, uma pequena parcela (12,5%) indicaram que “não se aplica”, o que traz mais uma vez incertezas por parte dos participantes em relação a adoção as práticas abordadas.

Na sequência da entrevista, Figura 24, foi perguntado aos participantes em quais áreas as empresas pretendiam iniciar ou ampliar sua participação em práticas capazes de gerar impacto social.

**Figura 24 - Quais Áreas as Empresas Pretendiam Iniciar ou Ampliar**



Fonte: Elaborado pela autora, 2025.

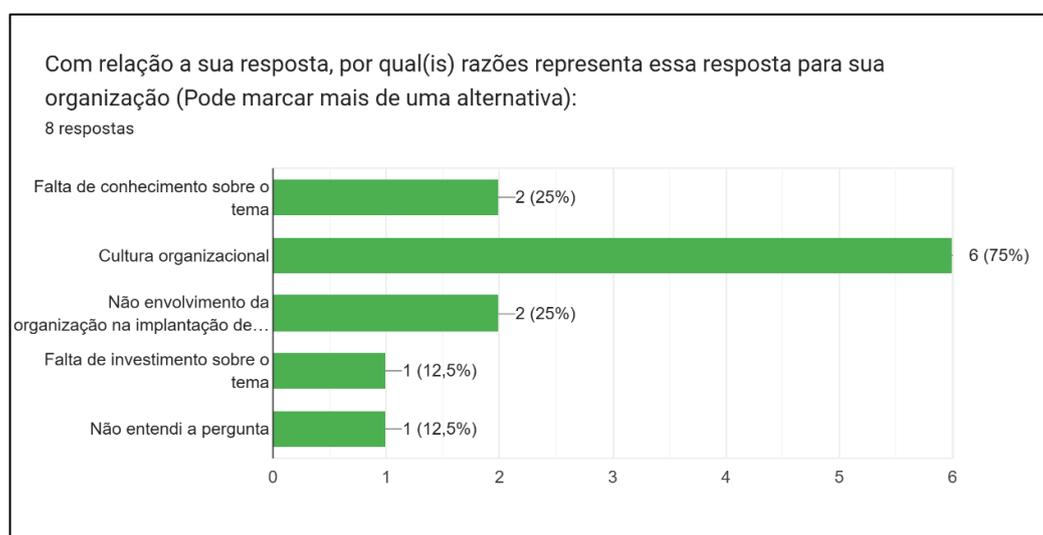
É possível observar que, a principal área de interesse das empresas (57,1%) é em ações voltadas as práticas da redução de resíduos e economia circular, esse dado confirma a crescente preocupação do setor com a sustentabilidade e a adoção de práticas que minimizem os impactos negativos nas atividades produtiva. Com igual representatividade (14,3% cada), estão os investimentos nas áreas da educação e capacitação profissional para comunidades, nos projetos voltados a infraestrutura básica em comunidades e na capacitação de pessoal, são áreas de interesse que promovem a maior inclusão social e desenvolvimento humano. Tais dados reforçam a pluralidade nas visões sobre o tema.

#### 4.4. Desafios e Oportunidades para o Desenvolvimento dos Negócios Sociais e Investimento de Impacto

Como já discutido neste estudo, o reconhecimento e escolhas por práticas voltadas aos investimentos de impacto e negócios sociais, apesar de seu crescimento, ainda encontram diversas dificuldades estruturais, culturais e operacionais nas organizações.

Ao serem questionados sobre os principais motivos que distanciam as suas organizações em relação aos temas abordados, como podemos observar na Figura 25, percebe-se diferentes barreiras, evidenciando novamente a complexidade do tema. Para a pergunta foi permitido a marcação de mais uma resposta, com isso, obtivemos 12 respostas.

**Figura 25 - Motivos que distanciam as suas Organizações em Relação aos Temas**



Fonte: Elaborado pela autora, 2025.

Como destacado no gráfico, a principal barreira enfrentada pelas organizações é a cultura organizacional, apontada 6 vezes pelos participantes. Esse dado indica resistências internas, ou a falta de mentalidade voltada à responsabilidade social, fatores que dificultam a implementação dessas práticas. Com igual representatividade (2 vezes cada), destacaram a falta de conhecimento sobre o tema e o não envolvimento da organização na implantação de ações, um indicativo de carência de informação e adoção de

práticas para capacitação e alinhamento interno. O outro fator mencionado foi a falta de investimento (1 vez), o que reforça a necessidade de estratégias que atuem sobre os fatores culturais e organizacionais que limitam a adoção efetiva dessas práticas.

Ao ser destacado uma perspectiva em relação ao Estado de Sergipe, foi questionado aos participantes uma visão sobre a atuação das empresas sergipanas relacionada aos temas debatidos. Podemos ver na Figura 26 a opinião dos participantes.

**Figura 26 - Visão Sobre a Atuação das Empresas Sergipanas Relacionada aos Temas**

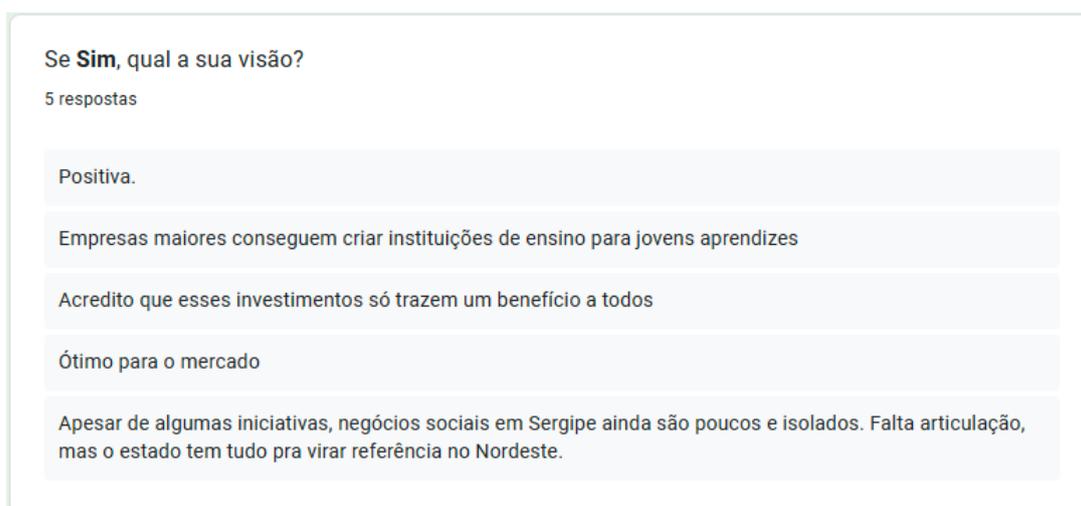


Fonte: Elaborado pela autora, 2025.

A maioria dos entrevistados (62,5%) acreditam que as empresas sergipanas, que atuam em seu setor, realizam investimentos em negócios sociais, enquanto 37,5% consideram que isso ainda não ocorre. O resultado indica uma percepção positiva sobre o engajamento na região, embora também revele que uma parcela significativa não reconhece tais iniciativas no estado. Isso pode refletir tanto a existência de ações ainda pontuais, quanto a necessidade de maior comunicação e transparência sobre as ações sociais desenvolvidas pelas empresas no estado.

Em sequência foi questionado aos participantes quais eram as visões pessoais e como se enxerga essa participação das empresas sergipanas, como pode ser visto na Figura 27.

**Figura 27 - Como se Enxerga a Participação das Empresas Sergipanas**

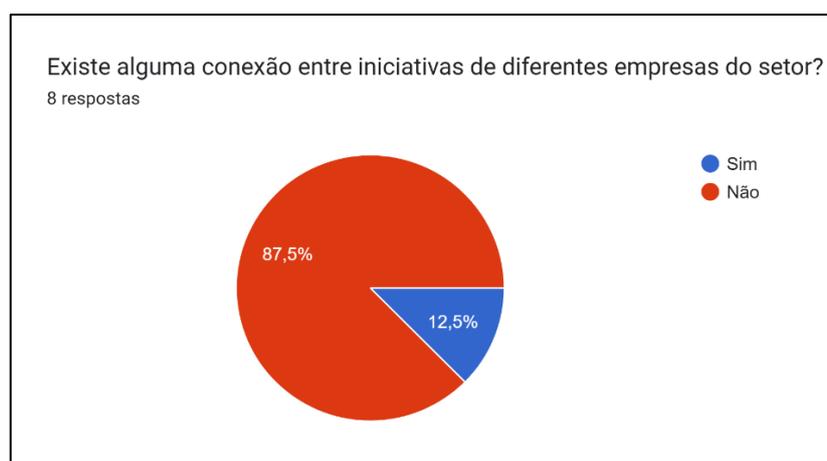


Fonte: Elaborado pela autora, 2025.

É possível entender que a maior parte dos entrevistados (5) reconhecem a existência de investimentos de impacto e os negócios sociais no estado, em geral, uma visão positiva sobre essas iniciativas. Foi apontado que tais investimentos são benéficos para a sociedade e para o mercado, no entanto, também se observa um olhar crítico construtivo, apesar de existirem boas práticas, elas ainda são poucas e isoladas, isso sugere que Sergipe possui potencial para ser referência regional, desde que exista uma maior integração entre os atores (empresas e políticas públicas de incentivo).

Quando abordados sobre conexão entre iniciativas de diferentes empresas do setor, Figura 29, em busca de soluções e boas práticas, fica claro a atuação predominantemente isolada.

**Figura 28 - Conexão Entre Iniciativas de Diferentes Empresas do Setor**

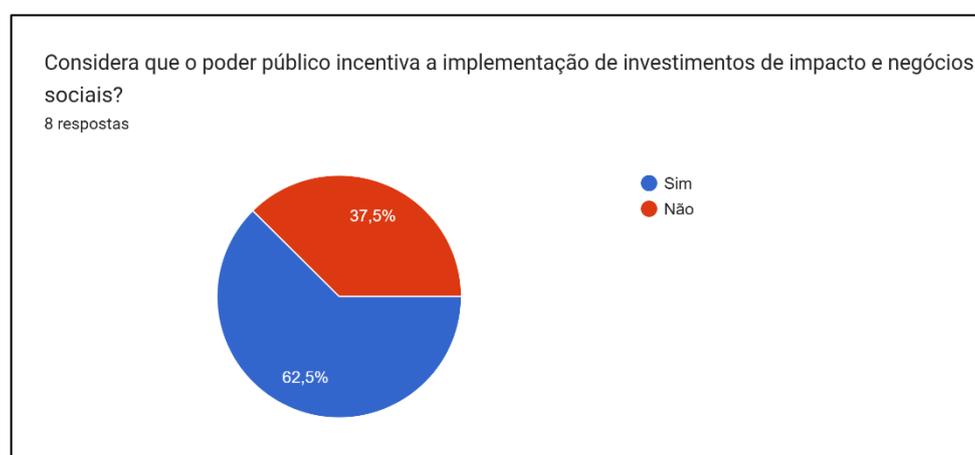


Fonte: Elaborado pela autora, 2025.

A grande maioria dos entrevistados (87,5%) não identifica conexão entre iniciativas de diferentes empresas do setor, evidenciando ações apenas independentes no que se refere a práticas sociais ou de impacto coletivo. Apenas 12,5% apontaram alguma forma de conexão, o que reforça a percepção de falta de colaboração. A ausência de redes ou parcerias consolidadas para o desenvolvimento conjunto de ações sociais ou socioambientais, sugerem a necessidade de um fortalecimento do ecossistema local, por meio da criação de plataformas colaborativas.

Outro ponto importante abordado, além da necessidade de ações conjuntas, é a importância do poder público e como ele pode ser capaz de incentivar os investimentos de impacto e negócios sociais. Na figura 29, destaca a visão dos entrevistados em relação aos poderes públicos.

**Figura 29 – Visão da Importância do Poder Público**

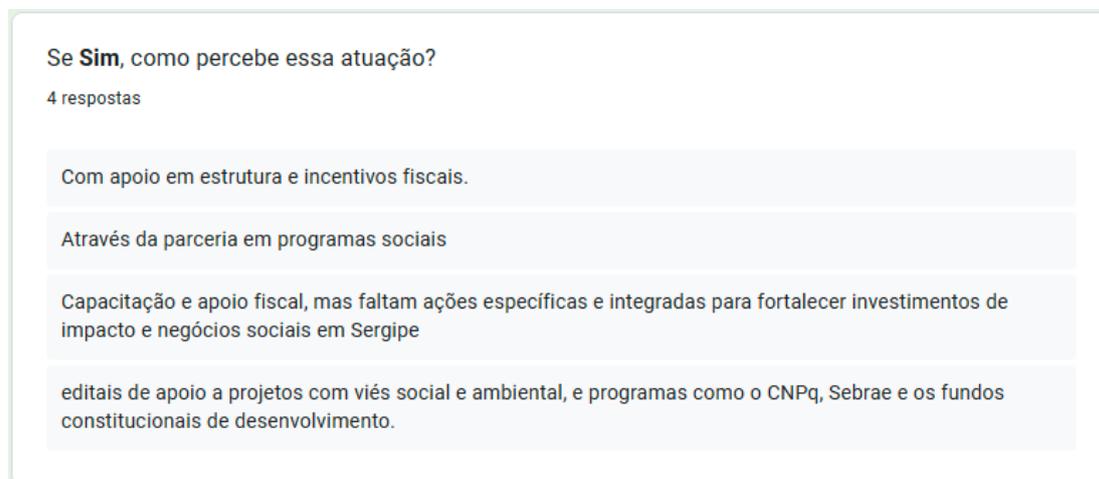


Fonte: Elaborado pela autora, 2025.

Podemos observar que a maioria dos participantes (62,5%) acreditam que o poder público exerce de alguma forma incentivos para que haja a implementação de investimentos de impacto e negócios sociais, enquanto 37,5% consideram que esse apoio ainda não ocorre. Essas perspectivas mostram uma visão relativamente positiva, mas ao mesmo tempo dividida. Esse panorama demonstra a necessidade de que haja políticas públicas mais claras, acessíveis e articuladas, que possam promover uma maior integração entre o setor público e as empresas privadas.

Em sequência foi questionado aos participantes quais eram as visões pessoais de como eles percebem essa atuação do setor público, como podemos analisar na Figura 30.

**Figura 30 - Visões de como se Percebe a Atuação do Setor Público**

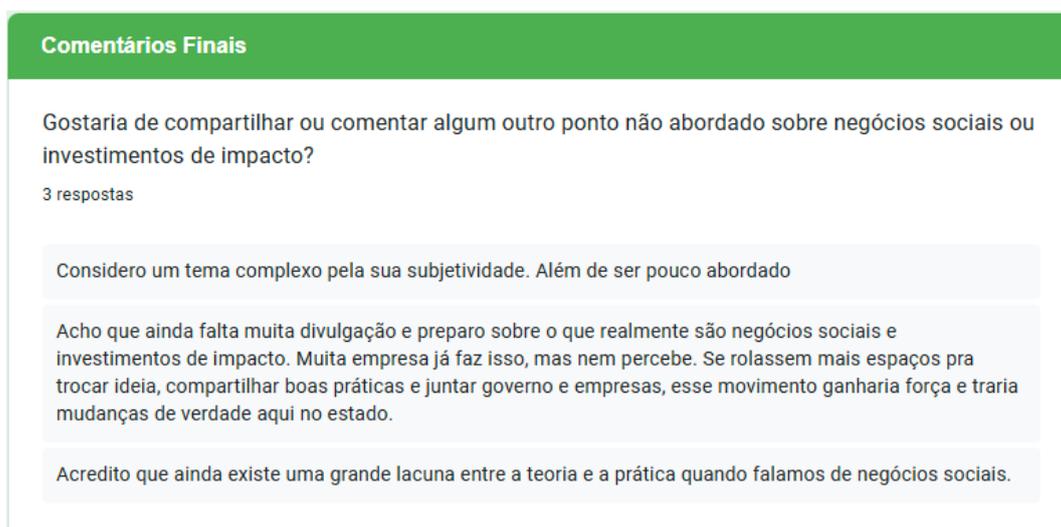


Fonte: Elaborado pela autora, 2025.

Os participantes que enxergam o poder público como um incentivador, reconhecem ações pontuais e mecanismos de apoio, como incentivos fiscais, parcerias em programas sociais, editais com foco social e ambiental e apoio de instituições como Sebrae. No entanto, as respostas também evidenciam uma visão crítica, embora existam iniciativas públicas relevantes, ainda faltam ações mais específicas e estruturadas, que consolidem essas práticas no estado, para gerar impactos mais efetivos e maior integração entre os setores.

#### **4.5. Percepções e Reflexões sobre o Estudo**

Nesse contexto, torna-se relevante analisar as percepções e reflexões dos participantes/empresas sobre o tema, a fim de identificar e refletir sobre os temas abordados. No último tópico do questionário, foi deixado um espaço aberto para os entrevistados compartilhar ou comentar sua experiência com essa pesquisa. Na Figura 31, podemos ver as 3 reflexões deixadas sobre o tema.

**Figura 31 - Percepções e Reflexões sobre o Estudo**

Fonte: Elaborado pela autora, 2025.

Para os entrevistados, os negócios sociais e os investimentos de impacto são temas relevantes, contudo, ainda enfrentam barreiras conceituais e práticas em suas organizações. As respostas indicam que o tema é percebido como complexo e pouco explorado, foi destacado que muitas empresas realizam ações alinhadas a esses princípios sem reconhecê-las como tal. Isso reforça a distância entre a teoria e prática, embora os conceitos estejam em pauta, sua aplicação ainda carece de estrutura, incentivo e divulgação.

Nesse contexto, é importante analisar as percepções e reflexões dos participantes/empresas sobre os temas abordados, é importante reconhecer os obstáculos, as lacunas práticas e os possíveis caminhos que reforçam o campo de pesquisa, principalmente em contextos que se encontram em fase de desenvolvimento, como acontece no Estado de Sergipe.

## 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A crescente necessidade de ações empresariais que alinhem rentabilidade financeira com a geração de valores sociais e ambientais, surgem como alternativas ao mercado os conceitos como investimentos de impacto e negócios sociais. Tendência nos últimos anos, tem se intensificado o debate sobre a importância desses valores, aumentando o interesse por modelos que propõem uma nova lógica de atuação empresarial, e um dos principais atores desse ecossistema é o setor da construção civil. O setor da construção civil desempenha um papel fundamental no desenvolvimento econômico e social, suas contribuições são essenciais para o desenvolvimento do país.

Apesar de os conceitos estarem ganhando relevância nos últimos anos, ainda é um campo em desenvolvimento, especialmente no contexto da aplicação nos setores empresariais. A escassez de referências atualizadas sobre os temas reflete a necessidade de aprofundamento acadêmico, especialmente quando aplicada em setores produtivos.

A presente pesquisa teve como objetivo analisar as perspectivas, as contribuições e os desafios relacionados aos temas desta pesquisa, os investimentos de impacto e negócios sociais, analisando e compreendendo o nível de conhecimento, as práticas e as percepções entre empresários/empresas dos diferentes ramos da construção civil no Estado de Sergipe.

As informações coletadas mostraram que, embora os temas estejam sendo cada vez mais discutidos, ainda existe muitos desafios para que haja engajamento de forma mais concreta no dia a dia das empresas. Os dados revelaram que, embora se possua uma compreensão parcial sobre os temas, ainda existem barreiras significativas à sua adoção efetiva. Como destacado na pesquisa, estão a falta de cultura organizacional, à ausência de articulação entre empresas e à limitada atuação coordenada do poder público.

Observou-se que muitas organizações já desenvolvem ações que se alinham, ainda que de forma parcial, aos princípios dos negócios sociais e dos investimentos de impacto. Práticas de economia circular, gestão de resíduos e

apoio a comunidades locais, foram citadas como iniciativas das empresas. O problema é que essas iniciativas nem sempre são vistas como parte de um plano estruturado para gerar impacto mensurável, o que evidencia a necessidade de maior clareza conceitual, maior investimento em capacitação e estímulo as práticas dessas ações.

A análise evidenciou ainda um grande potencial para que essas práticas ganhem força no Estado. Para isso, é necessário fortalecer as redes de colaboração, fundamentar incentivos institucionais, abrir espaços de diálogo entre os diferentes atores do ecossistema, reforçando a implementação dessas práticas.

Com isso, o presente trabalho contribui para aprofundar a compreensão sobre os temas e contextos, mostrando possíveis caminhos para fomentar ambientes mais favorável ao surgimento e consolidação de empreendimentos que coloquem em suas metas, ações de transformação social e ambiental, e que conciliem com o retorno financeiro.

Esta pesquisa ainda possui inúmeras possibilidades de contextualização, e aprofundamento nos temas abordados. O número limitado de participantes e a possibilidade de novos métodos de abordagem, apontam para a possibilidade da realização de novos estudos, que ampliem o universo investigado. Podem serem inclusos, outros setores econômicos do Estado, aprofundando as pesquisas sobre os fatores que facilitam ou dificultam a prática dos investimentos de impacto e negócios sociais, no contexto local, regional e nacional.

## REFERÊNCIAS

**62 pessoas possuem o equivalente a metade do mundo.** Oxfam Brasil, 2016. Disponível em: <<https://www.oxfam.org.br/publicacao/62-pessoas-possuem-o-equivalente-a-metade-do-mundo/>> Acesso em: 06/nov./24.

**A fresh perspective Global Forest Resources Assessment 2020.** Food And Agriculture Organization (FAO). 7 de mai. de 2020. Disponível em: <<https://www.fao.org/interactive/forest-resources-assessment/2020/en/>> Acesso em: 08/nov./24.

AMARAL, M. R. A.; WILLERDING, I. V. A.; LAPOLLI, É. M. **ESG and sustainability: the impact of the pillar social.** Concilium, [s.l.], v. 23, no 13, p. 186–199, 2023. ISSN: 0010-5236, DOI: 10.53660/CLM-1643-23J43.

ANDE. Aspen Network of Development Entrepreneurs. **Panorama do Setor de Investimento de Impacto na América Latina: Resultados de Mercado 2014-2015.** 2016. Disponível em: <<https://andeglobal.org/publication/panorama-do-setor-de-investimento-de-impacto-na-america-latina-resultados-de-mercado-2014-2015/>> Acesso em: 08/nov./24.

ANDE. Aspen Network of Development Entrepreneurs. **Panorama do Setor de Investimento de Impacto no Brasil.** 2018. Disponível em: <<https://andeglobal.org/publication/panorama-do-setor-de-investimento-de-impacto-no-brasil/>> Acesso em: 08/nov./24.

BARDIN, L. **Análise de conteúdo.** Brasil: Ed. 1: Ed. Edições 70- Brasil. 2011.

BARKE, E. **O mercado da Base da Pirâmide.** In: BARKE, Edgard et al. Negócios com impacto social no Brasil. São Paulo: Petrópolis, 2013.

BARKE, E.; COMINI, G.; CUNLIFFE, A.; HART, S. L.; RAI, S. **Social entrepreneurship and social business: retrospective and prospective research.** RAE - Revista de Administração de Empresas, v. 55, n. 4, [S.l.], p.380-384, jul./ago. 2015. Disponível em: <<https://periodicos.fgv.br/rae/article/view/52945>> Acesso em: 11/nov./24.

BARKE, E.; COMINI, G.; TORRES, H.; **Negócios de impacto socioambiental no Brasil: como empreender, financiar e apoiar/Organizadores.** Rio de Janeiro, FGV Editora, 2019.

BECCHETTI, L.; BOBBIO, E.; PRIZIA, F.; SEMPLICI, L. **Going Deeper into the S of ESG: A Relational Approach to the Definition of Social Responsibility.** *Sustainability* 2022, 14, 9668. Disponível em: <<https://doi.org/10.3390/su14159668>> Acesso em: 16/nov./24.

BORNSTEIN, D. **How to Change the World: Social Entrepreneurs and the Power of New Ideas.** Oxford University Press, 2007. Disponível em: <<https://dara.org.br/2020/03/29/como-mudar-o-mundo-empreendedores-sociais-e-o-poder-das-novas-ideias/>> Acesso em: 11/nov./24.

**Brasil tem 6,9 milhões de famílias sem casa e 6 milhões de imóveis vazios, diz urbanista.** BBC News Brasil, 2018. Disponível em: <<https://www.bbc.com/portuguese/brasil-44028774>> Acesso em: 08/nov./24.

BREST, P.; GILSON, R.; WOLFSON, M. **How investors can (and can't) create social value.** *Stanford Social Innovation Review*, Stanford, 2016. Disponível em: <[https://ssir.org/up\\_for\\_debate/article/how\\_investors\\_can\\_and\\_cant\\_create\\_social\\_value](https://ssir.org/up_for_debate/article/how_investors_can_and_cant_create_social_value)> Acesso em: 11/nov./24.

BUGG-LEVINE, A.; EMERSON, J. **Impact Investing: Transforming how we make money while making a difference.** *Innovations: Technology, Governance, Globalization*. v. 6, n. 3, Massachusetts, MIT, 2011.

CAMPOLUNGO, H. R.; **Mapeamento do mercado de Private Equity e Venture Capital de investidores de impacto. Como os players medem o impacto de seus investimentos em diferentes setores e regiões da América Latina?** Monografia: Faculdade de Economia e Administração - Insper, São Paulo, 2017.

CBIC. **Construção Civil cresce 4,3% em 2024 e impulsiona economia nacional.** Agência CBIC, 2025. Disponível em: <<https://cbic.org.br/construcao-civil-cresce-43-em-2024-e-impulsiona-economia-nacional/>> Acesso em: 06/mar./25.

**Censo GIFE 2014/GIFE.** Organizadores: André Degenszajn e Iara Rolnik. Autores: Ana Carolina Velasco, Ana Letícia Silva, Ana Lucia de Império Lima, Eduardo Szazi, Graziela Santiago, Mariana Moraes, Rafael Oliva e Sergio Andrade. São Paulo: GIFE, 2015. 160 p.; II. Disponível em: <<https://sinapse.gife.org.br/download/censo-gife-2014>> Acesso em: 10/dez./24.

**Classificação nacional de atividades econômicas - CNAE: subclasses para uso da administração pública: versão 2.3; CNAE 2.3.** Comissão Nacional de Classificação (Brasil). Subcomissão Técnica para a CNAE-Subclasses; IBGE, 2020. Disponível em: <<https://biblioteca.ibge.gov.br/index.php/biblioteca-catalogo?view=detalhes&id=2101721>> Acesso em: 06/mar./25.

CNI. CONFEDERAÇÃO NACIONAL DA INDÚSTRIA. **Perfil da indústria, Estado de Sergipe. Brasília, 2022.** Disponível em <<https://perfildaindustria.portaldaindustria.com.br/estado/se>> Acesso em: 28/mar./25.

COMINI, G. M. **Negócios sociais e inovação social: um retrato de experiências brasileiras.** 2016. Tese (Livre Docência) - Universidade de São Paulo (USP), São Paulo, 2016. Disponível em: <<http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/livredocencia/12/tde-15122016-143942/>> Acesso em: 04/dez./24.

COMINI, G. M., BARKI, E., & AGUIAR, L. T. (2012). **A three-pronged approach to social business: a Brazilian multi-case analysis social businesses.** Revista de Administração, 47(3), 385-397.

**Construção Sustentável.** Ministério do Meio Ambiente, 2021. Disponível em: <<https://antigo.mma.gov.br/cidades-sustentaveis/planejamento-ambiental-e-territorial-urbano/urbanismo-sustentavel/item/8059>> Acesso em: 14/jan./2025.

CUNHA, G. A. **Déficit Habitacional: O Tamanho da Desigualdade Social no Brasil. Boletim Economia Empírica.** Edição v.1 n.1(2020) Disponível em: <<https://www.portaldeperiodicos.idp.edu.br/bee/article/view/4014>> Acesso em: 16/jan./2025.

**Descarbonização: Um Desafio para os Arquitetos e Urbanistas.** FNA – Federação Nacional dos Arquitetos e Urbanistas, 2023. Disponível em: <<https://fna.org.br/descarbonizacao-um-desafio-para-os-arquitetos-e-urbanistas/>> Acesso em: 14/jan./2025.

DIAS, F. S. **ESG na Construção Civil: Análise das Estratégias Socioambientais das Empresas e seu Impacto na Sustentabilidade do Setor.** Dissertação (Mestrado) Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro - PUC-RIO. 2024. Disponível em: <<https://doi.org/10.17771/PUCRio.acad.68024>> Acesso em: 18/jan./2025.

EMERSON, J. **The Blended Value Proposition: Integrating Social and Financial Returns.** California Management Review. v. 45, n. 4, p. 35-51, Summer 2003.

EMERSON, J.; BUGG-LEVINE, A. **Impact Investing: Transforming how we make money while making a difference.** San Francisco: Jossey-Bass, 2011.

Estratégia Nacional de Investimentos e Negócios de Impacto (ENIMPACTO). **Negócios que resolvem problemas socioambientais.** Texto-base da ENIMPACTO. Versão Revisada, 2021.

FISCHER, R. M. Negócios sociais. In: BOULLOSA, Rosana de Freitas (org.). **Dicionário para a formação em gestão social**. Salvador: CIAGS/UFBA, 2014. p. 125-127.

FLICK, U. **Introdução à pesquisa qualitativa**. 3 ed. Porto Alegre: Artmed, 2009.

FREIREICH, J; FULTON, K. **Investing for social and environmental impact: A design for catalyzing an emerging industry**. San Francisco: Monitor Institute, 2009.

FUNDAÇÃO JOÃO PINHEIRO; PNADC - IBGE. **Brasil registra déficit habitacional de 6 milhões de domicílios**. Belo Horizonte, MG, 2024. Disponível em: <<https://fjp.mg.gov.br/brasil-registra-deficit-habitacional-de-6-milhoes-de-domicilios/>> Acesso em: 24/mar./25.

GERHARDT, T. E.; SILVEIRA, D. T. **Métodos de pesquisa**. Porto Alegre, UFRGS, 2009. Disponível em <<https://lume.ufrgs.br/handle/10183/52806>> Acesso em: 04/abr./25.

GIIN. **Annual Impact Investor Survey**. 2016. 6ª ed.

GONÇALVES, C. E. A., **Negócios sociais e investimento de impacto: um estudo sobre as percepções dos atores do ecossistema**. Dissertação (Mestrado) Universidade de São Paulo, São Paulo, 2017.

GOVBR. **O que é CNAE?** Empresas & Negócios. Gov.Br, 2023. Disponível em: <<https://www.gov.br/empresas-e-negocios/pt-br/empreendedor/perguntas-frequentes/cadastur/o-que-e-cnae>> Acesso em: 06/mar./25.

Guia de Oferta de Capital para Negócios de Impacto (Sebrae). **2º Guia Negócios De Impacto: Oferta de Capital**. Rio do Janeiro, 2020. Disponível em: <<https://www.gov.br/mdic/pt-br/assuntos/enimpacto/artigos-e-publicacoes/arquivos/OfertadeCapitalNegociosdeImpacto.pdf/view>> Acesso em: 18/dez./2024.

HARTMAN, L. P.; RUBIN, R. S.; DHANDA, K.K. **The Communication of Corporate Social Responsibility: United States and European Union Multinational Corporations**. J Bus Ethics 74, p. 373–389, 2007.

IBGE. **IBGE | Concla | Busca online**. IBGE, 2024. Disponível em: <<https://cnae.ibge.gov.br/?view=secao&tipo=cnae&versaosubclasse=10&versao-classe=7&secao=F>> Acesso em: 06/mar./25.

ICE. Instituto de Cidadania Empresarial. **4ª Edição do Prêmio ICE – Finanças Sociais e Negócios de Impacto**. 2017. Disponível em: <<https://prosas.com.br/editais/3329-premio-ice-2017-financas-sociais-e-negocios-de-impacto>> Acesso em: 08/nov./24.

ICE. Instituto de Cidadania Empresarial. **Força Tarefa Brasileira de Finanças Sociais (FTFS) - Finanças Sociais: Soluções Para Desafios Sociais e Ambientais**. 2015. Disponível em: <<https://sinapse.gife.org.br/download/financas-sociais-solucoes-para-desafios-sociais-e-ambientais>> Acesso em: 08/nov./24.

ICE. Instituto de Cidadania Empresarial. **Investimentos de impacto**. 2021. Disponível em: <<https://academiaice.org.br/>> Acesso em: 08/nov./24.

IIZUKA, E. S.; VARELA, C. A.; LARROUDÉ, E. R. A. **Social business dilemmas in Brazil: Rede Asta case**. RAE - Revista de Administração de Empresas, [S. l.], v. 55, n. 4, p. 385–396, 2015. Disponível em: <<https://periodicos.fgv.br/rae/article/view/52950>> Acesso em: 18/dez./2024.

JUSBRASIL. **Política Nacional do Meio Ambiente (PNMA) - Lei nº 6938/81, Conceito, objeto e instrumentos**. Jusbrasil, 2016. Disponível em: <<https://www.jusbrasil.com.br/noticias/politica-nacional-do-meio-ambiente-pnma-lei-n-6938-81/321528492>> Acesso em: 06/mar./25.

KOTLER, P. KARTAJAYA, H. SETIAWAN, I. **Marketing 3.0: as forças que estão definindo o novo marketing centrado no ser humano**. 1ª ed. Rio de Janeiro: Campus, 2010.

MACEDO, A. T., ET MARTINS, M. F. **A Sustentabilidade Urbana Sob a Ótica da Construção Civil: Um Estudo nas Empresas Construtoras de Campina Grande-PB**. Artigo apresentado na Revista de Gestão Ambiental e Sustentabilidade - GeAS, Vol. 4, N.1, Janeiro/Abril, 2015. Disponível em: <<https://periodicos.uninove.br/geas/article/view/9965/4658>> Acesso em: 18/jan./2025.

MARQUES, C. L.; MIRAGEM, B. **"Serviços Simbióticos" do Consumo Digital e o PL 3.514/2015 de Atualização do CDC**. Revista de Direito do Consumidor: RDC, São Paulo, v. 29, n. 132, p. 91-118, nov./dez. 2020. Disponível em <<https://bdjur.stj.jus.br/jspui/handle/2011/150408>> Acesso em: 18/jan./2025.

MORGAN, J.P. **Impact Investments: An Emerging Asset Class**. J.P. Morgan Global Research, 29 nov. 2010. Disponível em: <<https://s3.amazonaws.com/giin-web-assets/giin/assets/publication/research/impact-investments-an-emerging-asset-class2.pdf>> Acesso em: 19/nov./24.

NEVES, E. O., GUEDES, C. A. M., DOS SANTOS, K. C. (2016). **Empreendedorismo social e sustentabilidade: um estudo de caso sobre o projeto “mulheres em ação jogando limpo com a natureza” do IFNMG.** *Revista Da FAE*, 13(2).

Oxfam Brasil. **A distância que nos une: Um retrato das desigualdades brasileiras.** São Paulo: Brief Comunicação, 2017. Disponível em: <<https://www.oxfam.org.br/um-retrato-das-desigualdades-brasileiras/a-distancia-que-nos-une/>> Acesso em: 08/nov./24.

Oxfam Brasil. **Tempo de cuidar: O trabalho de cuidado não remunerado e mal pago e a crise global da desigualdade.** Oxfam GB, 2020. Disponível em: <<https://www.oxfam.org.br/forum-economico-de-davos/tempo-de-cuidar/>> Acesso em: 11/nov./24.

PETRINI, M.; SCHERER, P.; BACK, L. **Modelo de negócios com impacto social.** *RAE - Revista de Administração de Empresas*, [S. l.], v. 56, n. 2, p. 209–225, 2016. Disponível em: <<https://doi.org/10.1590/S0034-759020160207>> Acesso em: 20/nov./24.

PORTOCARRERO, F.; DELGADO, Á. *Negocios Inclusivos y generación de valor social.* IN: MÁRQUEZ, P.; REFICCO, E.; BERGER, G. (orgs.). **Negocios inclusivos: Iniciativas de mercado con los pobres de Iberoamérica.** Bogotá, Colombia: SEKN, 2010.

PRAHALAD, C. K. **The Fortune at the Bottom of the Pyramid: Eradicating Poverty through Profits.** Upper Saddle River, NJ: Wharton School Publishing, 2005.

PRAHALAD, C. K.; HART, S. **The fortune at the bottom of the pyramid.** *Strategy + Business*, New York, v.1, n.26, p.1-14, First Quarter, 2002.

ROCKEFELLER FOUNDATION. **Accelerating Impact: Achievements, Challenges and What’s Next in Building the Impact Investing Industry.** jul. 2012

RODIN, J.; BRANDENBURG, M. **The Power of Impact Investing: Putting Markets to Work for Profit and Global Good.** [S.l.], Wharton Digital Press, 2014.

ROSOLEN, T., PELEGRINI TISCOSKI, G., COMINI, G. M. (2014). **Empreendedorismo Social e Negócios Sociais: Um Estudo Bibliométrico da Produção Nacional e Internacional.** *Revista Interdisciplinar De Gestão Social*, 2014, v3(1). Disponível em: <<https://periodicos.ufba.br/index.php/rigs/article/view/8994>> Acesso em: 12/jan./2025.

SEN, A. **Desenvolvimento como Liberdade**. Tradução Laura Teixeira Motta. São Paulo: Companhia das Letras, 2010. Disponível em: <<https://www.companhiadasletras.com.br/livro/9788535916461/desenvolvimento-como-liberdade>> Acesso em: 08/jan./2025.

SHAHIDUR R. K., GAYATRI B. K., HUSSAIN A. S. **Handbook on Impact Evaluation: Quantitative Methods and Practices**. World Bank Publications, 2010.

TEODÓSIO, A. S., COMINI, G. (2012). **Inclusive business and poverty: Prospects in the Brazilian context**. RAUSP - Revista de Administração da Universidade de São Paulo, 47(3), 410-421.

**Um Novo Capitalismo**. Direção: Henry Grazinolli. Produção: Antônio Ermírio de Moraes Neto, Fernando Mistura São Paulo: Talk Filmes, 2017.

VALLE, P. R. D., FERREIRA, J. L. **Análise de Conteúdo na Perspectiva de Bardin: Contribuições e Limitações para a Pesquisa Qualitativa em Educação**. (2024). In *SciELO Preprints*. Disponível em: <<https://doi.org/10.1590/SciELOPreprints.7697>> Acesso em: 08/abr./2025.

VECHI, N. R. G., GALLARDO, A. L. C. F. AND TEIXEIRA, C. E. **Aspectos Ambientais Do Setor Da Construção Civil: Roteiro para a Adoção de Sistema de Gestão Ambiental pelas Pequenas e Médias Empresas de Prestação de Serviços**. Revista Eletrônica Sistemas & Gestão, Volume 11, N1, 2016, pp. 17-30. Disponível em: <<https://typeset.io/pdf/aspectos-ambientais-do-setor-da-construcao-civil-uma-4zst267r7e.pdf>> Acesso em: 12/dez./2024.

YUNUS, M. **Criando um Negócio Social: Como iniciativas economicamente viáveis podem solucionar os grandes problemas da sociedade**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

## APÊNDICE A

# Entrevista sobre Investimento de Impacto, negócios sociais e Valor Socioambiental

*Este formulário visa coletar informações sobre o entendimento e a aplicação de práticas de investimento de impacto, negócios sociais e valor socioambiental no setor empresarial de Sergipe, material de pesquisa para o Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) do curso de Administração da UFS.*

\* Indica uma pergunta obrigatória

---

## Identificação

1. Seu nome: \*

---

2. Sua idade: \*

---

3. Qual empresa você trabalha:

---

4. A organização na qual você trabalha é um (a): \*

*Marcar apenas uma oval.*

- Construtora (Obra civil)
- Construtora (Estruturas metálicas)
- Escritório de projetos de engenharia, arquitetura e/ou consultoria
- Empresa fornecedora de serviços especiais de engenharia
- Outro: \_\_\_\_\_

5. Qual nível hierárquico você ocupa na sua organização: \*

*Marcar apenas uma oval.*

- Presidência ou diretoria
- Gerência (Obra, setor de produção, setor de planejamento, de administração, de projetos, etc)
- Coordenação
- Analista técnico (Engenheiro, arquiteto, de produção, de planejamento, de administração, etc.)
- Outro: \_\_\_\_\_

6. Qual o tempo de atuação da empresa em que você trabalha? \*

*Marcar apenas uma oval.*

- 0 a 5 anos
- 6 a 10 anos
- 11 a 15 anos
- 16 a 20 anos
- Mais de 20 anos

7. A empresa em que você trabalha é de origem Sergipana? \*

*Marcar apenas uma oval.*

- Sim
- Não

8. Se **Não**, qual a origem da empresa que você trabalha? \*

\_\_\_\_\_

9. Já expandiu para outras regiões? \*

*Marcar apenas uma oval.*

Sim

Não

10. Se **Sim**, para quais? \*

---

---

---

---

---

### **Geração de Valor Socioambiental**

*Nesta seção, o foco é entender a percepção e aplicação do conceito de **valor socioambiental** na empresa. "Valor socioambiental" envolve práticas que beneficiam a sociedade e o meio ambiente, além de apenas o retorno financeiro. As perguntas exploram o conhecimento do empresário sobre o termo, as atividades realizadas com foco socioambiental e as intenções para o futuro, incentivando uma reflexão sobre a contribuição da empresa para o desenvolvimento sustentável em Sergipe.*

11. Você sabe o que é "valor socioambiental"? \*

*Marcar apenas uma oval.*

Sim *Pular para a pergunta 12*

Não *Pular para a pergunta 16*

Talvez *Pular para a pergunta 12*

### **Geração de Valor Socioambiental (Descrição)**

12. Como você define ou entende o termo “valor socioambiental”? \*

---

---

---

---

---

13. A sua empresa realiza alguma atividade que você associa à geração de valor socioambiental? Pode descrever quais são? \*

---

---

---

---

---

14. Sua empresa planeja iniciar, aumentar ou reduzir atividades relacionadas à geração de valor socioambiental? Se sim, em quais áreas? \*

---

---

---

---

---

15. **Complete a frase:** Em minha opinião, gerar valor socioambiental é... \*

---

**Geração de Valor Socioambiental (Entendimento)**

16. Com relação a sua resposta, por qual(is) razões representa essa resposta para sua organização (Pode marcar mais de uma alternativa): \*

*Marque todas que se aplicam.*

- Falta de conhecimento sobre o tema
- Cultura organizacional
- Não envolvimento da organização na implantação de ações voltadas ao tema
- Falta de investimento sobre o tema
- Outro: \_\_\_\_\_

### **Conhecimento sobre Investimento de Impacto e Negócios Sociais**

*Esta seção investiga o **nível de conhecimento e engajamento** das organizações/empresários com conceitos como **investimento de impacto e negócios sociais**. Investimentos de impacto referem-se ao capital aplicado em negócios que visam tanto lucro quanto impacto social positivo. Negócios sociais, por outro lado, são iniciativas voltadas a resolver problemas sociais de forma sustentável. As perguntas buscam identificar se a empresa já está envolvida ou tem interesse em adotar essas práticas e qual a percepção sobre o impacto social.*

17. Você já tinha ouvido falar sobre os termos “investimento de impacto” e “negócio social”? \*

*Marcar apenas uma oval.*

- Sim
- Não

18. Sua empresa realiza alguma atividade que você relaciona com investimento de impacto e/ou negócios sociais? \*

*Marcar apenas uma oval.*

- Sim
- Não

19. Se **Sim**, quais? \*

---

---

---

---

---

20. A empresa pretende iniciar, aumentar ou reduzir atividades voltadas para gerar \*  
impacto social?

*Marcar apenas uma oval.*

- Iniciar *Pular para a pergunta 21*
- Aumentar *Pular para a pergunta 21*
- Reduzir *Pular para a pergunta 21*
- Não de aplica *Pular para a pergunta 24*

### **Conhecimento sobre Investimento de Impacto e Negócios Sociais**

21. Em quais áreas?

*Marque todas que se aplicam.*

- Educação e Capacitação Profissional para comunidades locais
- Criação de Programas de Habitação Social
- Redução de Resíduos e Economia Circular
- Projetos de Infraestrutura Básica em comunidades
- Outro: \_\_\_\_\_

22. **Complete a frase:** Em minha opinião, gerar impacto social é... \*

---

23. **Complete a frase:** Em minha opinião, um negócio social deveria atuar... \*

---

### Perspectivas, Desafios e Oportunidades

Nesta seção, o foco é se aprofundar nas **perspectivas da empresa** sobre o desenvolvimento de negócios sociais e investimentos de impacto, além dos desafios e oportunidades no contexto local de Sergipe. Esta seção aborda a visão das empresas sobre o valor social agregado e sobre como essas iniciativas podem beneficiar ou apresentar desafios para as empresas. Também investiga a percepção do empresário sobre o apoio governamental e a conexão entre empresas do setor.

24. Considera que gerar valor social trouxe, traz ou traria resultados positivos ou negativos para sua empresa? Quais são os principais? \*

---

---

---

---

---

25. Pretende iniciar ou continuar investindo em negócios de impacto social? \*

*Marcar apenas uma oval.*

- Sim
- Não
- Talvez
- Não se aplica

26. Em sua opinião, as empresas sergipanas que atuam no seu setor investem em negócios sociais?

*Marcar apenas uma oval.*

- Sim
- Não

27. Se **Sim**, qual a sua visão?

---

---

---

---

---

28. Existe alguma conexão entre iniciativas de diferentes empresas do setor? \*

*Marcar apenas uma oval.*

Sim

Não

29. A sua empresa participa de alguma dessas iniciativas/colaboração?

*Marcar apenas uma oval.*

Sim

Não

30. Considera que o poder público incentiva a implementação de investimentos de \*  
impacto e negócios sociais?

*Marcar apenas uma oval.*

Sim

Não

31. Se **Sim**, como percebe essa atuação?

---

---

---

---

---

### **Comentários Finais**

*Esta seção oferece um espaço para que os empresários compartilhem observações, reflexões ou temas adicionais que considerem relevantes para o estudo. Esse espaço permite que novas ideias, percepções pessoais ou informações não abordadas nas questões anteriores sejam incluídas, enriquecendo o entendimento sobre o tema.*

32. Gostaria de compartilhar ou comentar algum outro ponto não abordado sobre negócios sociais ou investimentos de impacto?

---

---

---

---

---

---