

UNIVERSIDADE FEDERAL DO MARANHÃO  
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS  
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

**ROSANGELA MENDES DA SILVA**

**EMPREENDEDORISMO FEMININO:** um estudo sobre a geração de impacto social  
na Cadê Beltrano?

São Luís  
2019

**ROSANGELA MENDES DA SILVA**

**EMPREENDEDORISMO FEMININO: um estudo sobre a geração de impacto social na Cadê Beltrano?**

Artigo apresentado ao Curso Superior de Administração da Universidade Federal do Maranhão – UFMA, como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel em Administração.

**Orientador:** Prof. Dr. Hélio Trindade de Matos

São Luís

2019

Silva, Rosangela Mendes da.

Empreendedorismo Feminino: um estudo sobre a geração de impacto social na Cadê Beltrano? / Rosangela Mendes da Silva. – 2019.

18 f.

Orientador(a): Prof. Dr. Hélio Trindade de Matos.  
Monografia (Graduação) - Curso de Administração,  
Universidade Federal do Maranhão, São Luís, 2019.

1. Empreendedorismo feminino. 2. Negócio social. 3. Impacto social. I. Trindade de Matos, Hélio. II. Título.

**ROSANGELA MENDES DA SILVA**

**EMPREENDEDORISMO FEMININO: um estudo sobre a geração de impacto social na Cadê Beltrano?**

Artigo apresentado ao Curso Superior de Administração da Universidade Federal do Maranhão – UFMA, como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel em Administração.

Aprovado em:     /     /2019.

**BANCA EXAMINADORA**

---

Prof. Dr. Hélio Trindade de Matos (orientador)  
Universidade Federal do Maranhão

---

2º Examinador

---

3º Examinador

Dedico à minha mãe, minha grande  
inspiração de vida.

## AGRADECIMENTOS

Primeiramente agradeço a Deus, a quem devo toda minha gratidão e confiança pelas conquistas realizadas até aqui.

Aos meus pais e irmãos, que apesar da distância sempre me apoiaram a buscar uma boa educação e a não desistir mesmo com todas as dificuldades. Obrigada por tudo, amo vocês infinitamente.

Ao Prof. Dr. Hélio Trindade de Matos, pelas sábias orientações, pelos exemplos de conhecimento e dedicação. Muito obrigada por permitir e colaborar para que essa pesquisa acontecesse. Serei grata por todos os seus ensinamentos.

Ao meu companheiro Adenilson, por sempre ter me apoiado e me incentivado a não desistir nos meus momentos mais difíceis. Obrigada por acreditar em mim, sempre enxergando o meu melhor, e por permanecer apesar de todos os momentos conturbados. Amo-te!

Ao meu amigo e incentivador Walterly Torres, por compartilhar todo seu aprendizado e ter sido peça chave para o desenvolvimento dessa pesquisa. Sou grata por sempre ter me ajudado em toda essa trajetória acadêmica e pessoal. Obrigada por tudo!

Aos amigos de turma que a graduação me concedeu, em especial Auridete Braga, Luanda Costa, Elaine Graciele, Valdirene Leal, Suellem Rodrigues, Darlene Silva, Pedro Ribeiro e Giselle Ricci. Obrigada por todos os momentos de alegrias e também pelos momentos de frustrações, que fizeram parte dessa nossa trajetória. Que possamos permanecer sempre unidos, para além da universidade. Amo vocês!

A Residência Universitária por me acolher durante a minha graduação, em especial as pessoas em que pude conviver e compartilhar toda minha rotina de vida, Hannah Alethia, Solange Mendes, Isabele Dourado e Glauciene Portela. Sou grata por todos os momentos de apoio, alegrias, tristezas e dificuldades, mas sempre permanecendo unidas apesar de tudo. Que nossa amizade se mantenha infinitamente.

As empreendedoras da Cadê Beltrano?, pessoas importantíssimas para a realização deste trabalho, as quais aceitaram abertamente contribuir para esta pesquisa. As histórias de vocês são inspiradoras para outras mulheres.

Por fim, agradeço a todos que direta ou indiretamente contribuíram com ideias, sugestões e que de alguma forma manifestaram seu apoio e acreditaram em mim. Gratidão por tudo!

## **EMPREENDEDORISMO FEMININO: um estudo sobre a geração de impacto social na Cadê Beltrano?**

Rosângela Mendes da Silva\*  
Hélio Trindade de Matos†

**Resumo:** A presença feminina tem se destacado em diversos segmentos através do empreendedorismo, contribuindo para o crescimento econômico e proporcionando uma independência financeira e autorealização profissional. Sendo assim, considerando o crescimento do empreendedorismo feminino, sua representatividade e os resultados gerados para o contexto social e econômico, o presente estudo tem como objetivo identificar como ocorre a geração de impacto social na Cadê Beltrano?. Além disso, buscou-se ainda analisar as consequências desses impactos na vida das empreendedoras, assim como identificar como estes contribuem para a superação das dificuldades sociais. Para alcançar o objetivo pretendido, estabeleceu-se a metodologia de pesquisa qualitativa, do tipo descritiva, com a utilização de entrevista semiestruturada. Após a coleta dos dados, os mesmos foram analisados através da técnica análise de conteúdo, que possibilitou identificar os impactos sociais gerados na vida das colaboradoras. Com isso, identificou-se que a Cadê Beltrano gera impacto social proporcionando a oportunidade de incremento de renda para as colaboradoras, tornando possível sua independência financeira, proporcionando sentimento de autorrealização através do empreendedorismo, assim como deu a oportunidade para exercerem uma profissão. Outros fatores como a superação das dificuldades sociais, são enfrentados combatendo os preconceitos existentes com relação a suas profissões e os produtos feitos a mão, e incentivando mulheres nas comunidades em torno de onde atuam. Nesse sentido, torna-se interessante como sugestão de pesquisas futuras, a investigação científica de outros empreendimentos sociais e seus segmentos, de que forma atuam e sobrevivem e quais impactos geram para as mulheres nas comunidades em torno.

**Palavras-chave:** Empreendedorismo feminino. Negócio social. Impacto social.

### **1 INTRODUÇÃO**

A mulher tem se destacado no ambiente profissional em diversos segmentos e contribuído para o crescimento da economia, principalmente através do empreendedorismo, onde muitas enxergam uma forma de suprir suas necessidades e obter a sua autonomia financeira.

Alperstedt, Ferreira e Serafim (2014) enfatizam, que a discussão sobre empreendedorismo feminino não se resume apenas sobre a entrada de mulheres no ambiente profissional para implementação da renda. Outros fatores devem ser discutidos, principalmente no âmbito social. Nesse sentido, torna-se importante estudar quais os impactos sociais gerados através do empreendedorismo feminino, as dificuldades enfrentadas e os aspectos que contribuem para a construção de sua autonomia.

Sendo assim, considerando o crescimento do empreendedorismo feminino, sua representatividade e os resultados gerados para o contexto social e econômico, o estudo buscou a partir das atividades de empreendimento social solucionar a seguinte questão de pesquisa: como ocorre a geração de impacto social na Cadê Beltrano? Buscando, assim, analisar as consequências desses impactos na vida das empreendedoras e do que estão no entorno do negócio selecionado. Sendo considerado a identificação dos impactos sociais gerados e como estes contribuem para a superação das dificuldades sociais da empreendedoras do empreendimento Cadê Beltrano?

---

\* Aluno(a) do Curso de Administração/UFMA. Artigo apresentado para a disciplina de TCC II, na data de xx/xx/xxxx, na cidade de São Luis/MA. Endereço eletrônico para contato: rosangela.ufma@gmail.com;

† Professor Orientador. Dr. em Administração. Departamento de Ciências Contábeis, Imobiliárias e Administração/UFMA. Endereço eletrônico para contato: heliomatos2010@gmail.com

O presente trabalho se justifica pela importância do tema abordado, pretendendo identificar que resultados são gerados e de que forma a contribuição desses impactos irão contribuir para o empoderamento feminino. Tendo em vista a crescente presença feminina a frente dos negócios e a grande importância de conquistar sua independência financeira, buscou-se analisar que impactos sociais são gerados através do empreendedorismo feminino para a construção de sua autonomia, considerando a multiplicidade de tarefas que lhes são impostas, assim como as dificuldades e preconceitos de gênero.

FLEURY (2013) afirma que as mulheres têm visões mais sistemáticas e são capazes de gerir várias informações ao mesmo tempo, além disso tendo flexibilidade e habilidade de enxergar as pessoas como um todo, não só no ambiente profissional.

Deste modo foi desenvolvido um referencial teórico abordando as temáticas empreendedorismo feminino, impacto social e negócio social. Tendo como campo de estudo o empreendimento Cadê Beltrano? localizado no Centro Histórico de São Luís do Maranhão. Para isto, foi utilizada a metodologia qualitativa, e como a estratégia de pesquisa a realização de um estudo de caso.

## 2 EMPREENDEDORISMO FEMININO

A participação das mulheres no mercado de trabalho tem se tornado cada vez maior, trazendo consigo a oportunidade delas trabalharem em diversas áreas e sendo bem sucedidas no seu ambiente profissional. Segundo Lopes et al (2016) anteriormente a mulher era vista apenas para realizar as tarefas de casa, mas essa realidade passou a se transformar, permitindo a mulher desempenhar outras tarefas fora do lar. Sendo possível identificar este processo de transformação no papel da mulher, ou seja:

O papel da mulher na sociedade desde sempre foi definido como o de ‘dona de casa’, responsável pelo cuidado e bem estar dos filhos, do marido e da casa, submissa aos pais ou ao marido. Mas a realidade hoje é outra devido à mudança de comportamento das mulheres, não no sentido de superarem os homens, mas sim para competir em igualdade com os mesmos (GELAIN; OLIVEIRA, 2014, p. 38).

Segundo Jonathan (2011), um dos grandes responsáveis pelo crescimento econômico do país está relacionado ao empreendedorismo feminino, enfatizando a contribuição delas nesse avanço. Além disto, Gelani e Oliveira (2014, p.38) ressaltam que a motivação para empreender parte por desejarem alguma oportunidade ou mesmo por necessidades, considerando ainda que se inicia um novo marco no processo histórico do empreendedorismo.

De acordo com o relatório GEM (*Global Entrepreneurship Monitor*, 2017), que é uma das mais conceituadas pesquisas sobre empreendedorismo realizado em nível mundial, se tratando de empreender no Brasil as mulheres correspondem a 24 milhões de empreendedoras, se aproximando do percentual em relação ao homens. Com relação à períodos anteriores e considerando o número de novos entrantes no mercado, a taxa de atuação feminina superou a taxa de empreendedores masculina, equivalendo a 15,4%, e 12,6% respectivamente, o que confirma o aumento na entrada de mulheres em atividades empreendedoras GEM (2016).

Além disso, o tema empreendedorismo feminino vem sendo explanado por meios de revistas, sites, entidades que apoiam e participam de projetos e programas voltados para elas, como o SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas) que participa ativamente oferecendo serviços de consultorias e apoio à essas empreendedoras.



Nesse contexto é importante identificar as possíveis causas que levam a mulher a empreender. Dandolini (2018) afirma que para essas mulheres empreendedoras a satisfação está ligada ao poder de gerir o seu próprio negócio, tendo como efeitos o reconhecimento e o poder de decisão que elas exercem assumindo esse papel. Nesse sentido, torna-se um sentimento de auto realização pela conquista de sua independência e autonomia.

Gelani e Oliveira (2014) apontam que as mulheres são motivadas pelo desejo de obterem alguma oportunidade ou ainda por necessidades. De acordo com o SEBRAE (2017), as mulheres optam por abrir um negócio mais por necessidade do que os homens, além de terem uma taxa mais alta no empreendedorismo, demonstrando que 37% dos homens abrem por necessidade, já em comparação as mulheres a taxa de necessidade representa um percentual de 48%, dentro dos novos entrantes no mercado.

De certo pode-se analisar que muitas agem mais pelas necessidades, sendo a liberdade, autonomia e auto realização as principais causas, como mencionado antes. Outro fator importante a refletir são as capacidades que as mulheres possuem para exercer uma gestão, onde são características explícitas a multifuncionalidade na realização de tarefas, a dedicação e atenção para os negócios, por ser “considerada mais detalhista e intuitiva, o que contribui para a gestão do negócio” (Gelani e Oliveira, 2014). Shiavani, Dias e Oliveira (2017) ressaltam que a mulher tem essa característica como peculiar. Isso se explica a capacidade delas conciliarem trabalho, família e tarefas de casa que são rotinas já presentes no seu dia a dia.

De acordo com Shiavani, Dias e Oliveira (2017, apud Das e Oecd, 1999) são considerados três principais motivos que podem levar a mulher a empreender: o primeiro motivo se dar por acaso, onde se aproveitam de algo que já realizam em seus dias e fazem disso um empreendimento, o que leva as mulheres a abrirem um negócio já que não tem profissão registrada. O segundo motivo seria as dificuldades que passam no decorrer do dia a dia, onde os autores destacam como a perda de um conjugue ou mesmo familiares, fazendo com que a única saída seja abrir um empreendimento, para lidar com as dificuldades financeiras. Já o terceiro motivo seria as mulheres empreendedoras que já nascem com o espírito para tal, são independentes e abrem o seu negócio por vontade própria e sem medo de correr riscos.

A presença feminina se torna cada vez mais crescente no mundo do empreendedorismo, ao passo que também contribui para atingir conquistas pessoais e profissionais na vida delas. Existem organizações que reconhecem essas atitudes empreendedoras e amparam essas mulheres, realizando projetos e premiações, ofertando cursos e consultorias, que na maioria das vezes enfrentam dificuldades e o preconceito de gênero, cor ou classe social.

O Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) contribui para este reconhecimento através do Prêmio Sebrae Mulher de Negócios, já estando na sua 13ª edição. A premiação desde 2004 que tem por finalidade reconhecer o empreendedorismo feminino através de histórias de sucessos de empresárias brasileiras, sendo dividido por categorias entre Microempreendedora Individual (MEI), Produtora Rural e Pequenos Negócios, (Agência Sebrae de Notícias, 2017).

“A ideia do prêmio é dar mais visibilidade e novas oportunidades para as participantes, sensibilizando outras mulheres a compartilhar experiências” (SEBRAE, p. 1, 2017). Projetos e ações como essas apoiam as mulheres e auxiliam na visibilidade e reconhecimento de seus negócios. O prêmio conta ainda com o apoio da Secretaria Nacional de Políticas para Mulheres (SPM) que tem como objetivo propiciar a igualdade entre homens e mulheres combatendo o preconceito e discriminação, assim como também a BPW Brasil – Federação das Associações de Mulheres de Negócios e Profissionais juntamente com o suporte da Fundação Nacional de Qualidade (FNQ) que atua no desenvolvimento das

organizações construindo, disseminando e debatendo conhecimentos na área de gestão no país.

Diante disso, o empreendedorismo feminino tem surgindo como uma possibilidade para o crescimento pessoal, profissional e também propiciando o engajamento entre as mulheres empreendedoras. Nesse sentido é importante abordar o conceito de negócios sociais e seus impactos, levando em consideração os resultados que esse tipo de negócio representa para o universo feminino.

### 3 NEGÓCIO SOCIAL

Segundo Petrini, Scherer e Back (2015) o termo Negócio Social surgiu a partir do trabalho de Muhammad Yunus, professor de economia que ganhou o prêmio Nobel da paz em 2006. A conquista do prêmio se deu pelo seu trabalho de realização da oferta de microcréditos para os mais pobres, tornando-os menos vulneráveis a pobreza em Bangladesh. Pires e Santos (2016) reforçam que os conceitos disseminados sobre esse termo seguem a princípio os pensamentos de Yunus, que explica “negócios sociais como um subconjunto de abordagens empresariais baseadas no mercado para enfrentar os desafios sociais”.

Pires e Santos (2016) destacam o cenário de crise e incertezas econômicas, onde são presentes organizações visando apenas em maximizar o lucro e exploração dos menos favorecidos, contribuindo para o surgimento de discussões que ganharam espaço na sociedade e entidades governamentais, que até então não tinham essa preocupação em relação as consequências do modo produtivo capitalista. Nesse cenário, despertou-se os negócios sociais, se contrapondo a um modelo predominante de maximização de lucro, onde passa a ter uma grande relevância no meio empresarial.

Barki (2015) também pontua que o surgimento de negócios de impacto social tem se elevado devido a adversidades geradas pelo sistema que rege a sociedade, o capitalismo, e que também contribui para uma nova forma de se pensar em como fazer negócios. Fatores como a erradicação da pobreza, a luta por igualdades e a preocupação em tornar o mundo melhor são questões que podem fortalecer e mudar a vida de muitas pessoas através desse tipo de negócio.

Ainda de acordo com Barki (2015) faz-se uma abordagem no que diz respeito ao termo “Negócios de impacto”, onde o autor expõe que já são existentes organizações que geram impactos como por exemplo as organizações não governamentais (ONGs) e a sua importância para melhorar a sociedade, ao mesmo passo que também afirma que todas as organizações, de alguma forma geram impactos, ou seja, “É difícil negar o impacto do Facebook, por exemplo, que permite a conexão de bilhões de pessoas em uma rede mundial”.

Algumas organizações têm um papel fundamental colaborando para diversas definições dos conceitos.

São organizações que visam solucionar demandas relacionadas a problemas sociais a partir de mecanismos de mercados rentáveis, oferecendo produtos/serviços e/ou tecnologias que podem ou não ser diretamente oferecidos à população de baixa renda. Essas iniciativas são criadas para gerar benefícios sociais. (SHERER, 2014, p. 19)

Já para Yunus (2010), a definição do que é ser um negócio social consiste na resolução dos problemas sociais e ambientais através de uma sustentabilidade financeira, gerando um novo modelo de negócio. Nesse contexto, é importante ressaltar que apesar das empresas desenvolverem a resolução dos problemas sociais, elas também necessitam ter

retorno financeiro para cobrir os custos de despesas, já que não dependem de outras instituições que apoiam através de doações. Sendo assim, Barki (2015) explica que são empresas que almejam atingir tanto os objetivos sociais quanto o financeiro.

Segundo Sherer (2014, Apud Yunus, 2008) os negócios sociais são separados em dois tipos. O primeiro diz respeito as empresas que mantêm o seu posicionamento ofertando melhorias sociais como a sustentabilidade, erradicação da pobreza, saúde, educação, não visando lucro. Já o segundo tem a visão de lucro máximo, porém atuam com pessoas de baixa renda, acreditando que o ganho gerado pelo negócio e o seu crescimento irá produzir como benefício social a diminuição da pobreza.

Para melhor esclarecer e diferenciar as características de empresas tradicionais dos negócios sociais, Comini (2011) desenvolveu um estudo, apresentando cada modelo, como mostra o quadro 1.

**QUADRO 1 – Características dos negócios sociais**

	<b>Empresas Tradicionais</b>	<b>Negócios Sociais</b>
<b>Objetivo Principal</b>	Acesso a um grande mercado (base da pirâmide)	Redução da pobreza
<b>Oferta</b>	Quaisquer bens e serviços para a base da pirâmide	Bens e serviços voltados para necessidades básicas (educação, saúde, moradia, alimentação e crédito) ou que incorporem a dimensão ambiental
<b>Intencionalidade</b>	Geração de valor social é um componente importante, porém não central	Geração de valor social é o core business do negócio
<b>Impacto</b>	Contribuição indireta na redução da pobreza	Contribuição direta na redução da pobreza
<b>Clientes</b>	Setor de baixa renda não é o único público-alvo	Predominantemente para setor de baixa renda
<b>Setor de Baixa Renda</b>	Predominantemente Consumidor	Predominantemente Produtor/ Fornecedor/beneficiado
<b>Escalabilidade</b>	Fator relevante	Fator não tão relevante
<b>Trabalhadores</b>	Não há nenhuma prioridade	Segmentos marginalizados ou economicamente excluídos
<b>Formato Legal</b>	Empresas Privadas	Organizações da Sociedade Civil
<b>Envolvimento da comunidade no processo decisório</b>	Não há instâncias de participação	Há mecanismos institucionais para participação coletiva
<b>Accountability</b>	Não é prioridade	Total prioridade
<b>Distribuição de lucro</b>	Distribuição de dividendos	Lucro é totalmente investido no empreendimento
<b>Valor econômico</b>	Lucratividade calculada pela receita menos custos	Lucratividade calculada não inclui subsídios cruzados e benefícios fiscais/doações
<b>Valor social</b>	Indicadores tangíveis (oferta de bens e acesso a renda)	Indicadores intangíveis (cidadania, autoestima, capital social)

Fonte: Comini (2011)

Os negócios sociais são modelos inovadores que podem fazer grande diferença entre as empresas e causando impactos positivos para a sociedade, tornando-a mais

autossustentáveis, com propósitos financeiros e sociais, lucrando e fazendo o bem ao mesmo tempo. Nesse sentido, é importante identificar esses impactos sociais e de que forma podem ser mensurados para uma melhor compreensão dos resultados das organizações.

#### 4 IMPACTO SOCIAL

As empresas que atuam como negócio social causam impactos sociais positivos para seu público alvo, contribuindo de forma sustentável com resultados que os beneficiam e contribuem para uma melhor qualidade de vida e igualdade social. Segundo Fabiani et al (2018), impacto social se denomina do latim *Impactus* e tem como definição ser o efeito que determinada ação gera, ou consequência de um esforço para se alcançar um fim estabelecido.

Os impactos sociais são vistos como consequências de determinadas ações, sejam elas projetos, programas ou negócios sociais. Fabiani et al (2018) afirmam ainda que a mudança ocasionada por esses impactos pode ser de diversas formas e que por isso é importante ter a compreensão de que o impacto se torna mais relevante em relação aos objetivos de determinada ação, o que pode ser atingido no procedimento de avaliação desses impactos.

Brandão, Cruz e Arida (2018) definem avaliação de impacto social como uma agregação entre as mudanças envolvendo a comunidade e seu espaço com uma variável determinada, seja ela um projeto, um negócio social ou um programa, onde será observada essa relação de variável com as mudanças ocorridas. Para Fabiani et al (2018) a avaliação de impacto social é uma forma de mostrar as evidências a respeito dos impactos que são produzidos no sentido de confirmar se os mesmos estão sendo realizados por projetos, programas, política ou negócio.

Desse modo, é importante que essas medições dos impactos sejam concretas, pois contribuem para avaliar se a organização está cumprindo os seus objetivos propostos e gerando resultados positivos para a sociedade. Diante dessa visão, torna-se importante destacar algumas formas de avaliação dos impactos que servem para estabelecer uma relação de causa e efeito entre as variáveis e seus impactos.

Fabiani et al (2018) define a seguinte divisão:

- a) Análise de necessidades: identifica os critérios e prioridades das necessidades do público atendido.
- b) Avaliação de processo: avalia a qualidade da implementação e as mudanças ocorridas no problema que está sendo exposto, onde se distingue ainda entre falha na implementação e falha teórica, possíveis situações que podem ocorrer durante o processo.
- c) Avaliação de resultado: monitora os resultados, levantando os dados e análises que vão contribuir para formar a história do projeto ou negócio e também na prestação de contas.
- d) Avaliação econômica: considera a estimação do impacto gerado e o cálculo do retorno econômico gerado pela iniciativa.

Essas formas de avaliações são importantes não só na aplicação de projetos, mas também em negócios sociais e outros tipos de programas que visam atuar em prol da sociedade, servindo para medir os resultados e realizar acompanhamento necessário dos procedimentos.

Atrelado a essas avaliações, é importante destacar também a Teoria de Mudança como complemento na avaliação dos impactos sociais. Conforme Brandão, Cruz e Arida (2018) a teoria de mudança busca associar o cenário no qual a ideia está inserida e os seus

respectivos resultados a longo prazo, as premissas e os processos que irão colaborar com as mudanças. Segundo os autores, a tese de mudança quando implementada no início do negócio deve ser integrada a outros métodos de avaliação de negócios sociais, se justificando que a mesma sozinha não garante resultados de impacto, mas apenas fornece hipóteses lógicas que provavelmente podem ser confirmadas, caso as outras circunstâncias idealizadas sejam efetivadas.

Avaliar impactos trás resultados que podem contribuir para a evolução de um negócio social, porém essa realidade ainda é um pouco precária, principalmente no Brasil, devido ao fator custos, falta de conhecimentos e a complexidade para medir os resultados. Por outro lado, existem ferramentas que podem auxiliar nesse processo, algumas com custos baixos, mas que demonstram resultados satisfatórios.

Brandão, Cruz e Arida (2018) abordam duas questões chaves que levaram a construção dessas ferramentas para avaliação dos impactos sociais. Uma diz respeito a necessidade de ter uma ferramenta que auxilie esses procedimentos, ajudando assim os empreendedores, investidores a ter um acompanhamento melhor dos seus negócios permitindo a comparação entre essas iniciativas. A outra questão diz respeito a importância de comparar esses negócios entre si, levando em consideração o desempenho de cada iniciativa, o que torna uma tarefa não tão simples de ser realizada.

Existem vários métodos de se avaliar os impactos sociais. No contexto em questão, no quadro 2 destaca-se três metodologias importantes que podem ser utilizadas, com suas respectivas funções e características.

#### QUADRO 2 – Ferramentas de avaliação de impactos sociais

FERRAMENTA	OBJETIVO	CARACTERÍSTICAS
IRIS (Impact Reporting and Investment Standards)	Como catálogo de métricas, o IRIS opera com categorias específicas nas quais indicadores são apresentados e descritos.	Constitui-se de cinco grupos de indicadores: descrição da organização, descrição do produto, performance financeira, impacto operacional e impacto do produto, os quais são também relacionados aos setores.
GIIRS (Global Impact Investing Rating System)	É uma ferramenta que operacionaliza o uso da taxonomia IRIS em uma plataforma on-line e pode ser utilizada por empreendedores ou fundos de investimentos.	Opera com base em um conjunto de premissas: Longitudinalidade: acompanhar o desempenho ao longo do tempo. <ul style="list-style-type: none"> <li>• Comparabilidade: permitir comparação.</li> <li>• Verificação independente por terceiro.</li> <li>• Publicação das memórias de cálculo, metodologias e definições utilizadas.</li> <li>• Publicação de reports e atualização de dados com frequência definida.</li> </ul>
SROI (Social Return on Investment)	É um mecanismo que possibilita mensurar o impacto social de um negócio, processo que lança mão do uso de proxies para a conversão de resultados das atividades em dados financeiros.	Envolvimento dos stakeholders; Entender as mudanças; Valorar o que importa; Incluir apenas o que é material; Não sobrepor; Ser transparente; Verificar os resultados.

Fonte: Adaptado de Brandão, Cruz e Arida (2018)

Essas ferramentas possibilitam avaliar e medir impactos sociais, necessitando ainda um aprofundamento das mesmas, e verificando os custos e resultados possíveis de cada uma, a fim de contribuir para uma melhor compreensão dos resultados obtidos através do impacto social.

Estudar os impactos sociais através de ferramentas e metodologias são importantes para entender melhor os negócios sociais, além de ajudar a comparar resultados também entre diversas organizações de mesma iniciativa. Além disso, é essencial para determinar se os objetivos propostos pela organização estão sendo cumpridos e o que afeta de positivo para o público do seu negócio.

Considerando assim, espera-se que outras contribuições a respeito do tema em questão possam ajudar a melhorar e valorizar a Avaliação dos Impactos Sociais, disponibilizando mais conhecimento para o empreendedor social efetivar esse processo em seu negócio.

## **5 METODOLOGIA**

Para identificar quais os impactos sociais que o negócio social analisado para a realização deste estudo - Cadê Beltrano? -, gera por meio do empreendedorismo feminino, foi adotado uma pesquisa classificada de acordo com a abordagem de Vergara (2013). Quanto aos fins, a pesquisa se classifica como exploratória e descritiva. Exploratória pois se caracteriza como uma área de pouco conhecimento sistematizado, possibilitando o surgimento de hipóteses a medida que se foi conhecendo o campo de estudo pesquisado e descritiva, pois, visou esclarecer quais são os impactos sociais gerados na vida dessas mulheres ao empreenderem, como isso contribuiu para a superação das dificuldades sociais enquanto mulheres empreendedoras.

Para a coleta dos dados, utilizou-se como principal fonte de evidência a entrevista que seguiu um roteiro semiestruturado, o critério de escolha das participantes consistiu em um levantamento de empreendimentos sociais liderados por mulheres atuantes com impactos sociais positivos na capital de São Luís, sendo posteriormente eleita uma das opções para a aplicação da entrevista. A escolhida foi a Cadê Beltrano? que possui atualmente em seu quadro três colaboradoras a frente do negócio. Após esclarecimento sobre o intuito da pesquisa e em posse do termo de consentimento previamente assinado, deu-se início ao levantamento das informações afim de identificar como ocorre a geração de impacto social na Cadê Beltrano, buscando analisar as consequências desses impactos na vida das empreendedoras e do entorno do negócio.

Para Gil (2002), a pesquisa exploratória tem como finalidade levantar um aperfeiçoamento das ideias, se mostrando ser um tipo de pesquisa flexível onde pode se considerar diversos aspectos que são relativos ao caso estudado.

Quanto aos meios, foi adotada a estratégia de pesquisa de estudo de caso, onde foi investigado profundamente a realidade do contexto em que atuam, analisando os detalhes para a compreensão dos impactos sociais gerados. Do ponto de vista da abordagem do problema, a pesquisa é de caráter qualitativo, com a realização de entrevista semiestruturada, elaborada por meio de roteiro, considerando a relação entre o mundo e o sujeito pesquisado, onde as respostas analisadas não podem ser interpretadas em números.

## **6 CONHECENDO A CADÊ BELTRANO**

A Cadê Beltrano é uma marca criativa de bolsas, atuando desde 2015 no mercado, tendo como objetivo unir mais pessoas e contribuir no incremento da renda de mulheres. No seu início, a Cadê Beltrano passou por um processo de incubação através do Programa AGIR

(Apoio a Geração e Incremento de Renda) da Fundação Vale, que tem como finalidade incubar ou acelerar negócios sociais oferecendo capacitação, apoio técnico, mentoria, investimento direto, capital semente, e acompanhamento dos negócios.

A Cadê Beltrano tem como ponto forte o seu lado social, ajudando no incremento de renda de suas colaboradoras, com o propósito de ter seus produtos e ter pessoas trabalhando em conjunto da melhor forma com os mesmos. O negócio em si acredita nas energias das mãos e do corpo e que isso contribui diretamente em uma melhor produtividade e entrega das colaboradoras na confecção dos produtos.

O seu funcionamento é dentro de um espaço colaborativo (ateliê), localizado no Centro Histórico de São Luís. Além da produção de bolsas, a Cadê Beltrano atua em outras vertentes como a contação de histórias, consultorias de figurinos e aulas de costura. Essas atividades são desenvolvidas fora do espaço colaborativo, sendo realizadas em comunidades e ONGs, levando conhecimento e cursos de corte e costura criativa. As atividades desenvolvidas para além das comunidades servem como uma outra forma de incrementar a renda, mantendo a sustentação do negócio enquanto economia criativa.

## 7 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Durante a realização das entrevistas com as colaboradoras participantes, foi possível observar em seus relatos a importância que elas dão para as conquistas de independência financeira e satisfação em exercer uma profissão, além das tarefas de casa. Pode-se observar ainda que o negócio trouxe benefícios não somente financeiros, mas também de reconhecimento e oportunidade profissional.

Para a beltrana Elza o seu trabalho na Cadê Beltrano significou o “grito de independência”, tanto financeiro quanto profissional. Analisando a fala da beltrana Ana, conclui-se que para ambas a oportunidade foi de conquistas inéditas, que antes não haviam sido alcançadas, como as mencionadas anteriormente. Nesse sentido, esses sentimentos de realizações são reforçados por Gelani e Oliveira (2014) onde reforçam que as mulheres são motivadas pelo desejo de alguma oportunidade ou ainda por necessidades.

Quando indagadas sobre o processo de tomada de decisão no ambiente de trabalho, as respostas demonstram uma relação de união no que diz respeito a esse processo. Como destaca a beltrana Tamara: “as ideias surgem dessa minha cabecinha criativa, mas nesse processo peço auxílio sim das beltranas Ana e Elza, nas combinações, no processo facilitador e de menos tempo de costura.”. Essa liberdade de fala e opiniões entre as beltranas contribui no fortalecimento e confiança da relação profissional entre elas, fazendo com que se sintam mais empoderadas.

Analisando o reconhecimento dos impactos sociais gerados na vida de cada beltrana, é possível identificar na resposta da beltrana Tamara que esse impacto se dá com o incremento de renda, ajudando principalmente na autoestima delas, além de trazer a oportunidade de conhecimentos da área administrativa, como por exemplo a beltrana Elza que a partir da sua atuação na Cadê Beltrano conseguiu montar o seu próprio ateliê, tendo autonomia para ter sua equipe em outros trabalhos além das confecções de bolsas, dando oportunidades também para outras mulheres se inserirem no mercado de trabalho.

Nesse sentido, segundo a beltrana Tamara a Cadê Beltrano tem esse papel de ser uma fortaleza para seguirem sendo espelho para outras mulheres do bairro onde residem e demais comunidades. A beltrana Ana afirma que: “Vivemos em uma sociedade onde muitas mulheres são as únicas responsáveis pelo sustento da família e ter a Cadê Beltrano como aliada nessa questão é maravilhoso”.

A forma como hoje elas se enxergam em suas profissões corroboram com o pensamento de Fabiani et al (2018), quando afirma que as mudanças ocasionadas pelos impactos pode ser de diversas formas e que é importante ter a compreensão de que o impacto se torna mais relevante em relação aos objetivos de determinada ação.

Considerando ainda os impactos sociais gerados, foi questionado a elas quais mudanças ocorreram em sua vida pessoal e profissional, onde se destaca a satisfação em poder confeccionar um produto e vê-los sendo valorizados por ser um trabalho feito a mão, assim também como o incentivo para os estudos no empreendedorismo, como destaca a beltrana Tamara: “a vida profissional me puxou mais aos estudos de empreender, estou em um projeto de economia criativa com reuniões semanais no Sebrae estudando como melhorar o negócio e eu enquanto empreendedora, tenho também minhas glórias de ser reconhecida nesse ramo criativo”. A atuação dessas mulheres enfatiza a importância de se ter a participação de projetos e instituições que apoiam e incentivem ao empreendedorismo feminino, fomentando ideias e contribuindo para o crescimento e engajamento do negócio.

O relato da beltrana Ana demonstra uma mudança importante em sua vida, a partir da sua atuação na Cadê Beltrano, quando afirma que: “foi o início do meu primeiro trabalho como costureira, foi uma virada de página, eu sai da condição de só cuidar da casa e filho pra ser uma costureira”. Além disso, as entrevistadas destacam na realização profissional o aprendizado na confecção de bolsas e o prazer em ver seus clientes utilizando algo feito por elas. Diante desses relatos, se destaca as considerações de Dandolini (2018) que ressalta sobre a satisfação das mulheres empreendedoras está ligada ao poder de gerir o seu próprio negócio, tendo como efeitos o reconhecimento e o poder de decisão que elas exercem assumindo esse papel, gerando reconhecimento e sentimento de auto realização. Assim, também, como a importância da multifuncionalidade nos papéis que agora essas mulheres exercem, onde Shrivani, Dias e Oliveira (2017) destacam essa característica como peculiar, explicando a capacidade delas conciliarem trabalho, família e tarefas de casa que são rotinas já presentes no seu dia a dia.

Alperstedt, Ferreira e Serafim (2014) ressaltam que a discussão sobre empreendedorismo feminino não se limita apenas a entrada de mulheres no mercado de trabalho e que outros fatores relevantes devem ser discutidos, principalmente no âmbito social. Ao ser questionada sobre como a Cadê Beltrano contribui para a inserção social numa sociedade excludente às mulheres, a beltrana Tamara relata que sempre se insere em grupos artísticos e cultura popular e que sempre defende a moda, as costureiras e o seu trabalho, não deixando espaço para comentários preconceituosos, sempre tentando politizar todos ao seu redor. A mesma destaca: “...sempre que posso levo as meninas para as palestras tanto para escutar como para falar, pois elas fazem parte da construção dessa marca e desse slogan: cada beltrano carrega sua história”.

As participantes foram indagadas ainda sobre quais as dificuldades que a sua participação na Cadê Beltrano ajuda a superar, onde na opinião pessoal da beltrana Tamara: “a Cadê Beltrano ajuda a superar os preconceitos quantos aos produtos feitos a mão e por comunidade, pois temos primor pelo acabamento e por uma boa costura, e também na valorização da matéria prima comprada aqui no bairro do João Paulo”.

Já para a beltrana Ana: “a Cadê beltrano ajuda a superar as dificuldades de lutar, e confiar em si própria, acreditar nas mulheres e que são capazes de realizar qualquer coisa”. Esses relatos demonstram que o empreendedorismo contribui para a independência, autonomia e crescimento profissional dessas mulheres, além de ser uma abertura para mudanças e evolução enquanto pessoas.



## 8 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O desenvolvimento da pesquisa que foi apresentada neste artigo possibilitou a percepção de como o empreendedorismo feminino vem ganhando espaço, através de negócios que geram impacto social na vida de mulheres que até então não se viam nas condições de exercer algum tipo de atividade empreendedora.

A Cadê Beltrano? enquanto economia criativa e incremento de renda contribuiu significativamente para a inserção de mulheres no ambiente profissional, ajudando na superação das dificuldades financeiras e sociais, ao passo que favorece o empoderamento feminino e o reconhecimento de suas capacidades. Desta forma, como foi pressuposto a problemática inicial da pesquisa, a geração de impacto social ocorre a medida que esse sentimento de liberdade e independência se tornam presentes, mostrando como a atividade empreendedora foi importante para a expansão de suas carreiras pessoais e profissionais, o que foi possível perceber através de seus relatos.

É possível observar ainda que mesmo exercendo um novo papel enquanto profissionais, possuem a flexibilidade em continuar mantendo as tarefas de casa, como ressaltam Shiavani, Dias e Oliveira (2017). Além disso, sobre as dificuldades sociais enfrentadas, observa-se que são mulheres que resistem e combatem o preconceito que se têm quanto aos produtos feitos a mão, além de demonstrarem a capacidade de superação e auto realização através do empreendedorismo.

Apontando assim as questões levantadas que deram origem ao presente trabalho, pode-se constatar através de um estudo qualitativo que as mesmas foram respondidas. Uma das limitações desta pesquisa se refere ao fato de que apenas um dos empreendimentos foi estudado, devendo levar em consideração outros exemplos de mulheres empreendedoras que geram impactos sociais positivos em torno de suas comunidades. Nesse sentido, uma sugestão de pesquisa seria investigar outros tipos de empreendimentos e seus segmentos acerca da mesma temática, isto é, de que forma atuam e sobrevivem e quais impactos geram para as mulheres nas comunidades do seu entorno.

## REFERÊNCIAS

AGÊNCIA SEBRAE DE NOTÍCIAS. **Taxa de empreendedorismo inicial é maior entre mulheres**. Disponível em: <http://www.agenciasebrae.com.br/sites/asn/uf/na/taxa-de-empreendedorismo-inicial-e-maior-entre-mulheres,650299f83bcbd510vgnvcm1000004c00210arcrd>. Acesso em: 26 nov. 2018.

AGÊNCIA SEBRAE DE NOTÍCIAS. **Cerimônia reconhece exemplos do empreendedorismo feminino no país**. Disponível em: <http://www.agenciasebrae.com.br/sites/asn/uf/na/cerimonia-reconhece-exemplos-do-empreendedorismo-feminino-no-pais,455a747f0a5af510vgnvcm1000004c00210arcrd#prettyphoto>. Acesso em: 28 nov. 2018.

ALPERSTEDT, Graziela Dias; FERREIRA, Juliane Borges; SERAFIM, Maurício Custódio. Empreendedorismo feminino: dificuldades relatadas em histórias de vidas. **Revista de Ciências da Administração**, Florianópolis, v. 16, n. 40, p. 221-234, dez. 2014. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/adm/article/view/2175-8077.2014v16n40p221>. Acesso em: 4 dez. 2018.

BARKI, Edgard. Negócios de Impacto: tendência ou modismo?. **GV Executivo**, [S.L], v. 14, n. 1, p. 14-17, jan./jun. 2015.

BRANDÃO, Daniel; CRUZ, Célia; ARIDA, Anna Livia. Métricas em negócios de impacto social: fundamentos. **Artemisia**, São Paulo, mar. 2018. Disponível em: <https://artemisia.org.br/metricas-em-negocios-de-impacto-social-fundamentos/>. Acesso em: 3 dez. 2018.

COMINI, Graziella Maria. Mapa de soluções inovadoras: tendências de empreendedores na construção de negócios sociais e inclusivos. **São Paulo: Instituto Walmart. São Paulo: Ashoka**, São Paulo, jun. 2011. Disponível em: [https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/2508785/mod\\_resource/content/1/Comini%20%28282011%29.pdf](https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/2508785/mod_resource/content/1/Comini%20%28282011%29.pdf). Acesso em: 30 nov. 2018.

DANDOLINI, Adriana de Oliveira Vasconcelos. **Empreendedorismo feminino, gênero e liberdade**: histórias de mulheres empreendedoras na cidade de Foz do Iguaçu/pr. 2018. 124 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Pós-graduação Stricto Sensu Em Sociedade, Cultura e Fronteiras, Universidade Estadual do Oeste do Paraná, Foz do Iguaçu, 2018.

EMPRESAS, Serviço Brasileiro De Apoio às Micro E Pequenas. Análise dos resultados do GEM 2016 por gênero. **Uge/Na - Núcleo de estudos e pesquisas**, Brasília, p. 5, abr. 2017. Disponível em: [https://bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS\\_CHRONUS/bds/bds.nsf/b09900e1ec71fd20cf93eedb34d267ba/\\$File/7758.pdf](https://bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/b09900e1ec71fd20cf93eedb34d267ba/$File/7758.pdf). Acesso em: 24 nov. 2018.

FABIANI, P. *et al.* Avaliação de impactos sociais: metodologias e reflexões. **IDIS**, São Paulo, abr. 2018. Disponível em: <https://www.idis.org.br/avaliacao-de-impacto-social-metodologias-e-reflexoes/>. Acesso em: 02 dez. 2018.

FLEURY, Maria Tereza Leme. Liderança feminina no mercado de trabalho. **GV Executivo**, São Paulo, v. 12, n. 1, p. 46-49, jun. 2.

GELAIN, Isabelli Anizelli; OLIVEIRA, Edi Carlos. A vaidade feminina enquanto nicho de mercado: uma análise da mulher empreendedora pela oportunidade e exploração do segmento de salão de beleza. **Caderno de Administração**, [S.L], v. 22, n. 2, p. 38, 2014. Disponível em: <http://periodicos.uem.br/ojs/index.php/CadAdm/article/view/30712/16076>. Acesso em: 24 nov. 2018.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4 ed. São Paulo: Atlas, 2002.

JONATHAN, Eva G.. Mulheres empreendedoras: o desafio da escolha do empreendedorismo e o exercício do poder. **Psicologia Clínica**: subtítulo da revista, Rio de Janeiro, v. 23, n. 1, p. 65-85, out./2011.

LOPES, A. K. *et al.* Características e comportamentos do empreendedorismo feminino. **Revista Expressão católica**, [S.L], v. 5, n. 1, p. 87-95, dez. 2.

MONITOR, Global Entrepreneurship. Relatório executivo 2017. **Empreendedorismo no Brasil**, [S.L], dez. 2018. Disponível em: [http://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/Relat%C3%B3rio%20Executivo%20BRASIL\\_web.pdf](http://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/Relat%C3%B3rio%20Executivo%20BRASIL_web.pdf). Acesso em: 24 nov. 2018.

PETRINI, Maira; SCHERER, Patrícia; BACK, Léa. Modelo de negócios com impacto social. **Revista de Administração de Empresas**, São Paulo, v. 56, n. 2, p. 209-225, mar./abr. 2016.

PIRES, L. D. L.; LUZIO-DOS-SANTOS, Luis. Negócios em foco: o caso da Yunus Social Business. **IV Congresso Brasileiro de Estudos Organizacionais**: subtítulo da revista, Porto Alegre, Volume, Número, p. XX-YY, out./2016.

SCHIAVANI, Camila Viana; DIAS, Tatiane De Oliveira Silva; OLIVEIRA, Edi Carlos De. Elas no comando: a percepção de colaboradores sobre a liderança exercida por mulheres. **Revista Conbrad**, Maringá, v. 2, n. 1, p. 141-160, 2017.

VERGARA, Sylvia. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. 14 ed. São Paulo: Atlas, 2013. 41-44 p.

## **APÊNDICE A – ROTEIRO ENTREVISTA**

1- Explicação do objetivo da Pesquisa.

2- Conte-me um pouco da sua história até chegar na Cadê Beltrano?

- Idade, local de nascimento;
- Tem filhos? Netos? Quantos?
- Tem marido? Companheiro?
- Qual era sua ocupação antes de conhecer a Cadê Beltrano?

3 -Como é o seu trabalho na Cadê Beltrano?

4 -Como se dar o processo de tomada de decisão dentro do ambiente de trabalho?

5 -Como você reconhece o impacto social da Cadê beltrano na sua vida?

6 -O que mudou na sua vida profissional e pessoal após trabalhar na Cadê Beltrano?

7 -Como a Cadê Beltrano contribui para a sua inserção social numa sociedade excludente?

8 -Quais dificuldades você acredita que a participação na Cadê Beltrano ajuda a superar?

9 -O que você gostaria de poder contribuir com esta pesquisa?