

# Ciclo de Aceleração de Negócios Socioambiental de Gastronomia

## Caracterização das Empreendedoras - Segunda Turma de 2024

O projeto Sabores do Rio visa capacitar e promover empreendedoras de favelas e periferias do Rio de Janeiro que desenvolvem negócios com impacto social e ambiental. O Ciclo de Aceleração aborda temas como planejamento estratégico, gestão e marketing digital, preparando as participantes para o crescimento de seus negócios. A segunda edição do ciclo, iniciada em agosto de 2024, selecionou 27 empreendedoras para receberem esse acompanhamento.

Conheça essas empreendedoras e seus negócios inovadores!

### Etnia

Quando questionadas sobre sua etnia, vemos a pluralidade racial característica das periferias brasileiras. O grupo é composto predominantemente por mulheres pretas (40,7%), o que reflete o recorte racial das áreas mais vulneráveis do país, em que pessoas negras estão mais frequentemente à frente de empreendimentos informais ou de pequeno porte. Além disso, 18,5% se declararam brancas, 37% pardas e 3,7% amarelas. Esses números indicam a diversidade cultural e social presente nas periferias do Rio de Janeiro, e a representação majoritária de empreendedoras negras e pardas também demonstram a importância de apoiar iniciativas que lidem com as desigualdades raciais no Brasil.

### Faixa Etária

A faixa etária das participantes é bastante diversificada, abrangendo desde jovens de 18 a 24 anos (3,7%) até mulheres com 55 anos ou mais (22,2%). No entanto, a maioria (65,9%) concentra-se entre 35 e 54 anos, período em que muitas mulheres combinam a vida profissional com responsabilidades familiares e sociais. Essa

variedade de idades demonstra que o empreendedorismo de impacto socioambiental na gastronomia é uma opção atrativa para mulheres em diferentes fases da vida.

## **Estado Civil**

Com relação ao estado civil, a caracterização se divide de forma equilibrada entre mulheres casadas (33,3%) e solteiras (40,7%). A presença de mulheres vivendo em união estável (3,7%) e divorciadas (22,2%) revela a diversidade de arranjos familiares das empreendedoras selecionadas.

## **Maternidade**

O estudo revela que a maternidade é um elemento central na vida das empreendedoras. A grande maioria (92,6%) é mãe, o que indica os desafios de equilibrar as demandas do trabalho com os cuidados maternos. Essa realidade evidencia a importância de a necessidade de políticas de apoio às mães empreendedoras.

## **Nível de Escolaridade**

A análise do nível de escolaridade revela desigualdades no acesso à educação. Embora a maioria das empreendedoras tenha concluído o ensino médio (51,9%), a representação de mulheres com ensino superior completo é menor (18,5%). A presença de mulheres com ensino superior incompleto (18,5%) e com ensino fundamental ou incompleto (20%) evidencia as barreiras sociais e econômicas que limitam a formação acadêmica dessas mulheres, especialmente nas periferias.

## **Caracterização dos Negócios**

Agora, ao analisarmos os negócios dessas mulheres, fica evidente que, apesar das dificuldades, elas conseguem inovar e encontrar

maneiras de sustentar suas atividades, muitas vezes em situações precárias. Vamos explorar alguns dos dados mais importantes.

## **Local de Atuação**

As empreendedoras estão fortemente inseridas nas áreas urbanas da região metropolitana do Rio de Janeiro. A maioria delas (48,1%) reside e trabalha na cidade do Rio de Janeiro, enquanto 51,9% estão espalhadas pelas cidades da Baixada Fluminense e do Grande Rio. Este dado é relevante, pois demonstra que muitos empreendedores continuam investindo em suas comunidades locais, mesmo que essas áreas careçam de infraestrutura adequada para negócios. Além disso, a proximidade com o centro urbano oferece acesso ao mercado consumidor e oportunidades que podem alavancar o crescimento dos negócios.

## **Uso de Tecnologia e Mídias Digitais**

O uso de ferramentas digitais é uma realidade para grande parte dessas empreendedoras. Exatamente 66,7% utilizam o WhatsApp Business como uma ferramenta essencial para gerenciar seus negócios, estabelecer comunicação com clientes e realizar vendas. O WhatsApp é uma ferramenta acessível, de fácil aplicação, e permite que mesmo os negócios informais tenham uma interface profissional para interagir com o mercado.

Além disso, 100% das participantes utilizam o celular como principal meio de promoção nas mídias sociais, destacando-se o papel central da tecnologia na sobrevivência e crescimento desses empreendimentos. Esse dado reforça a importância de capacitações em marketing digital e o potencial de crescimento que a internet oferece para esses negócios.

## **Dedicação ao Negócio**

A dedicação ao negócio varia significativamente entre as participantes. Enquanto 22,2% dedicam mais de 40 horas

semanais, a maioria (62,9%) aloca menos de 21 horas. Essa diversidade reflete as diferentes realidades e desafios enfrentados pelas empreendedoras, como a necessidade de conciliar o trabalho com outras responsabilidades

## **Formalização**

No que tange à formalização dos negócios, 40,7% das empreendedoras já são formalizadas como Microempreendedoras Individuais (MEI), o que lhes conferem acesso a direitos e benefícios previdenciários, bem como à possibilidade de emitir notas fiscais. No entanto, 59,3% ainda não são legalizados, operando de forma informal, o que impede o acesso a certos mercados e linhas de crédito, evidenciando a necessidade de apoio em processos de formalização.

## **Faturamento**

O faturamento mensal dos negócios é, em sua maioria, baixo. Cerca de 62,9% das empreendedoras declaram um faturamento de até R\$ 1.000,00. Apenas 11,1% ultrapassam os R\$ 1.500,00. Esses números revelam um cenário desafiador indicando que a maioria dos negócios ainda não gera uma renda suficiente para garantir a sustentabilidade e o crescimento.

Reforçando assim, a necessidade de apoio financeiro, mentorias e capacitações para que esses empreendimentos se tornem mais lucrativos.

## **Principal Fonte de Renda**

A alta porcentagem de empreendedoras (63%) que dependem exclusivamente do negócio como fonte de renda, aliada ao baixo faturamento médio e à limitada dedicação em tempo integral, demonstra a vulnerabilidade desse grupo e a necessidade de políticas públicas que ofereçam suporte e proteção.

## Local de Funcionamento do Negócio

A caracterização revela que a maioria das empreendedoras (88,9%) trabalham em casa. Essa escolha pode geralmente estar relacionada à necessidade de conciliar o cuidado com a família com o trabalho, além de reduzir custos. No entanto, a concentração no ambiente doméstico pode limitar o acesso a recursos e redes de contato, o que impacta o crescimento dos negócios.

## Identidade Visual

Aproximadamente 66,7% das empreendedoras já possuem uma identidade visual definida para seus negócios, o que demonstra uma preocupação com o posicionamento de marca e a profissionalização de suas empresas. Esse dado é importante, pois indica que, mesmo com recursos limitados, muitas dessas mulheres reconhecem a importância de uma imagem coesa e atrair para seus clientes.

## Conclusão

O perfil das 27 empreendedoras do Ciclo de Aceleração de Negócios de Impacto Socioambiental na Gastronomia revela um grupo resiliente e diverso, composto por mulheres que enfrentam desafios tanto sociais quanto econômicos. Elas demonstram grande capacidade de adaptação e inovação, utilizando ferramentas digitais como o WhatsApp e as redes sociais para promover e operar seus negócios. No entanto, os baixos níveis de faturamento, a informalidade ainda predominante e a dificuldade de equilibrar o trabalho com as responsabilidades familiares sugerem que há um longo caminho a percorrer para que esses negócios alcancem a estabilidade financeira.

Por meio de iniciativas de reforço como essa, há um grande potencial para fortalecer essas empreendedoras, fornecendo-lhes capacitação, acesso a redes de apoio, e ferramentas que possam

alavancar seus negócios, contribuindo, assim, não apenas para o desenvolvimento econômico local, mas também para a transformação social das comunidades em que estão inseridas.