

# Ciclo de Aceleração de Negócios de Impacto Socioambiental

## Caracterização da Empreendedoras Terceira Turma /2024

O projeto Mulheres em Rede Tecendo o Empreendedorismo de Impacto Socioambiental tem como objetivo qualificar e promover a atuação de 100 nano empreendedoras das periferias da Região Metropolitana do Rio de Janeiro, cujos negócios geram impacto social e/ou ambiental significativo nas comunidades e territórios onde vivem. Nessa rodada 52 empreendedoras e 23 foram selecionadas.

Agora vamos conhecer o perfil das selecionadas e os seus negócios.

### Etnia

Ao serem questionadas sobre sua etnia, as empreendedoras revelam uma rica diversidade racial. Entre as participantes, 17,4% se declararam pretas, evidenciando a presença significativa de mulheres negras – um grupo historicamente marginalizado. Além disso, 34,8% se declararam brancas e 43,5% pardas, refletindo tanto a diversidade racial das periferias quanto as desigualdades históricas que colocam mulheres negras e pardas em uma posição de maior vulnerabilidade econômica.

A predominância de empreendedoras negras e pardas destaca a necessidade de políticas públicas e iniciativas privadas que promovam a equidade racial e o empoderamento econômico dessas mulheres. Esses dados reforçam a importância de ações afirmativas voltadas para reduzir desigualdades raciais e fortalecer o empreendedorismo feminino, especialmente nas periferias.

### Faixa Etária

A maioria das empreendedoras (43,5%) está na faixa dos 50 a 54 anos, evidenciando a capacidade de conciliar o empreendedorismo com responsabilidades familiares e sociais. Em seguida, temos 30,4% na faixa dos 45 a 49 anos, 17,4% entre 35 e 44 anos, 4,3% com 60 anos ou mais e 4,3% com 25 a 34 anos. A presença de empreendedoras em todas as faixas etárias demonstra que o empreendedorismo permanece uma opção viável ao longo de toda a vida adulta.

## **Estado Civil**

A maior parte das participantes (39,1%) é divorciada, seguida por aquelas que vivem em união estável (13%). Casadas e solteiras representam, respectivamente, 26,1% e 21,7% do total. A diversidade de estados civis entre as participantes evidencia a pluralidade de arranjos familiares e afetivos presentes na sociedade contemporânea, e como essas mulheres constroem suas vidas de forma autônoma. O alto percentual de mulheres divorciadas demonstra a resiliência e a capacidade de recomeçar após rupturas, buscando novas formas de construir suas vidas pessoais e profissionais.

## **Maternidade**

A maternidade é uma realidade para 69,6% das participantes, revelando o desafio cotidiano enfrentado por grande parte dessas empreendedoras de conciliar os cuidados com a família e a gestão do próprio negócio. Para muitas dessas mulheres, a maternidade foi um dos principais motivadores para empreender, buscando maior flexibilidade para cuidar dos filhos e construir uma vida profissional mais satisfatória.

A alta proporção de mães empreendedoras evidencia a necessidade de políticas públicas e iniciativas privadas que ofereçam apoio específico para esse grupo, como creches, auxílio financeiro e programas de mentoria. Mães empreendedoras enfrentam desafios únicos, como a dificuldade de encontrar tempo para si mesmas e a necessidade de flexibilizar a jornada de trabalho. O apoio em rede e a troca de experiências entre outras mães empreendedoras podem ser fundamentais para superar essas dificuldades.

## **Nível de Escolaridade**

A maioria das participantes (52,2%) possui ensino superior completo, enquanto 30,4% iniciaram, mas não concluíram o ensino superior. Um percentual menor (17,4%) possui apenas o ensino médio. Embora a maioria das participantes tenha alcançado o ensino superior, o alto percentual daquelas que não concluíram essa etapa indica os desafios enfrentados por mulheres periféricas no acesso à educação superior. O fato de muitas mulheres terem iniciado o ensino superior demonstra seu desejo por qualificação e seu potencial para contribuir ainda mais para o desenvolvimento econômico e social.

## **Análise 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. 47,8% reside e trabalha na cidade do Rio de Janeiro, enquanto 52,2% 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. 60,9 vendem pela internet. Elas também 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.

A maioria 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 em horas semanais varia amplamente entre os participantes. Para 30,4% delas, o tempo investido nos negócios gira entre 20 e 40 horas semanais, o que sugere um esforço significativo, mas possivelmente ainda limitado pela necessidade de equilibrar outras responsabilidades. 26,1% dedicam entre 10 e 20 horas, enquanto 26,1% se dedicam menos de 10 horas por semana ao negócio. Apenas 17,4% dedicam mais de 40 horas, o que indica que muitas dessas empreendedoras ainda não conseguiram tratar seus negócios como uma ocupação em tempo integral, devido a limitações financeiras ou familiares.

## Formalização

No que tange à formalização dos negócios, 60,9% 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, 39,1% 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 ainda é relativamente baixo, o que reflete a precariedade das operações. Cerca de 56,5% das empreendedoras declararam faturar até R\$ 500,00 por mês, enquanto 26,1% conseguiram alcançar entre R\$ 500,00 e R\$ 1.000,00. Um pequeno grupo de 13% reportou faturas até R\$ 1.500,00, e apenas 4,4% obtiveram ganhos superiores a este valor.

Esses números revelam um cenário desafiador, mas a maioria dos negócios não gera uma renda significativa, limitando a capacidade de reinvestir e expandir.

## Sustento Familiar

**Apesar das dificuldades financeiras, 65,2% das empreendedoras conseguem destinar parte do faturamento de seus negócios para o sustento de suas famílias. No entanto, 34,8% ainda não conseguiram alcançar esse objetivo, o que destaca a necessidade de apoio financeiro, mentorias e capacitações para que esses empreendimentos se tornem mais lucrativos.**

## Identidade Visual

Aproximadamente 87% 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 atraiendo para seus clientes.

## Conclusão

O perfil das 24 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.