



(X) Graduação () Pós-Graduação
(X) Artigo completo () Relato de prática () Resumo expandido

EMPREENDEDORISMO FEMININO EM RESTAURANTE: um estudo de caso no município de Taquarussu/MS

Débora Molina de Souza
Universidade Federal de Mato Grosso do Sul – UFMS/CPNA
deboramolina2608@gmail.com

Fabiano Greter Moreira
I Universidade Federal de Mato Grosso do Sul – UFMS/CPNA
fabiano.greter@ufms.br

Luciana Codognoto da Silva
Universidade Federal de Mato Grosso do Sul – UFMS/CPNA
luciana.codognoto@ufms.br

Silvana Dalmutt Kruger
Universidade Federal de Mato Grosso do Sul – UFMS/CPNA
silvana.d@ufms.br

Antonio Sérgio Eduardo
Universidade Federal de Mato Grosso do Sul – UFMS/CPNA
antonio.sergio@ufms.br

RESUMO

A pesquisa trata de investigar quais os motivos relacionados ao aumento do empreendedorismo feminino e quais suas maiores dificuldades em manter uma empresa, em específico no ramo alimentício, no município de Taquarussu/MS. Este estudo tem como objetivo analisar quais desafios de fato às mulheres empreendedoras sofrem no seu dia a dia, quais são as expectativas para o futuro do seu negócio que possam aumentar seus rendimentos, gerar empregos e ter sustentabilidade no mercado de trabalho. A metodologia utiliza uma abordagem qualitativa, conduzida de forma descritiva, voltada para um estudo de caso. Os resultados indicam que foi possível compreender alguns relatos sobre a situação presente, sendo dispostas duas possíveis respostas a essa problemática: empreender por oportunidade ou por necessidade. De acordo com a análise, foi possível identificar que as entrevistadas começaram a empreender por oportunidade, por motivos de renda extra, independência, autonomia, disponibilidade de tempo e gostar da atividade que realizam.

Palavras-chave: Família; Gestão Feminina; Negócios.

1 INTRODUÇÃO

No Brasil, foi constatado que 44% das empresas estabelecidas são lideradas por mulheres, e que 49,6% das iniciativas empresariais também são de responsabilidade feminina. Outro dado relevante do estudo revela que a maioria dessas empreendedoras são motivadas por oportunidades de mercado (73,9%), e não por necessidade, como era comum entre as mulheres de maneira geral. Além disso, é importante destacar que o empreendedorismo por oportunidade foi mais comum entre as mulheres do que entre os homens, nas mesmas condições (GEM, 2012). “No entanto, o empreendedor que abre o seu negócio, ou seja, ser proprietário é a categoria que movimenta a economia”, segundo Maximiano (2011, p. 1).

Para Maximiano (2011) o pensamento de um empreendedor está ligado a indivíduos realizadores, que promove soluções e correm riscos para conquistar sua própria empresa. Para o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – SEBRAE (2021), “podemos entender como empreendedor aquele que inicia algo novo, que vê o que ninguém vê, enfim, aquele que realiza antes, aquele que sai da área do sonho, do desejo e parte para a ação”.

O empreendedorismo feminino vem crescendo em várias áreas, no mercado financeiro/produtivo do Brasil como serviços de bufê e de comida preparada; serviços domésticos; tratamento de beleza e cabelo entre outros, segundo o Global Entrepreneurship Monitor (GEM, 2017). O crescimento dessa participação movimenta inúmeros benefícios para o mercado, como a geração de empregos, diversidade de negócios, novas soluções, etc. Segundo uma pesquisa realizada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2021), apresentou que cerca de 9,3 milhões de mulheres estão à frente de negócios no Brasil e que, em 2018, elas já eram 34% dos “donos de negócio” no país (SEBRAE, 2021).

As empreendedoras do ramo alimentício, neste caso, a pesquisa em restaurantes, vem atraindo inúmeras empresas nos municípios, como forma de renda e de independência financeira, em sua maioria gerenciada pelas mulheres. As mães em posições de liderança se percebem como pessoas multifuncionais, já que não enxergam o trabalho e a família como duas vidas separadas, mas sim como uma combinação das duas em uma só. De acordo com Souza e Silva (2021, p. 8), “o empreendedorismo feminino gera a necessidade de dispensar certos momentos, como também o crédito e investimentos para o capital inicial é mais dificultada até mesmo pelos próprios bancos”.

Para tanto, o trabalho tem como questão de pesquisa: quais são as dificuldades das empreendedoras do ramo de restaurante na cidade de Taquarussu/MS? O objetivo desse artigo

é analisar quais desafios de fato às mulheres empreendedoras sofrem no seu dia a dia, quais são as expectativas para o futuro do seu negócio que possam aumentar seus rendimentos, gerar empregos e ter sustentabilidade no mercado de trabalho. A pesquisa busca, por meio de um estudo de caso no município de Taquarussu/MS, identificar as principais dificuldades e obstáculos que vem aumentando a cada dia na gestão desse ramo para mulheres.

Esta pesquisa se justifica pelo intuito de demonstrar a presença de mulheres empreendedoras em restaurantes, sua determinação e competência constante, reforça cada vez mais que, as mulheres são capazes de conquistar o seu espaço no mercado de trabalho e principalmente sua independência financeira (RAPOSO; ASTONI, 2007). Mesmo com as dificuldades de conciliar as atividades profissionais com os papéis familiares, elas sempre buscam encontrar maneiras de se dedicar e se aperfeiçoarem de acordo com as necessidades exigidas, assim mostram para a sociedade que mulheres podem construir sua própria história ao empreender, mesmo diante de muitos desafios, elas buscam resultados ainda mais relevantes do que a sociedade impõe.

De acordo com o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), no Brasil, até o final do terceiro trimestre de 2020, existiam aproximadamente 8,6 milhões de mulheres liderando empreendimentos, sejam eles formais ou informais, como autônomas ou empregadoras. Essas mulheres representam cerca de 34% do total de proprietários de negócios no país. O trabalho se estrutura com uma introdução, seguido do aporte teórico, os procedimentos metodológicos, os resultados e discussões da pesquisa e suas conclusões.

2 REVISÃO DA LITERATURA

2.1 A gestão familiar e o papel das mulheres no empreendedorismo: conceitos e reflexões

A gestão de uma empresa é à base da sua estrutura e desenvolvimento econômico, e quando se tem uma empresa saudável, alcançará excelentes resultados. Como resultado, 90% das empresas no Brasil seguem o modelo organizacional familiar e são responsáveis pela maior parte dos dados econômicos do país. No entanto, muitas destas empresas têm problemas de gestão, que repetidamente trouxeram desafios à gestão familiar, fazendo com que a família entrasse em crise, tivesse um desempenho inesperado e não conseguisse alcançar a excelência. Compreender as estratégias de gestão e colocá-las em prática é fundamental para facilitar quantidades crescentes de dados (SALOMÃO, 2022). Com o passar

do tempo adquire experiências na prática de produção, negociação e comercialização no qual vai administrar todas as condutas das operações da empresa (LIMA; MARIA, 2009).

O gerenciamento empresarial tem como objetivo conduzir pessoas e processos de forma eficiente, promover melhorias, criar um ambiente colaborativo, motivado, propício ao autodesenvolvimento e à conquista de resultado. As empresas familiares são frequentemente consideradas como uma gestão não profissional, pois as decisões podem não ser totalmente embasadas em aspectos técnicos ou racionais devido à influência dos aspectos emocionais nas decisões organizacionais. Segundo Dante et al. (2013).

Pesquisas indicam que a combinação integrada da profissionalização da gestão e do planejamento da sucessão familiar é uma opção promissora para as empresas que desejam realizar uma transição harmoniosa na sucessão.

Uma parcela de empresários acredita que as pessoas com a devida competência de dar futuro à empresa são indivíduos íntimos e de confiança. Portanto acreditam nas prestações de serviços aos seus familiares e contratam eles para sua empresa, dando suporte de autonomia nos processos decisórios, sendo essa atitude a principal formação das maiores organizações familiares (LIMA, 2009).

Por fim, o negócio em que se atuam vários parentes que possuem apenas o papel de investidor no empreendimento, pode gerar, dificuldade para separar a parte emocional e intuitiva do racional, tendendo mais para os interesses pessoais; em semelhança a essa situação (LIMA, 2009, p. 84) expõe que: “qualquer organização empresarial em que famílias participam apenas como investidoras, não pode ser considerada familiar.”. Deste modo, para que seja considerada empresa familiar os membros precisam exercer funções administrativas ou operacionais nos negócios.

As mulheres empreendedoras vêm crescendo cada vez mais no Brasil (FERREIRA; NOGUEIRA, 2013), por sua determinação e a facilidade na liderança empresarial, esse fato é verificável na comparação entre os dados de 2005 e 2015 do Global Entrepreneurship Monitor (GEM, 2015). As mulheres estão no mesmo nível que os homens, diante os dados notam que ambos os gêneros estão criando empreendimentos no mesmo domínio.

Hoje em dia, já não causa surpresa encontrar mulheres trabalhando em áreas tradicionalmente dominadas pelo sexo masculino. (LAUER, 2007) avalia que as mulheres são analíticas, detalhistas, organizadas e possuem uma visão mais ampla das coisas, talvez devido às suas múltiplas funções sociais, profissionais e familiares. As mulheres também possuem uma sensibilidade diferenciada e uma percepção mais aguçada. A capacidade de lidar com

desafios e transformá-los em oportunidades é o diferencial para conquistar e manter cargos de liderança. A análise minuciosa e precisa, a sensibilidade e percepção são usadas no dia a dia e fazem toda a diferença.

Entretanto alguns fatores responsáveis que afetam o empreendedorismo feminino é o preconceito, a discriminação de gênero, a falta de participação ativa de mulheres na tomada de decisões e na administração de empreendimentos independentes, que visa assumir o controle de seus próprios negócios, o aumento das receitas locais e, por consequência, o desenvolvimento econômico local. (RODRIGUES, 2021).

A mulher empreendedora enfrenta um conflito específico de natureza pessoal. Esse conflito, conhecido como trabalho-família, consiste na luta entre as responsabilidades tradicionalmente atribuídas às mulheres na sociedade, como as tarefas domésticas e o cuidado dos filhos, e o empreendimento (TANURE, 2014). “Conforme dados do anuário das mulheres empreendedoras 2014/2015, considerando a média nacional, 79% das empregadoras brasileiras e 92,2% das mulheres que trabalham por conta própria realizam ainda afazeres domésticos” (MADALOZZO; BLOFIELD, 2017, p. 9) sendo assim é muito complicado conciliar obrigações pessoais e profissionais.

2.2 O empreendedorismo feminino em restaurantes

Na atualidade no Brasil, sendo um “lugar de rápidas modificações no mundo dos negócios, a competência para aprender tem se tornado importante no contexto do empreendedorismo” (DIAS; MARTENS, 2016, p. 174). É possível entender essas mudanças no ramo da gastronomia, em que todo tempo, novos negócios vão surgindo, com novas ideias, criatividade e com isso, o empreendedor tem que estar sempre se renovando e atento a novas tendências do mercado, mas claro, sem perder a originalidade do seu negócio, para manter a sua empresa (ALEXANDRINO, 2022).

Mudanças no setor de gastronomia ainda são carregadas de muito preconceito e machismo na sociedade. Inúmeros estudos apresentam sobre a função das mulheres nas cozinhas. A junção entre homem e mulher na cozinha é muito complicada, mesmo este sendo considerado um “lugar de mulher”, ela não é vista na maioria dos casos, como uma empresária de chef de cozinha, mas sim como uma empregada doméstica (ABDALA, 2008; AMORIM et al., 2016).

Portanto é importante ressaltar que há dois tipos de empreendedorismo no Brasil,



sendo aquele que começa seu negócio por necessidade, como falta de opção no mercado de trabalho, desemprego, crise financeira, ou por oportunidade que busca uma renda extra, que venha a dar lucro e começa a investir no negócio, gerando empregos e aumentando sua renda financeira (LEITE; OLIVEIRA, 2007).

As mulheres têm uma atuação considerável quando se trata em empreendedorismo por necessidade no Brasil. Elas já representam 49% dos empreendedores que abrem uma empresa para ser sua principal fonte de renda e, quando esse empreendedorismo é motivado por necessidade, a participação das mulheres é maior, “pois nos países de baixa renda as mulheres precisam desenvolver alguma atividade para complementar os ganhos familiares” (Gusmão, 2021).

Segundo Barroco (2006), o empreendedorismo feminino no setor de gastronomia, conhecida como restaurantes, *buffet*, comidas típicas e sofisticada, tem a grande tendência de aumentar o turismo da cidade em que oferece esses meios culinários, tanto para a população que depende diariamente, quanto para o turismo, com isso é de fato que o sustento familiar e da população só tem a crescer constantemente na sociedade como uma cultural de gastronomia turística.

Atualmente, um dos setores que mais está expandindo é o mercado de alimentos. Há um aumento significativo no número de estabelecimentos que oferecem refeições ou lanches rápidos, seja em restaurantes, para entrega em domicílio ou para viagens. Além disso, também há o surgimento de refeições refrigeradas ou congeladas, o que proporciona ao consumidor mais praticidade e economia de tempo. Diante da alta demanda por esse serviço, empreendedores estão se destacando no setor alimentício. E é exatamente nessa área que eles estão investindo, utilizando sua criatividade e buscando inovação tanto na qualidade dos produtos quanto nos serviços oferecidos, para apresentar ao consumidor opções diferenciadas.

Conforme Ledhesma (2018) menciona, a gastronomia pode ser considerada um dos segmentos abordados pelas motivações dos fluxos turísticos, sendo assim, um elemento de grande relevância dentro desse contexto.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

O presente estudo foi aplicado no município de Taquarussu, instalado no Vale do Rio Ivinhema, pertencente ao Estado de Mato Grosso do Sul, com uma população de 3.625 habitantes, segundo o Censo Demográfico (IBGE, 2022). O município possui dois

restaurantes ativos, no qual são gerenciados por mulheres empreendedoras que buscam uma qualidade de vida financeiramente sustentável. A empresa escolhida para a pesquisa se denomina Lu restaurante, escolha realizada a partir que a pesquisadora já prestou serviços à empresa, no período de 01 ano e 06 meses, como auxiliar de serviços gerais. Este conhecimento do local e o vínculo com as empreendedoras motivou a pesquisa. A história das duas sócias familiares começou em outubro de 2013, com um negócio por uma renda extra, no qual estão até nos dias de hoje, com mais inovações e melhorias.

A pesquisa foi realizada de maneira descritiva, que têm como objetivo primordial descrever as características de uma determinada população ou fenômeno, ou estabelecer relações entre variáveis. Esse tipo de pesquisa permite ao pesquisador descrever minuciosamente um fenômeno ou situação, especialmente o que está ocorrendo, possibilitando compreender de forma precisa as particularidades de um indivíduo, uma situação ou um grupo, além de revelar a relação entre os eventos (GIL, 2008).

A pesquisa qualitativa se concentra na análise da realidade, sem a necessidade de utilizar números, mas sim na compreensão e explicação das relações sociais mais profundas do cotidiano, de acordo com Minayo (2011).

“O estudo de caso é um método de pesquisa que focaliza a investigação de uma situação específica, que é considerada representativa de um conjunto de casos semelhantes, sendo de grande relevância”, segundo Severino (2007, p. 121). Segundo o autor, uma vantagem de utilizar o estudo de caso é a possibilidade de explorar processos sociais à medida que se desenrolam nas organizações. Isso permite uma análise processual, contextual e longitudinal das várias ações e significados que se manifestam e são construídos dentro delas.

Com o intuito de atender aos objetivos propostos, a primeira parte deste estudo empregou pesquisa bibliográfica para obter um conhecimento prévio da situação do assunto na literatura da área, e em seguida utilizou-se a metodologia do estudo de caso (VENTURA, 2007).

A coleta dos dados foi realizada por meio de um questionário semiestruturado, seguindo um roteiro previamente elaborado pela pesquisadora sendo realizada no mês de setembro do ano de 2023. O questionário foi aplicado as duas (02) mulheres empreendedoras responsáveis pela Lu Restaurante no município de Taquarussu/MS. O restaurante foi escolhido com o objetivo de demonstrar o ambiente de estudo de gestoras e empreendedoras em restaurantes.

Com o objetivo de analisar e entender a rotina que essas mulheres vivenciam,

conciliando trabalho e família no seu cotidiano e as diversas dificuldades que enfrentam na sociedade como empreendedoras; foram elaboradas as seguintes questões: 1). Quando e porque a ideia de empreender um restaurante em Taquarussu; 2). Onde se localiza o restaurante? Já houve alguma mudança? Houve melhoria ou não?; 3). Quais as principais dificuldades de permanecer com o comércio e o impacto da pandemia? (Qual estratégia utilizou nesse período?); 4). Quais ferramentas de gestão e marketing utiliza na administração e atração dos clientes?; 5). Como é dividido as tarefas e responsabilidades no restaurante? Os membros da família fazem parte? Quem? Quantos?; 6). Quantos funcionários a empresa possui?; 7). O que é feito com a sobra de alimentos não utilizados?; 8). Como você lida com uma falta de rendimento ideal para o fluxo de caixa?

A análise tem característica qualitativa, realizada a partir da entrevista, que buscou compreender a realidade do cotidiano das empreendedoras, com perguntas abertas e fechadas, analisando a importância do empreendedorismo feminino e as dificuldades das mulheres enquanto gestoras do seu próprio negócio. Os nomes do restaurante e de suas responsáveis não serão revelados, sendo citadas apenas como Empresa Lu.

4 DISCUSSÃO E ANÁLISE DOS DADOS

A Empresa Lu Restaurante atua no ramo alimentício há (10) anos, surgiu através de uma ideia e oportunidade que duas mulheres souberam aproveitar, cuja são sogra e nora, no qual a sogra tem 58 anos de idade, casada e, mãe de dois filhos e a nora 38 anos de idade, casada e mãe de uma filha e ao analisar o perfil das empreendedoras, a conciliação dos múltiplos papéis de mãe, esposa e empreendedora é uma das dificuldades mais destacadas.

O restaurante se localiza na Avenida principal do município de Taquarussu, situado na região sudeste do Estado de Mato Grosso do Sul. O município integra a microrregião geográfica MRG-08 - Nova Andradina. As principais empresas ativas no município somam-se 266, sendo empresas de grande, médio, pequeno porte e MEI do município de Taquarussu/MS. A economia predominante está voltada a agropecuária, com foco principal na agricultura e produção de álcool e açúcar (IBGE, 2022).

Pesquisas de Alperstedt et al. (2014), revela que a gestão financeira se coloca como a segunda dificuldade mais citada, muitas vezes refletindo os problemas gerados pela falta de planejamento prévio. A sogra teve a iniciativa de ensinar seus conhecimentos culinários para sua nora e sócia, que idealizaram empreender por oportunidade de gerar uma renda extra, pois



ambas não trabalhavam, e almejavam ter seu próprio negócio.

Iniciaram a ideia de empreender vendendo salgados em uma cantina da escola estadual do município, permaneceram 2 anos até que alugaram um espaço para o novo negócio, começaram com uma cafeteria que possuía expediente no período da manhã até a noite, localizada na avenida principal do município de Taquarussu/MS. Na cafeteria comercializam salgados, sucos, refrigerantes, lanches, tortas e porções.

Este movimento atraiu um fluxo importante de clientes diariamente, como os alunos da escola, professores, trabalhadores ao redor do estabelecimento, terceirizados, trabalhadores rurais, como ficavam a maior parte do dia, dentro da cafeteria, começaram a fazer seu almoço no local de trabalho, para ser mais rápido e prático. Neste período contavam com apenas uma funcionária, porém não era registrada, mas tinha um salário-mínimo, pois era a mesma pessoa que trabalhava na casa dela, e passou a ajudar na cafeteria.

Na pesquisa foi possível perceber que a gestão familiar possui dados positivos, pois já se passaram 10 anos de criação do restaurante (fundado em outubro 2013). Entretanto a ideia de abrir o restaurante começou quando os clientes, como funcionários de empresas locais do município, começaram a pedir marmita, porque sentiam o cheiro da comida do almoço que elas preparavam para consumo próprio.

Desta forma perceberam uma chance de gerar mais rendimento e começaram a investir em suprimentos e embalagens de marmitas, sem nenhum planejamento e passou a comprar uma quantidade maior de mercadorias, e assim iniciaram fazendo as marmitas com os utensílios que tinham no momento e, a demanda foi só aumentando, porque novos clientes surgiram, por ser uma cidade no interior, o que muito ajudava a divulgar o trabalho delas, era os próprios clientes no 'boca a boca', pois na época não tinha nenhum outro estabelecimento que fornecia alimentos como marmitas e self service, facilitando assim a vida de grande parte da população que não tinha tempo suficiente para esse preparo diário, tanto que muitos desses colaboradores começaram pegar ou comer diariamente no local, passando a ser chamado o local de restaurante e cafeteria da Lu.

A falta de planejamento revelado no empreendimento do restaurante da Lu, reforçam as pesquisas de Lippel *et al.* (2022), que evidenciou tais dificuldades encontradas pelos restaurantes na administração de seus negócios, sendo elas em boa parte associadas ao controle de custos e à precificação, e em função disto o planejamento estratégico não é realizado pela falta de confiabilidade nos dados necessários.

Quadro 1: Identificação das dificuldades da gestão da Lu Restaurante.

Fatores de Gestão	Dificuldades Identificadas
Planejamento estratégico	A ausência de planejamento no início das atividades do empreendimento gerou problemas de fluxo de caixa e falta de experiência para gerir os negócios
Precificação dos serviços	A falta de planejamento gerou e/ou ainda gera uma lacuna na gestão dos negócios, pois as informações dos processos precisam de maior controle, para gerar a construção de preços dos produtos/serviços oferecidos pelo restaurante
Conciliação do trabalho e família	O papel de mãe, mulher e empreendedora não se desliga uma da outra completamente, as funções estão ligadas, mesmo porque, o início do negócio nasceu de uma “marmitta”, que até então era papel da mulher do “lar”, e transformou em empreendedorismo, então conciliar é em longo prazo e com apoio de todos os envolvidos. O negócio exige muita atenção e permanência das empreendedoras na empresa
Gestão financeira	Ainda persiste a falta de planejamento nos pagamentos dos fornecedores e de suas receitas, colocando em risco a saúde financeira da empresa. O atendimento do restaurante às empresas permite um giro de fluxo de clientes, porque se fosse para manter o restaurante só com a população da cidade, não seria suficiente para manter o negócio ativo
Contabilidade gerencial	A gestão contábil iniciou no último ano, fornecendo planilhas de fluxo de caixa e demais controles, porém, está localizado em outro município, e o acompanhamento não é constante
Mão de obra especializada	A contratação de mão de obra especializada é uma das dificuldades da área de restaurantes, pois, exigem disponibilidade ao serviço e, principalmente responsabilidade com horários e a qualidade do serviço

Fonte: Dados da pesquisa (2023).

As principais dificuldades da empresa pesquisada estão relacionadas, à falta de planejamento, a conciliação dos múltiplos papéis de mulher, como o papel de mãe, esposa e empreendedora dos seus negócios. A gestão financeira se coloca como a segunda dificuldade mais citada, muitas vezes refletindo os problemas gerados pela falta de planejamento prévio, como já apresentado por Lippel et al. (2022).

O tempo com a família é uma das dificuldades relatadas pelas entrevistadas, pois, o negócio exige muito atenção e permanência na empresa. Outro ponto importante é o giro suficiente de fluxo de clientes (porque se fosse para manter o restaurante só com a população da cidade, não seria suficiente para manter o negócio ativo, por isso, as vendas para funcionários de empresas, como da Prefeitura, Usina Laguna, Jodaí, Engenharia e Arquitetura, Coca-Cola, ENGR Construtora, Gran- Norte, Ambev, Ativa Net, entre outras, garantem o movimento diário no restaurante.

Outro fator importante é com a contratação de mão de obra especializada, pois nessa



área é difícil elas afirmam, pois exigem total entrega para o serviço e principalmente responsabilidade, esse é uns dos quesitos mais importantes. Portanto as parcerias com as empresas citadas, prefeitura do município, entre outras, elas fornecem almoços e marmitas diariamente e algumas empresas terceirizadas de outras regiões, é a maneira que elas conseguem ter um rotativo de rendimento do fluxo de caixa bom diariamente.

Dentre as estratégias que utilizaram para se manter na pandemia da Covid-19, o mais importante foi o auxílio que receberam para microempreendedor do governo federal, no período de seis meses. O benefício contribuiu no pagamento das despesas de férias das funcionárias, com o objetivo de reduzir as despesas mensais, dessa forma conseguiriam manter o restaurante aberto nesse período. A pandemia vivida em virtude da Covid-19, é um tema complexo e dinâmico, que afetou a saúde de toda população, bem como questões políticas e econômicas no país (POMPEO, 2022).

Sabe-se que as ações dos empreendedores de restaurantes foram e ainda são indícios das mudanças econômicas provocadas pela pandemia após a pandemia as coisas foram melhorando e o movimento de clientes foi voltando ao normal, e as funcionárias voltaram a trabalhar normalmente, mas pode-se dizer que nem todos os estabelecimentos conseguiram se manter da mesma forma, alguns fecharam, outros renovaram novas maneiras. Entretanto no caso do restaurante delas, afirmam que se não fosse o auxílio que o governo disponibilizou, elas teriam demitido as funcionárias e fechado o restaurante nesse período.

As redes sociais é a ferramenta de divulgação da nova dinâmica no mercado, onde as empreendedoras da Empresa Lu utilizam fotos e vídeos do cardápio do dia, mostrando aos clientes através dos status do Whatsapp, Instagram e Facebook, as opções de pratos do dia, como opções de misturas, saladas, acompanhamentos e sobremesas, para ampliar os negócios e despertar o desejo daquele alimento para os consumidores. No contexto atual, não é suficiente possuir o melhor produto, serviço ou preço mais baixo, sem ter uma comunicação eficiente ao se dirigir ao seu público-alvo.

Para Kotler (2000) é nesse cenário que o marketing digital entra em cena, juntamente com as plataformas utilizadas para negócios online, que contam com softwares capazes de apresentar produtos e serviços de forma mais ágil e econômica, extrair informações dos consumidores e oferecer a solução necessária para satisfazer as suas reais necessidades. Isso ocorre não apenas de maneira tradicional, mas também sob a perspectiva da revolução digital.

A gestão contábil da empresa é feita por um escritório de contabilidade no município de Nova Andradina e, semanalmente fazem o acompanhamento gerencial do restaurante,



dando todo o suporte necessário. Há mais de um ano, as empreendedoras adotaram planilhas de fluxo de caixa, mostrando todos os lançamentos diários, desde as despesas, como os lucros, pois antigamente o meio dessa organização era anotado no caderno manuscrito.

O restaurante da Lu é formado por membros da família (a sogra e a nora); a sogra é a cozinheira chefe e, a nora é auxiliar da sogra, fazendo massas, saladas, sobremesas. Os serviços gerais desde a limpeza, entregas das marmitas, e até a cortar as misturas para a cozinheira fica para duas funcionárias, que são registradas, (função delas é auxiliar de serviços gerais). As compras das mercadorias são feitas pelas sócias e sempre fazem em Nova Andradina, pois o custo é bem menor e a variedades de produtos de uso são em grande quantidade, pois geralmente compram em atacado alguns insumos, mas as carnes, frios, bebidas, frutas e legumes elas tem fornecedores que entregam diariamente e semanalmente no restaurante, o armazenamento dos alimentos e colocado em prateleiras em local limpo e fresco na cozinha.

Os alimentos que sobram do almoço são reutilizados no complemento da janta, mas, quando não serão mais utilizados, são distribuídos entre as funcionárias. Porém, descartes de restos dos pratos, cascas de legumes, frutas, são direcionados em um tambor com tampa, que todo fim do almoço, são retirados pelo rapaz que faz o uso desses descartes para consumo de seus animais, ele vai até o local para retirar, e fazer a limpeza, as embalagens dos produtos são colocadas em sacos para o caminhão do reciclável, o qual pega toda semana e só vai para o lixo o que realmente não tem utilidade mais.

Para a gestão de pagamentos do restaurante utilizam cheque para trinta dias; como forma de pagamento aos fornecedores ou boletos. Dessa forma elas conseguem se organizar financeiramente por ter um prazo maior para fazer o pagamento, quando há essa falta de lucro no mês também utilizam também cartões de crédito pessoal, as finanças são controladas por elas mesmas, sendo lançado no sistema de faturamento que instalaram, colocando dessa forma as saídas e entradas diariamente, tendo um controle exato do faturamento mensal, no qual auxiliou as empreendedoras no planejamento, tendo assim um controle correto, pois antes de adaptarem esse meio, era tudo feito manualmente anotado em cadernos as entradas e saídas, podendo dessa forma acontecer erros de cálculos, já as vendas são feita através de pagamento em pix, cartão de crédito/débito.

Neste sentido, o planejamento financeiro busca elaborar estratégias, visando obter resultados de acordo com a capacidade de cada empresa, apresentando os valores que podem impactar nos resultados esperados, proporcionando ao gestor instrumentos, relatórios e

informações para a tomada de decisão nos negócios (LACOMBE, 2009).

5 CONCLUSÕES

Este trabalho teve como objetivo demonstrar a importância do planejamento estratégico na abertura e gestão de empresas, sendo uma ferramenta crucial para auxiliar gestores a terem uma compreensão abrangente de seus negócios, principalmente em relação às despesas e lucros. Além disso, ressalta-se a importância de aplicar essa abordagem não apenas em empresas de grande porte, mas também nas micro e pequenas empresas, que estão em constante crescimento no mercado, assim como a empresa pesquisada.

Os principais problemas encontrados ao longo do processo empreendedor foram pessoais e familiares, financeiros, dificuldade de gestão, falta de credibilidade e dificuldades de mercado. A conciliação dos múltiplos papéis de mãe, esposa e empreendedora é uma das dificuldades mais destacadas. A gestão financeira se coloca como a segunda dificuldade mais citada, muitas vezes refletindo os problemas gerados pela falta de planejamento prévio.

Com a crise se manifestando, muitas mulheres avistaram novas oportunidades de trabalho, devido a alguns fatores como a necessidade de renda familiar, emprego não formal, auto realização profissional, entre outros. Com essas medidas, o número de empreendedorismo feminino no Brasil vem se elevando cada vez mais, e esse gênero vai obtendo maior reconhecimento no mercado. Conforme mencionado anteriormente, existem duas atividades empreendedoras, empreender por necessidade ou por oportunidade. A primeira diz respeito a pessoas que iniciam um negócio por falta de melhores alternativas profissionais e depende mais da situação econômica de um país. Considerando a segunda opção, que oferece maiores chances de êxito, é possível planejá-la e contar com recursos mais amplos. Isso possibilita explorar alternativas na área profissional e alcançar a independência no trabalho.

Entretanto, é possível inserir a partir dos relatos coletados, as participantes da pesquisa se inserem no empreendimento por oportunidade. Trabalham pela oportunidade que tiveram de empreender no ramo alimentício, com tarefas realizadas apenas no seu próprio negócio. As envolvidas utilizam ferramentas online, como Instagram, Facebook e WhatsApp, de modo que o produto chegue e conquiste o consumidor final por meio das redes sociais.

O presente trabalho possibilita que outros autores adquiriram conhecimentos sobre o empreendedorismo feminino, e mostra a importância de um contador para a empresa, pois

através da análise das demonstrações contábeis, tem um papel ativo no crescimento econômico do país. Ao auxiliar os gestores na tomada de decisões, ele utiliza seu conhecimento adquirido ao longo da vida para contribuir de forma significativa para as empresas, tanto internamente como externamente. Dessa maneira, o papel do contador nas organizações expressa responsabilidade social e constante aprendizado, gerando maiores possibilidades de sucesso, por meio de análises contábeis e, conseqüentemente, promovendo o desenvolvimento econômico (PEREIRA, 2017).

As mulheres apresentam dificuldades de conciliar as atividades profissionais com os papéis familiares, sempre buscam encontrar maneiras de inovar e se aperfeiçoar de acordo com as necessidades exigidas, assim mostram para a sociedade que elas podem construir sua própria história no empreender, mas necessitam do auxílio de um profissional contábil para ter os resultados esperados. Esse assunto deve ser aprimorado em pesquisas futuras. Com a pesquisa realizada é possível entender um pouco mais sobre a importância do empreendedorismo feminino e como as mulheres podem conquistar um espaço no mercado de trabalho.

REFERÊNCIAS

ABDALA, Mônica Chaves. Comida e gênero: as relações e suas tramas. **XVIII Encontro Regional da Associação Nacional de História**, 2012.

ALEXANDRINO, Willian. **Inovação e empreendedorismo cultural**. Editora Senac São Paulo, 2022.

ALPERSTEDT, Graziela Dias; FERREIRA, Juliane Borges; SERAFIM, Maurício Custódio. Empreendedorismo feminino: dificuldades relatadas em histórias de vida. **Revista de Ciências da Administração**, v. 16, n. 40, p. 221-234, 2014.

AMORIM, Vilma Leite Machado. Discriminação de Gênero na cozinha profissional—Quando surgiu esta história. **Semana de Pesquisa da Universidade Tiradentes**, p. 1-3, 2016.

BARROCO, Lize Maria Soares; BARROCO, Helio Estrela. A importância da gastronomia como patrimônio cultural, no turismo baiano. TURYDES: **Revista sobre Turismo y Desarrollo local sostenible**, v. 1, n. 2, p. 4, 2008.

DANTE, Fabio Santarossa; RODRIGUES, Regina Mazzini; CREMONEZI, Graziela Graziano. Os impactos da gestão familiar nos conflitos e cultura organizacional. **Revista de Carreiras e Pessoas**, v. 6, n. 3, 2016.

MINAYO, Maria Cecília de Souza; DESLANDES, Suely Ferreira; GOMES, Romeu. **Pesquisa social: Teoria, método e criatividade**. Editora Vozes Limitada, 2011.

DIAS, Tânia Regina Frota Vasconcelos; MARTENS, Cristina Daí Prá. Competências e aprendizagem empreendedora no contexto de insucesso empresarial: proposição de um modelo conceitual. **Desenvolvimento em Questão**, v. 14, n. 33, p. 172-202, 2016.

FERREIRA, Jane Mendes; NOGUEIRA, Eloy Eros Silva. Mulheres e suas histórias: razão, sensibilidade e subjetividade no empreendedorismo feminino. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 17, p. 398-417, 2013.

GEM – GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR. **Empreendedorismo no Brasil – 2012: relatório executivo**. Curitiba: IBQP, 2012.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GUSMÃO, João Lucas Fagundes Versiani. **Empreendedorismo Feminino na Gastronomia Paraibana: um panorama geral**. Universidade Federal da Paraíba – UFPB, 2021.

IBGE, Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística: **censo populacional 2022**. Disponível em: <<https://cidades.ibge.gov.br/brasil/ms/taquarussu/panorama>>. Acesso em: 11 outubro 2023.

KOTLER, Philip. **Administração de Marketing**. 10ª Edição, 7ª reimpressão – Tradução Bazán Tecnologia e Linguística; **Revisão Técnica Arão Sapiro**. São Paulo: Prentice Hall, 2000.

LACOMBE, Francisco. **Teoria geral da administração**. Saraiva Educação SA, 2017.

LEDHESMA, Miguel. Tipos de turismo: nueva clasificación. **Buenos aires**, v. 1, p. 66-86, 2018

LAUER, Caio. **Liderança Feminina – Série Mulheres no Mercado de Trabalho**. São Paulo, 2007. Disponível em: <http://www.canalrh.com.br/Mundos/gestaocarreira_artigo.asp?o=%7BBBB747BA-4F5F-47CD-A05A-0C70C5195757%7D>, acessado em 11 de junho de 2013> acessado em 09 de setembro de 2013.

LEITE, Andreia; OLIVEIRA, Filipe. **Empreendedorismo e novas tendências. VALUE: Consultadoria Empresarial**. Universidade do Minho. Braga, Portugal, 2007.

LIMA, Maria José de Oliveira. **As empresas familiares na cidade de Franca**. São Paulo: Editora UNESP, 2009.

LIPPEL, Isabela Laginski et al. **Gestão de custos em restaurantes: Utilização do método ABC**. Dissertação (Mestre em Engenharia de Produção) – Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção, Universidade Federal de Santa Catarina, Santa Catarina, p. 185, 2022.

MADALOZZO, Regina; BLOFIELD, Merike. Como famílias de baixa renda em São Paulo conciliam trabalho e família? **Revista Estudos Feministas**, v. 25, p. 215-240, 2017.

MONITOR, Global Entrepreneurship. **Global entrepreneurship monitor. Empreendedorismo no Brasil (Relatório Nacional)**. Curitiba: Instituto Brasileiro de



Qualidade e Produtividade, Paraná, 2016.

MONITOR, Global Entrepreneurship. **Empreendedorismo no Brasil: 2016**. Curitiba: Ibqg, p. 1-208, 2017.

MAXIMIANO, Antonio Cesar Amaru. **Administração para empreendedores: Fundamentos da criação e da gestão de novos negócios**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2011.

PEREIRA, Janaina Trindade. O Papel do Contador no Processo de Desenvolvimento e Crescimento Brasileiro. **Revista Científica Multidisciplinar Núcleo do Conhecimento**, v. 01, p. 674-686, 2017.

POMPEO, Vitória. Estudo da mudança na gestão de restaurantes da cidade de Limeira em período de crise sanitária em decorrência da Covid-19. **Caderno de pesquisa aplicada**, v. 1, n. 1, p. 13-26, 2022.

RAPOSO, Kariny C. de Souza; ASTONI, Sílvia A. Ferreira. A mulher em dois tempos: a construção do discurso feminino nas revistas dos anos 50 e na atualidade. **Cadernos Camilliani. Revista do Centro Universitário São Camilo**, ES, v. 8, n. 2, p. 36-37, 2007.

RODRIGUES, Ariele Silva Moreira et al. Fatores Críticos Relacionados ao Empreendedorismo Feminino. **Espacio Abierto**, v. 30, n. 1, p. 75-96, 2021.

SALOMÃO, Pedro Emílio Amador et al. *Revista Multidisciplinar do Nordeste Mineiro*. 2022. Disponível em: <<https://miguilim.ibict.br/handle/miguilim/9181>> Acesso em: setembro de 2022.

SEBRAE, Serviço Brasileiro de Apoio Às Micro e Pequenas Empresas. **EMPRESAS–SEBRAE. Pequenas. Empreendedorismo feminino: Qual a sua importância para a sociedade**. 2021.

SEVERINO, Antônio Joaquim. **Metodologia do trabalho científico**. 23. ed. rev. e atual. São Paulo: Cortez, 2007.

SOUZA, Emilly Correia Melo de; SILVA, Yasmim Penha. **Os desafios do empreendedorismo feminino**. 2021. Disponível em: < <http://ric-cps.eastus2.cloudapp.azure.com/handle/123456789/6922>> Acesso em: setembro de 2022.

TANURE, P. T. Empreendedorismo e família: quando flexibilizar horários se torna uma sobrecarga para as mulheres. **FGV Repositório Digital**, São Paulo, v. 1, n. 1, p. 1-117, 2014.

VENTURA, Magda Maria. O estudo de caso como modalidade de pesquisa. **Revista SoCERJ**, v. 20, n. 5, p. 383-386, 2007.