

RESUMO EXPANDIDO - NUTRIÇÃO

O EMPREENDEDORISMO FEMININO E A GASTRONOMIA: UMA REVISÃO NARRATIVA DA LITERATURA

Sandiely Domingos Mardegan (152.128@alunos.unigrancapital.com.br)

Talita Benites Ceccon (talitaceccon@hotmail.com)

Sandra Gehlen De Oliveira (sandragehlen@hotmail.com)

Juliana De Medeiros (jumedeiros.juliana@gmail.com)

Maria Izabel De Souza Nunes (supervisao01.nutricao.capital@unigran.br)

INTRODUÇÃO: Empreendedorismo pode ser considerado algo inovador ou a melhora de um negócio já existente, com novas possibilidades e a geração de empregos. Muitas das vezes é visto como uma nova oportunidade, mas em outras, é uma opção para pessoas que estão fora do mercado de trabalho, seja por motivos pessoais ou por desemprego. O Brasil ganha destaque em relação ao empreendedorismo feminino, apresentando taxas praticamente equivalentes quando comparado com o número de empreendedores homens (GEM, 2017). Apesar de estarmos muito avançados em relação ao posicionamento feminino no mercado de trabalho, ainda é perceptível tabus e preconceito quando se trata de uma mulher liderar ou empreender, e a gastronomia possibilitou o crescimento desse percentual, gerando um número maior de mulheres empreendedoras. **OBJETIVOS:** Revisar e analisar a literatura para demonstrar o perfil empreendedor das mulheres e as possibilidades lucrativas para negócios do ramo da gastronomia. **METODOLOGIA:** O presente estudo visou confrontar os dois grandes temas: empreendedorismo feminino e a

gastronomia, por meio de uma revisão narrativa da literatura. O referencial teórico foi embasado em livros e artigos, no período de 23 de maio a 03 de junho, sendo utilizados apenas materiais de língua portuguesa, incluindo temas como gastronomia brasileira, bares e comidas de botequim, empregabilidade no setor de alimentação, sendo o foco da pesquisa a mulher empreendedora, para assim permitir uma maior riqueza e relevância de dados. Excluiu-se materiais que não estão correlacionados com os temas principais e que não estivessem em língua portuguesa. RESULTADOS: Através do embasamento literário, foi possível detectar que a mulher por sua delicadeza, vem conquistando e se destacando quando o assunto é empreendedorismo. A gastronomia oferece uma possibilidade de negócio, e na grande maioria elas optam por esse segmento por já possuírem traquejos e conhecimentos culinários, o que facilita e gera grandes chances de sucesso. Apesar dos frequentes desafios administrativos, elas vêm tomando força e fazendo dos obstáculos caminhos para protagonizar em seus negócios. DISCUSSÕES: Diante do nosso contexto global cultural, os homens, por muitos anos, estiveram em destaque no ramo dos negócios e empreendedorismo. Porém, houve uma mudança neste cenário, com a inserção da mulher nos setores empregatícios. De acordo com Alsterstedt, Ferreira e Serafim (2014) a mulher ganhou espaço dentro da sua trajetória empreendedora, e apesar disso, o seu papel vai além do crescimento exponencial e uma complementação de renda, mas segue para uma perspectiva de transformação social, que por muito tempo, enfrentou dificuldades expressivas. Hoje, a sociedade admira pessoas que mudam totalmente sua vida para empreender e se arriscam em novos ares, porém, para Teixeira e Bomfim (2016) nos dias atuais e com grandes tabus sendo quebrados, o dom de empreender dentro da área gastronômica, ainda é vista como uma prática masculina em sua maioria. Segundo a pesquisa realizada pela GEM (2016), quando analisamos a taxa de empreendimentos por iniciativa feminina, podemos identificar uma porcentagem superior quando comparadas a empreendimentos por iniciativa masculina. Em 2016 o percentual feminino foi de 51,5% contra 48,5% do masculino. Mas quando falamos em estabelecimentos já solidificados, o cenário muda e a representação masculina é maior. Empreendimentos com mais de 3 anos no mercado em 2009 representam quase 63% homens contra 37% mulheres. Esse desnível, passou a decrescer em 2014, ano em que os homens representavam 54,9% e as mulheres 45,1%, mas a margem feminina nunca conseguiu ultrapassar o masculino. Infelizmente isso pode ser justificado pelo fato de que a mulher ainda é vista como responsável pelo lar, onde precisa

dividir seu tempo com a família, casa, trabalho, além de ser caracterizada como um ser humano frágil. Apesar de tudo, podemos perceber que a mulher tem se posicionado de maneira mais incisiva na história para conquistar seus direitos. Dentro da área da gastronomia a mão de obra feminina vem ganhando mais espaço, visto que por serem mais detalhistas e já se familiarizar com o ambiente de cozinha, acabam tendo mais confiança e credibilidade na hora de arriscar um novo negócio. O público hoje busca por locais onde a comida, as preparações e/ou os produtos elaborados sejam de qualidade, saborosos, com um bom aroma e apresentação, e que também tenham um custo acessível, logo, investir em bons produtos faz toda diferença. Para Machado et.al (2017) um dos fatores que contribuem para o crescimento de um empreendimento é investir em qualidade de produtos, serviços (bom atendimento) e divulgação, além dos fatores que influenciam no resultado final do produto ou preparação a ser comercializado, e para isso não podemos deixar de enfatizar o “toque feminino” nos negócios gastronômicos. CONCLUSÕES: O empreendedorismo é visto como um desafio para os que tomam a frente seja por necessidade ou oportunidade, e apesar do mercado de trabalho ainda ser ocupado principalmente pelos homens, os dados mostram que o empreendedorismo feminino está conquistando os novos empreendimentos, fugindo de todos estereótipos que foi imposto pela cultura patriarcal. Na gastronomia o público busca por qualidade em um todo, e pelo fato de as mulheres terem mais afinidade com as práticas relacionadas a culinária, elas vêm sendo mais ativas e priorizando essa escolha para empreender, aumentando e conquistando o seu espaço de poder gerenciar o seu negócio, por estar mais confiantes neste meio de trabalho. CONSIDERAÇÕES FINAIS: A mulher precisa lutar dobrado para conseguir reconhecimento que, em muitas vezes, concilia o trabalho com outros afazeres, e no empreendedorismo não é diferente, pois para a mulher é mais complexo iniciar um negócio, seja por motivos sócias ou financeiros. Mas, comparado ao que era no passado, cada dia estão ganhando espaço no mercado de trabalho com muita determinação, deixando de lado todas as controversas e discriminação. No empreendedorismo feminino é notável maior presença dentro da gastronomia, por trazer um ambiente mais familiar, que apesar dos desafios administrativos e às vezes financeiros (na fase inicial), sempre buscam mais conhecimentos, estudam, se qualificam, para melhorar os produtos, trazendo inovações, serviços de qualidade, seguindo as tendências do mercado e persistindo nos negócios, sendo fundamental para se manter ativo, gerenciar de maneira efetiva e ser independente financeiramente. Para as mulheres essa conquista não é somente profissional, mas inclusive pessoal.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALPERSTEDT, G. D.; FERREIRA, J. B.; SERAFIM, M. C. Empreendedorismo Feminino: Dificuldades Relatadas em Histórias de Vida. Rev. De Ciências da Administração, v. 16, n. 40, p. 221-234, 2014.

Global Entrepreneurshio Monitor – GEM. (2018). Empreendedorismo no Brasil. IBPQ. Disponível em: <https://datasebrae.com.br/wpcontent/uploads/2019/02/Relat%C3%B3rioExecutivo-Brasil-201-v3-web.pdf>. Acesso em: 12 mai. 2022.

MACHADO, H. P. V.; GUEDES, A.; GAZOLA, S. Determinantes e Dificuldades de Crescimento para Mulheres Empreendedoras. Rev. Pensamento Contemporâneo da Administração, v.11, n. 1, p. 85-99, 2017.

TEIXEIRA, R. M.; BOMFIM, L. C. S. Empreendedorismo feminino e os desafios enfrentados pelas empreendedoras para conciliar os conflitos trabalho e família: estudo de casos múltiplos em agências de viagens. Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo, v. 10, n. 1, p. 44-64, 2016.