

O EMPREENDEDORISMO FEMININO E AS DIFICULDADES NO SEGMENTO DA CONFEITARIA NA REGIÃO DE SÃO GONÇALO

Mariana Ribeiro de Brito¹

Cristiano de Siqueira Mariella²

Resumo

O artigo tem como objetivo geral compreender as dificuldades que as mulheres enfrentam ao empreender no ramo de confeitaria em São Gonçalo. Os objetivos específicos serão: apresentar o empreendedorismo feminino em São Gonçalo; propor reflexões para o desenvolvimento de um plano de negócio na confeitaria; discutir as dificuldades relacionadas à concorrência e divulgação do produto; levantar a precificação e apresentar formas de controle de desperdício; separar as contas de pessoa física das contas de pessoa jurídica, utilizando a metodologia de revisão bibliográfica de alguns livros e artigos como base científica para elaboração do trabalho de forma eficiente. Também serão esclarecidas dúvidas que ajudarão a enfrentar possíveis problemas que normalmente são encontrados pelas mulheres mencionadas no título desse trabalho quando decidem começar um negócio, aprendendo a lidar de maneira correta com seus concorrentes e encarando de forma estratégica o seu empreendimento, afinal ter uma empresa na área da confeitaria é necessário muito mais do que se aprimorar somente nos quitutes, mas também saber gerir o negócio.

Palavras-chave: Mulheres. Empreendimento. Negócio. Confeitaria.

Abstract

The article will aim to understand the difficulties that women face when undertaking the confectionery business in São Gonçalo. During this work we will address the following issues: 1) present female entrepreneurship in São Gonçalo; 2) propose reflections for the development of a business plan in the confectionery; 3) discuss difficulties related to competition and product promotion; 4) raise pricing and present ways to control waste; 5) separate individual accounts from legal entity accounts. Using the bibliographic review methodology of some books and articles as a scientific basis for preparing the work efficiently. In addition to clarifying doubts that will help to face possible problems that are normally encountered by them when they decide to start a business, learning how to deal correctly with their competitors and approaching

¹ Graduanda em Administração pela Universidade Salgado de Oliveira (UNIVERSO/SG). Currículo Lattes: <https://lattes.cnpq.br/0234025504509984>.

² Orientador, Professor e Coordenador dos Cursos de Administração e Ciências Contábeis da Universidade Salgado de Oliveira (UNIVERSO/SG). Doutorando e Mestre em Teologia pela PUC-Rio. Mestre em Engenharia Civil pela UFF (Gestão da Construção). Pós-graduado MBA em Marketing Empresarial pela UFF, com Docência do Ensino Superior. Formação acadêmica em Administração, Ciências Contábeis, Teologia e Filosofia. Currículo Lattes: <https://lattes.cnpq.br/6080015365880523>.

their enterprise strategically, after all, having a company in the confectionery sector is necessary much more than improving just in delicacies, but also knowing how to manage the business.

Keywords: Women. Enterprise. Business. Confectionery.

1. INTRODUÇÃO

As mulheres vêm ganhando espaço no meio corporativo, destacando-se em empregos distintos e conseguindo também iniciar suas próprias empresas, ao colocar suas estratégias em prática. Entretanto, nem todas as mulheres que empreendem começam assim. Normalmente são impulsionadas pela necessidade de levar o sustento para dentro dos seus lares, visto serem chefes de famílias e precisam conciliar a dupla jornada de serem mães, donas de casa e ao mesmo tempo terem que prover recursos para custear as despesas, optam por empreender de maneira informal para conciliar esta jornada de vida, na qual precisa se desdobrar, para atender a todas as suas funções com excelência.

Informalmente são começados alguns negócios gerenciados por mulheres, sejam eles na área da revenda, beleza ou até mesmo na área alimentícia quanto em relação a confeitaria, mas são muitos obstáculos enfrentados, começando pela falta de apoio entre as mesmas que, inversamente criticam outras que tomam a iniciativa de mudar o cenário. Outro obstáculo encontrado pela empreendedora é saber separar o que é do negócio e o que são as suas contas pessoais, afinal, elas começam com o capital próprio e acabam por vezes não sabendo separar, ou identificar se o empreendimento está dando lucro.

Empreendedor não é apenas os donos de grandes empresas, mas todo aquele que tem uma ideia e decide colocar em prática, tendo persistência, encarando os obstáculos e os superandos. Pode-se observar que são vários fatores que levam uma pessoa a começar o seu próprio negócio, seja um sonho, uma necessidade ou até mesmo porque precisa contribuir com as despesas de casa.

Grande parte da população feminina tem como obrigação ser provedora do lar, mas encontram dificuldades relacionadas às vagas de emprego, pois precisam conciliar a dupla jornada e acabam optando por iniciar um trabalho informal dentro das suas casas.

Normalmente, as mulheres por já cuidarem de suas casas, acabam desenvolvendo gosto por cozinha, aprendendo assim vários quitutes, e a partir dos elogios alcançados, muitas vezes por familiares e amigos, observam nisto uma oportunidade de empreender, começando assim de maneira informal, e se aprimorando em cursos de confeitarias, expandindo seus negócios, formalizando e profissionalizando para atender cada vez mais clientes em potencial.

Em função do fato das mulheres exercerem jornada de trabalho dupla, ou seja, o trabalho remunerado em empresa juntamente como o trabalho remanescente no lar, segundo o SEBRAE (2021), elas têm 17% menos tempo para seus negócios do que um homem, afinal conciliar a casa, filhos, cônjuge e trabalho necessita muito dela, mesmo assim conseguem tempo para tirar o sonho do papel pondo em prática uma ideia, assumindo riscos calculados e investindo em um negócio e gerando a independência financeira.

Há situações que é despertam nas mulheres uma ideia de inovar ou de empreender e que geram nelas um impulso para começar um negócio, alcançar independência financeira e realizações profissionais. A partir dessas ideias, pode-se então levantar a seguinte situação-problema: quais as principais dificuldades encontradas pelas mulheres ao empreender na área de confeitaria na região de São Gonçalo?

Serão analisados alguns artigos relacionados ao desenvolvimento de mulheres no mercado de trabalho, o ambiente de micro e pequenas empresas após a abertura das mesmas e como bons administradores devem gerir e solucionar possíveis problemas futuros.

O objetivo geral desta pesquisa é compreender as dificuldades que as mulheres enfrentam ao empreender no ramo de confeitaria em São Gonçalo.

Os objetivos específicos que conduzirão ao alcance do objetivo final são: 1) apresentar o empreendedorismo feminino em São Gonçalo; 2) propor reflexões para o desenvolvimento de um plano de negócio na confeitaria; 3) discutir as dificuldades relacionadas à concorrência e divulgação do produto; 4) levantar a precificação e apresentar formas de controle de desperdício; 5) separar as contas de pessoa física das contas de pessoa jurídica.

A pesquisa será de grande valia para futuras empreendedoras que já estão mensurando os riscos e procurando entender melhor o mercado de trabalho, de modo que possa está preparada para gerir o negócio e solucionar os desafios encontrados.

A metodologia utilizada para a confecção deste trabalho foi feita através de revisão bibliográfica das leituras de diversos artigos, livros autores renomados da área administrativa, auxiliando nas contribuições para o desenvolvimento e análise crítica das diferentes perspectivas do tópico em questão.

2. Referencial Teórico

2. Empreendedorismo feminino na região de São Gonçalo

Empreendedor é aquele que observa oportunidades e desenvolve uma forma de alcançar resultados a partir desta ideia, mensurando os riscos antes de pôr em execução (DORNELAS, 2007). Nem sempre vai ser uma ideia inovadora, às vezes pode ser gerada ao analisar um público específico e averiguando uma necessidade e transformando assim numa chance de negócio.

Pode-se analisar dois tipos de motivação que levam as pessoas a empreenderem oportunidade e a necessidade: Necessidades que normalmente levam pessoas a empreender e a dificuldade de conseguir empregos de Consolidação das Leis do Trabalho (CLT) e falta de recursos para manter a si e a sua família procurando assim outro meio de conseguir remuneração e já os empreendedores por oportunidade são pessoas que mesmo possuindo renda ou vagas de emprego decidem abri um novo negócio visando sempre um aumento de renda e uma maior independência (GEM, 2010).

Na sociedade atual as mulheres são a maioria a começarem a empreender por necessidade, por serem muitas das vezes a provedora do seu lar tendo que custear as responsabilidades ou simplesmente ajudar financeiramente a pessoa a qual é a responsável por manter, tendo assim muitas as vezes a ideia de empreender mesmo não tendo muito recurso para executa o projeto. Segundo Barreto (1998) “empreendedorismo é a habilidade de criar e construir algo a partir de muito ou pouco ou quase nada”.

Muitas pessoas já ouviram a frase machista onde diz que “lugar de mulher e na cozinha”, mas sabe-se que na prática não é bem assim que funciona. As mulheres assim como os homens, podem escolher a profissão que quiserem, entretanto, muitas mulheres por já desenvolverem habilidade e gosto pela cozinha investem nisto. O que antes podia ser uma espécie de *hobbies*, cozinhar doces para as pessoas que estão

a sua volta, passa a ter a ideia de empreender na área. Segundo Dogen (1989, p. 28) “[...] são raros os hobbies que não representam oportunidades. É sem dúvida, a forma mais agradável de desenvolver um negócio próprio”.

Observa-se que as mulheres residentes da região de São Gonçalo, geralmente, iniciam o empreendedorismo informalmente, produzindo no próprio lar. Pratos como doces, trufas, cones, *brownie*, bolos caseirinhos, bolo de pote, copo da felicidade (copo com recheios, *brownie* e podendo conter pedaços de frutas), entre outros. Entretanto, com o aumento nas vendas, aparece a necessidade de mudar de local e também passar a agir de maneira mais profissional, investindo assim numa organização, aprimorando-se na área e passando a trabalhar de maneira formal.

Analisado o cenário deste município pode-se notar que nos últimos tempos vêm acontecendo muitas inaugurações de pequenas confeitarias vendendo bolos caseiros, também nota-se que muitas pessoas consomem doces. Além das lojas físicas, há aplicativos de *delivery* que entregam no conforto do lar. Contudo nota-se que muitas destas lojas físicas acabam fechando ainda no primeiro ano por causa da má gestão. Pode-se observar no pensamento abaixo:

Para ser bem-sucedido, o empreendedor não deve apenas saber criar seu próprio empreendimento. Deve também saber gerir seu negócio para mantê-lo e sustentá-lo em um ciclo de vida prolongado e obter retornos significativos de seus investimentos. Isso significa administrar, planejar, organizar, dirigir e controlar todas as atividades relacionadas direta ou indiretamente com o negócio. O espírito empreendedor envolve emoção, paixão, impulso, inovação, risco e intuição. Mas deve também reservar um amplo espaço para a racionalidade (CHIAVENATO, 2007, p. 7).

É importante saber administrar o negócio de uma maneira a qual seja planejado cada passo, mensurando os riscos sem perder a alegria e o amor pelo qual decidiu começar a empreender na área.

3. Plano de Negócio na área da Confeitaria

Planejar é um dos pontos chaves para quem decide começar a empreender e nesta etapa que será mensurado os riscos e o investidor poderá analisar se vale apenas investir neste negócio que decidiu começar. Esta etapa é de extrema importância afinal tem muitas empresas sendo criadas, mas poucas sobrevivem ao primeiro ano.

Uma das partes do planejamento é elaborar o plano de negócio, que consiste em elaborar um documento esmiuçando cada detalhe da empresa, do nome até cada mínimo detalhe do local, para saber com riqueza de detalhes tudo que é preciso para a implantação (MAXIMIANO, 2011). Também é necessário definir objetivos e detalhar etapas necessárias para que cada uma destas seja concluída, podendo assim chegar aos resultados e diminuindo a chances de riscos e erros (ROSA, 2004).

A estrutura de um plano de negócios acontece das seguintes formas segundo Dornelas (2001) e é necessário conter: capa, sumário, sumário executivo, análise estratégica, descrição da empresa, produto e serviços, plano operacional, plano de recursos humanos, análise de mercado, estratégia de marketing e plano financeiro.

O sumário executivo é onde despertará a vontade do empreendedor em continuar lendo o seu plano de negócio, mesmo ele sendo uma das primeiras folhas é necessário deixá-lo para escrever por último, pois será necessário a informações dos demais setores para sua construção.

Já a análise estratégica será detalhada para onde se deve seguir. Neste ponto será montado a missão e visão da empresa, deverá detalhar como ela se encontra no momento, quais são seus objetivos e quais são as suas metas. Também deve-se fazer nesta parte o que chamamos de Análise SWOT que é detalhar suas forças, fraquezas, oportunidades e ameaças.

Na etapa da descrição da empresa, o investidor irá detalhar a empresa que irá conter o seu seguimento, razão social, o que empreende, quais são os seus parceiros, quais foram seus últimos rendimentos e também será detalhado qual função será necessária para cada etapa do empreendimento. Deverá ser detalhado também as funções de cada cargo do vendedor ao confeiteiro da empresa, onde ela ficará localizada e também toda parte burocrática.

Na parte dos produtos será informado quais os doces que serão vendidos na confeitaria, quais produtos são necessários para a fabricação e qual a sua durabilidade. Ainda nesta etapa será indicada qual o nível de satisfação do cliente em relação a cada produto oferecido pois assim terá noção de qual é o produto de maior aceitação.

Durante a elaboração do plano operacional deverá ser feito um mapeamento da loja incluindo o tamanho do estabelecimento e onde está localizado cada móvel e maquinário, capacidade de pessoas que suporta, organização em relação ao recebimento das mercadorias trazidas pelos fornecedores, qual o momento de cada

produção e a organização das vitrines. Nesta etapa também será demonstrado os índices de rapidez na entrega dos fornecedores, na produção e até mesmo no atendimento aos clientes.

Seguindo para plano de Recursos Humanos será observado qual o nível educacional e as experiências de cada funcionário ou sócios. Nesta parte também será indicado o que se espera de cada colaborador a longo prazo em suas devidas funções.

Na análise de mercado o empreendedor deve mostrar que tem conhecimentos sobre a área da confeitaria e que conhece bem quais são as sazonalidades, que consiste em conhecer os períodos do ano em que alguns produtos possuem uma alta taxa de vendas, por exemplo, a venda de ovos de páscoa na Páscoa e sobremesas nas festas de fim de ano. Além disso é importante saber quais são os seus concorrentes e quais os fatores que eles têm vantagens sobre o seu negócio.

Já na estratégia de marketing será destacado os 4 P's do marketing: produto, preço, praça, promoção. Nesta etapa será indicado como o cliente irá te encontrar, seja através de loja física ou virtual e quais as formas de propaganda serão usadas, seja através de antigos clientes que falam da empresa para os próximos ou através de divulgações nas redes sociais. Informar quais as qualidades encontradas no produto divulgado e o seu diferencial e também quais os valores dos mesmos.

A última etapa da elaboração do plano de negócio é o plano financeiro, onde será demonstrado se a empresa está bem financeiramente pois, deve conter um fluxo de caixa, o seu balanço patrimonial e também um demonstrativo de resultados indicando se está tendo lucro ou não.

Como observado, a elaboração de um plano de negócio primeiramente consiste em saber qual a área que irá empreender, no caso na área da confeitaria. Também será necessário definir alguns pontos como: qual o nome da empresa, onde ela ficará localizada, quem será ou é o seu público alvo, quais os pratos são seu carro chefe do estabelecimento, qual a visão, missão, qual os valores da empresa, o que precisará para abrir este estabelecimento, quais serão os equipamentos necessários e quais os meios de comunicação entre o proprietário e os clientes, se será através de redes sociais, da loja física ou se também terá um *delivery*.

É importante determinar cada função que será necessária na empresa, devido ser uma confeitaria tem muitos processos até chegada da venda. Como, por exemplo, compra de material, limpeza do local, produção dos doces e embalagem, e o principal,

a venda dos produtos. Diante de todas essas questões, é necessário ter cada passo já determinado para quando o investimento crescer, ainda que hoje seja uma microempresa.

Outro ponto a ser pensado ao abrir um negócio é quais são os fornecedores, lembrando sempre de comparar o tempo de entrega, preço e qualidade do produto. Afinal todos estes fatores influenciam no seu produto final, pois os seus clientes lembrarão de você pelo produto que consumiram no seu estabelecimento, por isso se torna necessário ter um diferencial no produto e ambiente.

Existem vários concorrentes no mercado independente do setor que você trabalhe, então é necessário analisar bem o seu mercado externo e identificar quais são as qualidades e quais são os seus defeitos em relação a seus oponentes, também é necessário analisar tanto as futuras oportunidades como também as futuras ameaças, para assim tentar estar preparado para estas ocasiões.

4. As dificuldades relacionadas à concorrência na área da confeitaria e pontos sobre divulgação

No âmbito do empreendedorismo feminino, aquelas que se aventuram na indústria da confeitaria são altamente consideradas pelo seu talento de criar pratos e bolos e os decorarem de maneira atrativa. No entanto, elas enfrentam vários obstáculos competitivos. As mulheres empresárias que desejam se estabelecerem plenamente neste ramo de trabalho encontram frequentemente contratempos específicos devido à intensa rivalidade que existe no mercado, afinal muitas mulheres escolher este ramo para começarem a empreender então são muitos profissionais para que o cliente possa escolher.

As mulheres empreendedoras enfrentam frequentemente o obstáculo da saturação do mercado, com uma vasta gama de produtos de confeitaria disponíveis e que se destacam, tornando-se um obstáculo crítico. Para conquistar e manter clientes, essas mulheres devem conceber ofertas distintas e estar sempre se aprimorando em suas áreas de escolha. Dessa forma, é necessário decidir em qual parte da confeitaria irá atuar mais ativamente para poder empregar inovação em sabores, técnicas exclusivas ou até mesmo apresentações visualmente atraentes.

Manter matérias-primas de qualidade a um custo razoável pode ser um obstáculo para as mulheres na indústria de confeitaria. Parcerias estratégicas com

fornecedores confiáveis podem ajudar a garantir que seus produtos atendam e superem os requisitos do setor, ao mesmo tempo que mantêm preços justos e competitivos, lembrando sempre de se manter atualizado em relação ao aumento e queda dos valores dos seus fornecedores para que possa escolher os insumos que necessita para fazer o produto final sempre com qualidade e no tempo adequado.

Numa indústria acirrada, a promoção e a visibilidade dos negócios de confeitaria são de extrema importância. As empresas femininas neste espaço podem aproveitar uma série de ferramentas eficazes, como o envolvimento nas redes sociais, a participação em eventos locais e a adoção de estratégias de marketing digital. Essas táticas são úteis para aumentar as perspectivas das empresas do ramo de doces.

É necessário que a empreendedora se atualize em relação a modernidade, hoje em dia é natural que um negócio precise aparecer na área digital, para poder ser lembrado, alcançar um número maior de cliente e até mesmo fidelizar aqueles que já possui, sendo assim a importância de investir no marketing digital.

Pode-se notar que muitas confeitadeiras usam suas redes sociais ou até mesmo criam redes para seus negócios para usar como uma forma de catálogo e assim divulgarem seus trabalhos assim podendo alcançar ainda mais pessoas, afinal quando postada uma foto bem capturada de um produto, irá despertar curiosidade na pessoa que está vendo e de conhecer aquele produto que chamou a sua atenção, a área digital tem esta vantagem de influenciar o comércio mesmo sem o cliente ter experimentado aquele produto.

Por ser uma maneira mais barata e também mais voltada para um público específico, o que antes só era divulgado através de pessoas que já conhecia o produto passa a ser visto por pessoas que apenas estão procurando sobre no meio digital. Além disso o empreendedor poderá contar com o auxílio das vendas *online* através de *sites* de *delivery* que passa a facilitar a comercialização dos produtos, mas para que essas vendas online ocorram, é necessário que tenham fotos que desperte o interesse dos clientes.

A área de *delivery* além de ser uma maneira inovadora de vender, surgiu e cresceu ainda mais na época da pandemia, onde muitas pessoas se encontravam em casa e procuravam a maneira mais prática de comprar e receber no conforto do seu lar de maneira mais segura e rápida. E no momento atual não é diferente, afinal continua sendo algo prático para as pessoas que pretende apreciar algo diferente e nem sempre estão com tempo de se deslocarem até uma loja.

A resiliência e a assertividade são cruciais para as mulheres empresárias na indústria de confeitaria, que é muitas vezes dificultada por estereótipos de gênero infundados. Desafiar estas percepções requer conhecimentos técnicos e uma atitude persistente, sublinhando o facto de que o domínio da confeitaria não é limitado pelo gênero.

No mundo da confeitaria, as mulheres empresárias enfrentam uma concorrência constante e têm de enfrentar numerosos obstáculos práticos. Portanto, é importante lembrar a todos as suas contribuições cruciais para a área, desde as suas perspectivas únicas até à sua qualidade superior.

5. Instruções de como ter uma base correta para a precificação e controle de desperdícios

No ambiente desafiante e dinâmico do empreendedorismo feminino, onde as mulheres não só lideram como também transformam indústrias inteiras, a capacidade de definir preços adequados e controlar os desperdícios é fundamental para o sucesso sustentável de uma empresa. Este artigo traz orientações valiosas para que os empreendedores que procuram a excelência possam estabelecer uma base sólida para a fixação de preços e, ao mesmo tempo, implementar estratégias eficazes para controlar o desperdício.

O primeiro passo para ter uma precificação de maneira correta e ter uma compreensão correta de quais são os seus custos e como eles podem estar distribuídos em custos fixos, conforme Ribeiro (2002, p. 247), “custo fixo é todo o gasto que a empresa possui, independentemente do que foi produzido, não alterando o valor a ser pago, ou seja, é indiferente à quantidade fabricada pela empresa. ”, ou seja, este custo está relacionado como o do aluguel, luz e telefone da empresa entre outros que independente de produzir mais ou menos todo mês tem que ser pagos. Já os custos variáveis estão relacionados diretamente à produção, afinal impacta a quantidade que vende para sabe quanto de matéria prima será necessário, conforme Padoveze (2013, p.51) “os custos variáveis são aqueles que, em cada alteração da quantidade produzida ou vendida, terão uma variação direta e proporcional em seu valor.”

Também podendo ser divididos entre custos diretos e indiretos que são os custos ligados diretamente a produção do prato e indiretos como os gastos administrativos forme ditos por Yanase (2018, p. 43), “os custos diretos são aqueles

que podem ser apropriados de maneira clara e objetiva pelos produtos elaborados, uma vez que existe uma forma objetiva de medição de seu consumo para fabricá-los.” No caso da confeitaria está relacionado diretamente à matéria prima como manteiga, ovos, óleo entre outros insumos. Conforme Martins (2008, p. 157), “os custos indiretos não oferecem condição de uma medida objetiva, para alocá-los é necessário estimar e algumas vezes sua distribuição será realizada de modo arbitrário. ” Como ocorre com o gás, com a luz entre outros gastos. As empreendedoras precisam mensurar todos estes gastos antes de mensurar o preço dos seus produtos.

O próximo passo após determinar todos os custos e saber qual a margem de lucro que pretende alcançar lembrando que o valor do seu produto deve estar de acordo com o mercado, pois seus futuros clientes também analisarão isto antes de comprar. Esta margem não apenas pagará os seus custos como também será usado para o crescimento do negócio visando suas metas de curto e longo prazo.

Entender a necessidade do mercado e o que seu cliente está buscando também impacta diretamente em qual valores a empreendedora irá decidir cobrar no seu produto. “Paralelamente é necessário avaliar mercado, concorrência, demanda, entre outros fatores determinantes na formação de preços” (VIEIRA, 2013, p.81), pois estes fatores irão impactar diretamente no preço do produto sendo necessário saber suas vantagens em relação ao produto do concorrente. Em resumo, o empreendedor precisará entender o mercado e estar sempre se atualizando.

Um outro fator importante é demonstrar para o cliente os valores agregados do seu produto, sejam eles os insumos de qualidade superior ao do concorrente e também a maneira que o produto é apresentado acabado, pois sabe-se que quando procuram um bolo de aniversário não basta ele está extremamente saboroso, ele precisa está visivelmente deslumbrante para que fique lindo em todas as fotos. Portanto, não é diferente com outros tipos de quitutes, pois o cliente se importa não somente com o preço, mas também com a aparência que irá receber o produto. Sendo assim, é necessário que todos estes valores estejam embutidos no seu preço desde o tempo de entrega à forma que será entregue.

É fundamental que estas confeitarias tenha um controle de desperdício, seja ele através da perda de tempo ou até mesmo de produtos, entendendo a sazonalidades dos pedidos, pode-se entender quais as matérias primas necessitam estar em seus estoques em cada momento. Também é essencial que estejam organizados de acordo com o vencimento para que não corra risco de os produtos

vencerem antes da data. Sendo indispensável mensurar cada etapa, pois planejando de maneira correta não se fica com tempo ocioso, além de ser necessário analisar as quantidades exatas que cada receita precisa.

6. Separar as contas da pessoa física das contas da pessoa jurídica

No fascinante mundo da confeitaria, onde o sabor e a arte se entrelaçam, as mulheres se destacam não apenas como mestres da culinária, mas também como talentosas empreendedoras. No entanto, equilibrar a vida pessoal e as finanças empresariais no universo de doces pode ser um desafio único. Neste contexto, exploraremos estratégias essenciais para que as mulheres empresárias possam separar de forma inteligente as suas vidas pessoais e profissionais.

Normalmente muitas empreendedoras da área de confeitaria começa seus negócio de maneira informal utilizando do material e equipamentos que já possuem em casa ou seja do seu ambiente pessoal , por ser uma maneira de começar tendo um baixíssimo investimento inicial, mas isto começa a gerar problemas quando é necessário ter uma noção real de quais são os gastos e despesas da sua empresa e quais são os da pessoa física e ter um controle sobre a parte financeira é de extrema importância para se observar como está a situação de empresa, se ela está dando prejuízo ou lucro.

O primeiro passo quando se inicia um empreendimento é formalizá-lo o mais breve possível afinal com a criação do seu CNPJ (Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica) fica mais fácil adquirir uma conta para a empresa e este é um passo muito importante. A criação de contas bancárias separadas para fins pessoais e comerciais é a base de uma gestão financeira eficaz de uma confeitaria. Ao manter uma divisão clara entre as finanças pessoais e empresariais, os empreendedores criam uma fronteira importante que facilita o monitoramento do desempenho financeiro da empresa e evitam interrupções que possam comprometer as finanças pessoais ou profissionais usando o dinheiro de um para tentar cobrir a falta de organização do outro.

A tecnologia chegou para ajudar, sendo menos necessário fazer várias anotações em cadernos para tentar se organizar financeiramente, a tecnologia oferece uma gama de ferramentas que podem ser aliadas poderosas na separação contabilidade e gestão financeira. Aplicativos e *software* profissionais permitem rastrear despesas, faturar e gerar relatórios financeiros detalhados. Estas ferramentas

não só agilizam os processos, mas também ajudam a aumentar a transparência e a eficiência na gestão financeira.

É de extrema importância criar orçamentos separados para despesas pessoais e profissionais. Isso não só ajuda no controle de despesas, mas também fornece uma imagem clara da saúde financeira de ambos os aspectos da vida de um empresário. A identificação de metas orçamentárias específicas para cada área facilita o planejamento estratégico e a tomada de decisões informadas, assim fica visível qual a necessidade que o negócio está precisando no momento.

A gestão do tempo é um aliado valioso para equilibrar a vida pessoal e profissional. Estabelecer uma rotina organizada que defina o tempo dedicado a cada necessidade na confeitaria, seja ela desde responder o cliente, anotar o pedido, fabricação do prato até a finalizar com a entrega do produto. Possuindo uma organização da sua rotina diária como profissional terá a noção do tempo reservado à vida pessoal, isso poderá ajudar a evitar sobrecargas e garantir uma distribuição equilibrada entre as duas áreas para poder assim descansar a mente e viver momentos valiosos ao lado da família e amigos, além de poder se organizar até mesmo para momentos em que seja necessário estar com eles sem precisar ficar preocupado com as coisas do trabalho.

É fundamental determinar qual será o pró-labore deste empresário, afinal não pode ser retirado de qualquer maneira o que seria considerado o salário deste proprietário, lembrando que quando for determinar este valor é necessário analisar não só quanto pretende ganhar, mas como está a saúde da empresa, sabendo assim qual o melhor a ser tirado, pois é preciso entender que nem tudo que entra de lucro é destinado a este empreendedor. É importante reserva uma parte para que seja investido na empresa seja na compra de equipamentos ou até mesmo para manter uma reserva de emergência para o mês que a empresa não atingir o ponto de equilíbrio.

As empreendedoras da área da confeitaria precisam se capacitar e se adaptar para administrar sua vida financeira pessoal separadamente das suas contas profissionais. Ao adotar estratégias claras e práticas eficazes, as mulheres não só gerem com sucesso os seus próprios negócios, mas também inspiram uma nova geração de empreendedores na doce arte do empreendedorismo.

CONCLUSÃO

Este artigo teve como base o empreendedorismo feminino visando descobrir os motivos pelos quais muitas empresas vêm a fechar ainda em seus primeiros anos de vida. Pretendendo ajudar mulheres a progredirem em relação aos seus empreendimentos solucionando problemas que muitas enfrentam a começarem seus negócios, por falta de não saberem gerir seu empreendimento. Pois muitas começam a partir de uma ideia ou de algo na qual tinha facilidade de fazer e acabam vendendo esses produtos de qualquer maneira com o pensamento de que assim iriam obter lucros e ser bem-sucedidas. Mas como analisado durante o artigo, começar um negócio é muito mais complexo do que se parece, pois é necessário que haja um planejamento ou melhor dizendo, que seja criado um plano de negócios para poder mensurar os futuros riscos.

Abordamos também a importância da separação entre vida pessoal e profissional, separando tanto a parte financeira, quanto o gerenciamento do seu tempo para ambas as áreas. Além de mostrar que a empreendedora precisa aprender a viver apenas com o pró-labore que é retirado da empresa.

Sabe-se que mulheres são vistas como sexo frágil, na maioria dos pequenos negócios são elas que vêm se destacando no município na área da confeitaria com muitas lojas sendo abertas, algumas físicas e também de *delivery*. Entende-se que é necessário investir na imagem do seu estabelecimento e do seu produto pois é de extrema importância como o seu cliente irá vê a sua mercadoria e isto está ligado a forma de divulgação. Seja ela através da presença do doce nas imagens a qual são divulgadas através do marketing digital que acontece nas redes sociais e também o que as pessoas vêm pessoalmente nas prateleiras. Entretanto, mesmo tendo uma boa divulgação é necessário saber como precificar os quitutes.

A precificação é um ponto importante para que seu produto possa te dar lucro e é preciso entender quais são os custos que precisará ser cobrado de que cada produto, sabendo que existem custos diretos e indiretos e todos eles precisam ser mensurados. Analisar o ambiente em que está inserido o seu comércio e quais são os seus concorrentes ajuda a decidir o preço que deverá ser cobrado de acordo com os produtos que circulam no mercado e também destacar quais são suas vantagens competitivas em quais pontos se sobressaem o produto.

Conclui-se que este artigo atingiu seu objetivo geral que é compreender as dificuldades que as mulheres enfrentam ao empreender no ramo da confeitaria em São Gonçalo. Dessa forma, para que um empreendimento tenha uma vida duradoura e necessário que haja uma organização e uma gestão adequada do seu negócio, resolvendo e mensurando aspectos como divulgação, precificação, e que haja um planejamento adequado, além de que ser imprescindível separar a vida pessoal da profissional.

Referências

BARRETO, Luís Pereira. **Educação para o empreendedorismo**. Educação Brasileira, 1998.

CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo**: dando asas ao espírito empreendedor. 2 ed. rev. E atualizada - São Paulo: Saraiva, 2007.

DOGEN, Ronald Jean. **O empreendedor**: fundamentos da iniciativa empresarial. São Paulo: McGraw-hill, 1989.

DORNELAS, José Carlos de Assis. **Empreendedorismo na prática**: mitos e verdades do empreendedor de sucesso. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.

GEM. **Empreendedorismo no Brasil**. Disponível em: <<https://ibqp.org.br/wp-content/uploads/2016/09/Empreendedorismo-no-Brasil-2010.pdf>>. Acesso em 28 set. 2023.

MARTINS, Eliseu. **Contabilidade de custos**. 9.ed. São Paulo: Atlas, 2008.

RIBEIRO, Osni Moura. **Contabilidade de custos fácil**. 6. ed. São Paulo: Saraiva, 2002.

ROSA, Cláudio Afrânio. **Como elaborar um plano de negócio**. Belo Horizonte: SEBRAE/MG, 2004.

SEBRAE. **A força do empreendedorismo feminino** Disponível em: <https://sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Empreendedorismo%20Feminino/Infografico_Sebrae_Delas.pdf>. Acesso em: 28 ago. 2023.

PADOVEZE, Clovis Luís. **Contabilidade de custos**: teoria, pratica, Integração com Sistemas de Informações (ERP). São Paulo: Cengage Learning, 2013.

YANASE, João. **Custos e formação de preços [livro eletrônico]**: importante ferramenta para tomada de decisões. São Paulo: Trevisan Editora, 2018.