

PERFIL DA EMPREENDEDORA GOIANA

# O empreendedorismo por mulheres em Goiás

Estudo ampliado e atualizado

**Março - 2022**



**SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS  
EMPRESAS DO ESTADO DE GOIÁS - SEBRAE GOIÁS**

AV. T3, Nº 1.000, SETOR BUENO, GOIÂNIA/GO, 74.215-095

0800 570 0800

WWW.SEBRAEGO.COM.BR

**CONSELHO DELIBERATIVO ESTADUAL**

Ubiratan da Silva Lopes

**Presidente**

**DIRETORIA EXECUTIVA**

Antônio Carlos de Souza Lima Neto

**Diretor Superintendente**

Marcelo Lessa Medeiros Bezerra

**Diretor Técnico**

João Carlos Gouveia

**Diretor de Administração e Finanças**

**Unidade de Gestão Estratégica**

Francisco Lima Júnior

**Gerente**

Polyanna Marques Cardoso  
Cecília Aquino Mendonça Freitas  
Cristiane Serafim dos santos  
Douglas Parahyba de Abreu  
Glenda Andrade Caliman

**Equipe Técnica**

**EQUIPE TÉCNICA DO ESTUDO**

**Sebrae Goiás**

Polyanna Marques Cardoso  
Lis Gonçalves Carneiro (Consultora Credenciada Sebrae)

**Universidade Federal de Goiás – UFG**

**Faculdade de Administração, Ciências Contábeis e Ciências Econômicas - FACE  
Laboratório de Pesquisa em Empreendedorismo e Inovação - LAPEI**

Cândido Vieira Borges  
Adaleny Dayanne Souza de Paiva  
Daiane Martins Teixeira  
Daniel do Prado Pagotto  
Fernanda Paula Arantes  
Jessica Borges de Carvalho  
Vânia Maria Jorge Nassif (PPGA, Universidade Nove de Julho - São Paulo)

## EDITORIAL

O Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae Goiás) e a Universidade Federal de Goiás (UFG) trazem a atualização do 'Estudo do Perfil Empreendedora Goiana' que apresenta resultados de pesquisas em Goiás que podem direcionar planejamentos, programas e projetos voltados ao fortalecimento do empreendedorismo por mulheres em Goiás. Os temas abordados vão desde a criação de empresas, experiências até o impacto da pandemia de Covid-19 sobre os negócios administrados por mulheres.

O empreendedorismo por mulheres é uma trilha que só tende a crescer com base em capacitação, gestão e inovação. Empreendedorismo liderado por mulheres e a cultura empreendedora, de forma geral, em Goiás, pode contar com todas as soluções e ferramentas que o Sebrae oferece para uma caminhada de sucesso.

Inovação, sustentabilidade, formalização e permanência das pequenas empresas no mercado são basilares para a atuação da equipe Sebrae em todo o nosso Estado no pleno atendimento das pequenas empresas.

Reafirmamos, portanto, o propósito do Sebrae de estar ao lado das empreendedoras e empresárias goianas, de forma arrojada, principalmente, quando a instituição completa 50 anos.

Neste ano do seu cinquentenário, Sebrae entrega novos serviços e produtos voltados para as empresárias com o objetivo de contribuir com a geração de novas oportunidades de trabalho, distribuição de renda e com o crescimento e desenvolvimento da economia.

Empreender com o Sebrae, para empreender mais!



**Antônio Carlos de Souza Lima Neto**  
Diretor superintendente do Sebrae Goiás

## EDITORIAL

O presente relatório é o segundo de uma parceria entre o Sebrae Goiás e a Universidade Federal de Goiás. Ele apresenta dados das empreendedoras goianas e seus negócios em 2021. Trata-se de resultados de pesquisas realizadas pelo LAPEI – Laboratório de Pesquisa em Empreendedorismo e Inovação (LAPEI), vinculado à Faculdade de Administração, Ciências Contábeis e Ciências Econômicas da UFG (FACE/UFG), em cooperação com a equipe de técnicos e consultores do Sebrae Goiás.

O ano de 2021 não foi fácil para as empreendedoras de Goiás. Nele enfrentamos o segundo ano da pandemia do COVID-19, marcado pelo agravamento da situação sanitária e suas consequências humanas, sociais e econômicas. No Brasil e em Goiás, milhares de famílias sofreram a perda de um ente querido ou vivenciaram outras dores decorrentes da enfermidade. Muitos negócios fecharam e empregos foram perdidos.

Por outro lado, o ano também foi marcado pelo início da vacinação da população brasileira contra vírus do COVID. Graças à vacina e outras ações sanitárias, muitas mortes foram evitadas e as perspectivas para 2022 são diferentes. As empresas retomaram ou estão retomado suas operações com maior segurança e esperamos que as empreendedoras de Goiás tenham um ano promissor, com um menor número de dificuldades do que as vivenciadas nos últimos dois anos.

A ampliação das atividades presenciais para 2022 foi coletivamente planejada pela comunidade UFG. Realizaram-se diversas ações no campo da organização dos ambientes físicos, implementação de medidas protocolares, conforme orientações dos órgãos nacionais, triagem, exames diagnósticos contra a COVID-19, monitoramento dos casos positivos, campanhas de promoção à saúde e prevenção da doença, como uso de máscaras, orientação para sinalização e higienização dos ambientes, uso de álcool gel, vacinação contra COVID-19. Regulamentação para apresentação do comprovante de vacina pela comunidade UFG e público externo para utilizar os espaços da instituição. Essas e outras medidas têm o objetivo de garantir a ampliação das atividades administrativas, acadêmicas e escolares de forma segura e sempre garantindo a qualidade e inclusão no âmbito do ensino, pesquisa e extensão. Assim, em março de 2022 iniciou a ampliação das atividades presenciais, agora com atividades híbridas, presenciais e remotas. Ressalta-se que a UFG sempre pautou suas tomadas de decisões baseadas na ciência e orientação técnica do GT Saúde UFG e Comitê Objetivo de Emergência (COE UFG) para promover suas atividades acadêmicas e administrativas.



**Angelita Pereira de Lima**  
**Reitora da Universidade Federal de**  
**Goiás**

# PREFÁCIO

O Estado de Goiás tem grande potencial para várias áreas de atuação e, hoje mais do que nunca, é fundamental fortalecermos ações no campo da inovação, empreendedorismo e desenvolvimento sustentável. Isso só é possível a partir de informações concretas, acompanhamento, monitoramento e trabalho com base em dados. Neste sentido, este estudo aqui apresentado, de realização do Sebrae em parceria com a Universidade Federal de Goiás (UFG), traz informações valiosas para uma busca cada vez mais assertiva da excelência no empreendedorismo feminino em Goiás.

O Governo de Goiás trabalha, a todo momento, para combater as desigualdades de gênero e apresentar soluções a problemas que atingem as mulheres de maneira específica, com programas que trazem dignidade e auxílio, mas, acima de tudo, oportunidades e mudanças reais para a vida das pessoas. A partir dessa premissa, desenvolvemos o programa Mães de Goiás, focalizado em mulheres com crianças entre 0 e 6 anos de idade em situação de extrema vulnerabilidade social com auxílio de R\$ 250 por mês; e o Programa Goiano de Dignidade Menstrual, que garante não só o direito ao acesso a absorventes a mulheres em vulnerabilidade, em privação de liberdade também para as estudantes da rede estadual de ensino, mas também combate a evasão escolar e a desigualdade de gênero.

Por meio da Rede Estadual Pelo Fim da Violência Contra a Mulher, foram criadas estruturas de segurança pública, assistência social e saúde para coibir e combater a violência contra a mulher em todo o Estado, com o uso da tecnologia e o alinhamento de ações multidisciplinares. E mesmo nos programas em que não existe qualquer distinção de gênero, vemos que, quando dada a oportunidade, as mulheres se dedicam com afinco às oportunidades e se sobressaem.

Pelo Sistema do Artesanato de Goiás (SAG), que estimula o empreendedorismo e geração de renda no setor, 77% das pessoas atendidas pelo programa são mulheres. Já dentro do Programa Crédito Social, que foi criado para gerar oportunidades e promover a inclusão social por meio da profissionalização e do empreendedorismo, 80% dos beneficiários do programa são mulheres. Nesse projeto, que conta com apoio do Sebrae, todos que passam pelos cursos de capacitação oferecidos pelo Governo de Goiás, por meio da Secretaria da Retomada e da Secretaria de Agricultura, Pecuária e Abastecimento, podem ter acesso a um recurso a custo zero para comprar equipamentos e insumos e começar seu próprio negócio.

Na agropecuária não é diferente. A parceria com a Secretaria de Agricultura, Pecuária e Abastecimento, (Seapa), a Agência Goiana de Assistência Técnica, Extensão Rural e Pesquisa Agropecuária (Emater), a Agência de Fomento de Goiás (GoiasFomento) e o Serviço Nacional de Aprendizagem Rural (Senar) proporciona capacitação e crédito para montagem de pequenos negócios tem uma participação feminina de 80% e o Programa de Aquisição de Alimentos, que fomenta a agricultura familiar, tem 58% de participantes mulheres.

Tanto no campo quanto nas cidades, as mulheres goianas dão exemplo de criatividade, iniciativa e muita vontade de trabalhar e, muitas vezes, precisam apenas de incentivo, orientação e acesso às ferramentas certas. Em Goiás, nós acreditamos que investir no empreendedorismo feminino, prestando apoio especialmente às nossas micro e pequenas empreendedoras, é impulsionar o comércio, criar empregos e garantir a renda de famílias inteiras. É criar portas de oportunidades e de mudança de vida, é trazer desenvolvimento social e econômico para nossas cidades e levar o nome de Goiás cada vez mais longe.



**Gracinha Caiado**  
**Primeira-dama do Estado de Goiás**  
**Advogada, Produtora Rural, Coordenadora do**  
**Gabinete de Políticas Sociais e Presidente de**  
**Honra da Organização das Voluntárias de Goiás**

# SUMÁRIO

<b>INTRODUÇÃO</b>	<b>5</b>
<b>CAPÍTULO I – PERFIL DAS MULHERES EMPREENDEDORAS</b>	<b>8</b>
<b>CAPÍTULO II – CRIAÇÃO DE EMPRESAS POR MULHERES</b>	<b>22</b>
<b>CAPÍTULO III – EXPERIÊNCIA COMO EMPREENDEDORA: AMEAÇAS, COMPORTAMENTOS DE SUPERAÇÃO E SATISFAÇÃO NO TRABALHO</b>	<b>32</b>
<b>CAPÍTULO IV – IMPACTO DA PANDEMIA EM EMPREENDIMENTOS LIDERADOS POR MULHERES</b>	<b>47</b>
<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS</b>	<b>62</b>
<b>REFERÊNCIAS</b>	<b>66</b>
<b>APÊNDICES</b>	<b>67</b>
APÊNDICE 1 Nota metodológica - Capítulo I	67
APÊNDICE 2 Nota metodológica – Capítulo II	68
APÊNDICE 3 Proporção de mulheres por CNAE	71
APÊNDICE 4 Proporção de mulheres por município	75
APÊNDICE 5 Taxa de empreendedorismo por mulheres para cada 100 habitantes por município	85
APÊNDICE 6 - Nota metodológica - Capítulo III	95

# INTRODUÇÃO



**Aline Almeida**

Armazém do Almeida

## MULHERES EMPREENDEDORAS EM GOIÁS



**Empreendedora Aline Almeida**  
**Armazém do Almeida**

Aline atuava no negócio da família, um restaurante em Posse, quando começou a perceber uma demanda não atendida na cidade. Ela era sempre questionada por clientes do estabelecimento por produtos que iam desde bebidas especiais a itens que compõem a mesa e outros utensílios para servir. Com a recorrência dos pedidos de indicações ela percebeu que tinha em mãos uma oportunidade que poderia se tornar um negócio, um nicho ainda não explorado na cidade.

Nascia o Armazém do Almeida, um empório responsável por vender produtos que até então eram difíceis de serem encontrados na cidade. Segundo Aline, o armazém oferece “presentes especiais para momentos especiais”.

Colocando a ideia em prática, a empreendedora buscou orientações no Sebrae e teve acesso a diversas consultorias gratuitas para tirar suas dúvidas. A partir delas a ideia do negócio foi tomando forma.

Aline decidiu que venderia bebidas especiais, como vinhos importados, além de cervejas artesanais, com prioridade para rótulos goianos. Também decidiu comercializar frios e aperitivos. Com o tempo passou a comercializar outros itens que complementam o seu portfólio, investindo também em decorações de festas.

A empresa tem se tornado um importante apoio para fortalecer uma cadeia produtiva importante na região ao contribuir na divulgação de criações locais.

Para a empreendedora, as redes sociais foram fundamentais durante a pandemia, como forma de manter e aprimorar a proximidade com seus clientes, inclusive desenvolvendo novas técnicas de comunicação que se mostraram fundamentais para manutenção do negócio.

Como forma de orientar suas decisões, Aline analisa alternativas para suas estratégias, e realiza ajustes rápidos quando os resultados não são favoráveis. Trabalhando próximo a família, acredita que a união, carinho e comprometimento de todos, é parte do segredo para que o negócio dê bons resultados. Outro ponto que também considera importante, é a busca constante por qualificação, para proporcionar experiências mais efetivas para seus clientes.

*O aperfeiçoamento contínuo faz parte da rotina de uma empreendedora. Assim como a Aline, que buscou expandir seus conhecimentos e habilidades, toda empreendedora deve estar aberta a buscar capacitações e novas técnicas que contribuam para o melhoramento da gestão de seu negócio.*





# INTRODUÇÃO

O Sebrae apoia e fomenta práticas empresariais que contribuam para que os negócios liderados por mulheres se tornem mais competitivos e, com isso, elas possam aumentar sua renda, gerar empregos, ter sustentabilidade no mercado e acima de tudo, para que elas alcancem a sua independência e sejam protagonistas de suas vidas.

Em 2020, apresentamos o estudo “Perfil da empreendedora goiana: o empreendedorismo por mulheres e seus desafios” resultado de uma parceria entre a Universidade Federal de Goiás (UFG) e o Sebrae Goiás, com a colaboração da Escola Superior Associada de Goiânia e da Junta Comercial do Estado de Goiás (JUCEG). Esse estudo traçou o perfil das mulheres empreendedoras e a evolução do empreendedorismo por mulheres no estado de Goiás, além de informações complementares com o objetivo de refletir sobre o papel do empreendedorismo na vida das mulheres e seus principais desafios.

Dando continuidade a essa iniciativa importante, o Sebrae Goiás celebra novamente a parceria com a UFG e traz o estudo **Perfil da empreendedora goiana: o empreendedorismo por mulheres em Goiás** com dados atualizados que possam contribuir com atores parceiros na geração de informação para a construção de conhecimento, projetos, programas e políticas que possam auxiliar as empreendedoras a enfrentar o momento conturbado, que tem sido especialmente mais difícil para mulheres, desde o início da pandemia.

No Capítulo 1, realizado pela UFG com base em dados da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílio Contínua (PNADc), desenvolvida pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), traz o perfil (socioeconômico e demográfico) da mulher empreendedora no Estado de Goiás no ano de 2020 e as mudanças ocorridas neste perfil, em um comparativo com os dados de 2019.

O Capítulo 2, desenvolvido também pela UFG, apresenta a distribuição do empreendedorismo por mulheres no estado, de acordo com atividade empresarial e município, utilizando para isso dados do Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica (CNPJ), da Receita Federal.

O Capítulo 3 traz os resultados com recorte do Estado de Goiás, da pesquisa “A influência das ameaças de gênero e do comportamento de superação na satisfação do trabalho e na família de empreendedoras”, iniciativa financiada pela Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo (FAPESP) e Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq), que contou com a colaboração da UFG e do Sebrae Goiás no Estado de Goiás. A pesquisa trata temas como satisfação das empreendedoras com o trabalho de empreender, as ameaças sofridas e os comportamentos de superação que elas adotam para superar as dificuldades.

O Capítulo 4 apresenta informações sobre o impacto da pandemia do coronavírus nos pequenos negócios liderados por mulheres no Estado de Goiás. Os resultados foram extraídos de pesquisa realizada pelo Sebrae e a Fundação Getúlio Vargas (FGV) desde o início da pandemia.

Salientamos que as notas e propostas metodológicas utilizadas para esse estudo se encontram nos apêndices.

# **CAPÍTULO I**

## Perfil das Mulheres Empreendedoras



**Bianca Porto**

Grifa Soluções de  
Informação

## MULHERES EMPREENDEDORAS EM GOIÁS



**Empreendedora Bianca Porto**  
**Grifa Soluções de Informação**

Bianca sempre se interessou pelo empreendedorismo social e sua busca por melhorar as condições de vida em sociedade. Foi essa identificação que a levou a idealizar, ainda em 2018, a startup Grifa, formalizada dois anos depois, em parceria com um sócio, Victor Stillo.

A empresa é uma plataforma que contribui para que Organizações Não Governamentais (ONGS) e entidades sem fins lucrativos conquistem mais doadores, regularizem a captação de recursos e, até mesmo, alcancem a fidelidade das contribuições.

Bianca esclarece que o trabalho realizado na Grifa visa fortalecer a rede de doadores e ajudar as organizações a captarem recursos de forma cada vez mais estratégica.

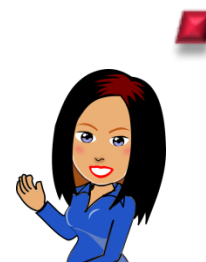
A regularidade das doações é essencial no processo de manutenção das ONGs. “O ponto principal é fazer com que a doação seja integrada à rotina do doador, para que a organização não passe por dificuldades, mantendo a ajuda final, explica Bianca. O cliente acessa um portfólio de organizações e ele mesmo escolhe para qual fundação irá fazer a doação e nós cuidamos das transações”.

A empreendedora relembra com emoção, as etapas de trabalho para alcançar seus objetivos. “Sempre gostei da ideia do empreendedorismo, meu plano era ter meu próprio negócio, algo que impactasse a sociedade. E quando vi que conseguiria unir esse desejo com o social aproveitei a oportunidade para investir na startup”, comenta.

Tanto ela quanto o sócio tinham experiência anterior em trabalhos relacionados ao empreendedorismo o que facilitou a formatar a ideia com base em necessidades concretas.

Sem sede física a empresa se formalizou inicialmente como MEI (Microempreendedor Individual) e tem no meio online toda a execução de suas atividades, reduzindo assim os gastos e garantindo a agilidade dos serviços prestados. A remuneração ocorre com a cobrança de um percentual sobre o valor arrecadado pelas instituições parceiras registradas na plataforma.

*Bianca optou por atuar no empreendedorismo social, uma filosofia de negócios que promete reinventar a economia global. Cada vez mais pessoas buscam alcançar sua realização profissional à frente de empreendimentos que tragam algum impacto positivo à sociedade. Escolha uma causa do coração, uma carência da comunidade, uma preocupação com o futuro do mundo e mãos à obra.*



# PERFIL DAS MULHERES EMPREENDEDORAS <sup>1</sup>

## 1.1 Perfil da mulher empreendedora no estado de Goiás no ano de 2020

Neste capítulo foram utilizados dados de 2020 da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílio Contínua (PNADc), desenvolvido pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). A partir dos dados disponíveis foi apresentado o perfil sociodemográfico e econômico das mulheres empreendedoras no Estado de Goiás, com base nos dois perfis ocupacionais: 1) as trabalhadoras por conta própria: mulheres que atuam individualmente para gerar a própria renda; 2) empregadoras: mulheres que possuem pelo menos um funcionário.

Os resultados acerca dos perfis destes dois grupos de empreendedoras serão comparados ao perfil do grupo de mulheres empregadas, bem como pessoas do sexo masculino. As notas metodológicas deste capítulo se encontram no Apêndice 1.

O presente capítulo está dividido em duas seções: 1) perfil da mulher empreendedora no estado de Goiás no ano de 2020, descrevendo os seguintes aspectos: distribuição por perfil ocupacional, escolaridade, local de residência, cor/raça, média de renda e média de idade; 2) mudanças no perfil da mulher empreendedora em Goiás comparado ao ano de 2019.

### 1.1.1. Perfil de ocupação

De acordo com estimativas da PNADc (2020), o Estado de Goiás possui cerca de 3.682.457 mulheres (51,50%) e 3.467.147 homens (48,50%). Em relação aos perfis de trabalhadoras, estima-se um total de 338.456 empreendedoras, no qual, 300.247 são trabalhadoras por conta própria e 38.209 são empregadoras. Já entre os homens, identificamos que 640.392 são empreendedores, sendo 536.377 trabalhadores por conta própria e 104.015 empregadores. Esses resultados estão descritos na tabela 1.

Tabela 1 - Perfil ocupacional em Goiás por sexo

Posição na Ocupação	Mulher	%	Homem	%	Total
Empregador(a)	38.209	27%	104.015	73%	142.224
Trabalhador(a) por Conta Própria	300.247	36%	536.377	64%	836.624
Empregado(a)	958.226	46%	1.140.040	54%	2.098.266
Geral	1.296.682	42%	1.780.432	58%	3.077.114

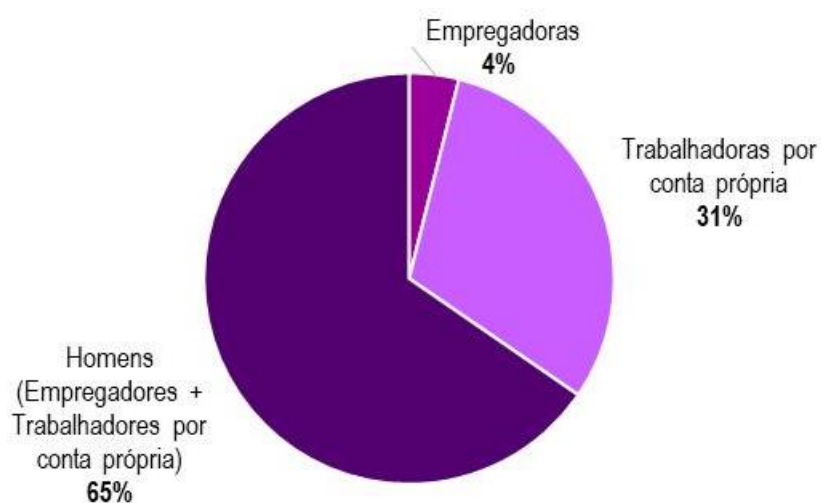
Fonte: Elaboração UFG. Base de dados IBGE (PNADc 2020).

Ao observar as diferenças entre homens empreendedores e mulheres empreendedoras, nota-se que, do total de empreendedores em Goiás (978.848), considerando aqueles que ocupam posição de empregadores e trabalhadores por conta própria, 65% (640.392) são do sexo masculino e apenas

<sup>1</sup> Autores: Adaleny Dayanne Souza de PAIVA (LAPEI-UFG); Luan Lima da SILVA (LAPEI-UFG); Daniel do Prado PAGOTTO (LAPEI-UFG, PPGA-UnB); Daiane Martins TEIXEIRA (LAPEI-UFG); Cândido BORGES (LAPEI-UFG, PPGADM-UFG).

35% são do sexo feminino (338.456), sendo 38.209 (4%) empregadoras e 300.247 (31%) trabalhadoras por conta própria, conforme o gráfico 1.

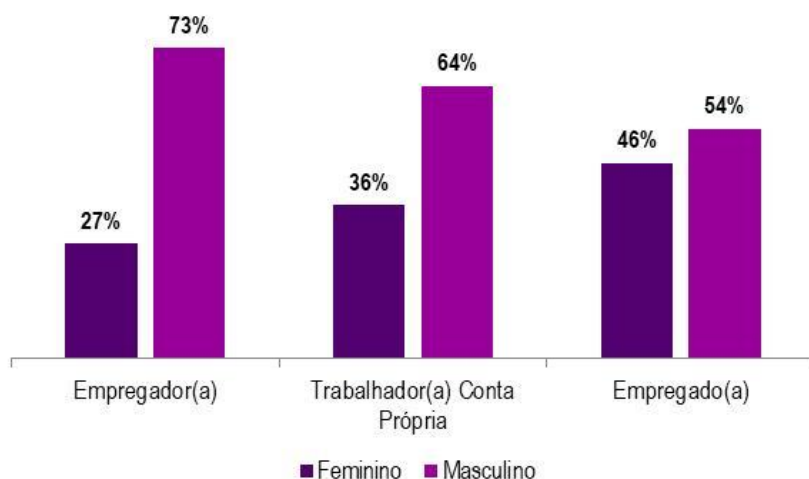
Gráfico 1 - Empreendedores por sexo em Goiás



Fonte: Elaboração UFG. Base de dados IBGE (PNADc 2020).

Conforme ilustrado no gráfico 2, as mulheres constituem a menor porcentagem em todos os perfis ocupacionais em relação aos homens, tanto como empregadoras (27%), trabalhadoras por conta própria (36%) e empregadas (46%). Isso reflete em uma desproporcionalidade entre os sexos, sobretudo entre os perfis empreendedores.

Gráfico 2 – Perfis ocupacionais por sexo em Goiás



Fonte: Elaboração UFG. Base de dados IBGE (PNADc 2020).

### 1.1.2 Mulheres empreendedoras por região do Estado

A tabela 2 apresenta a distribuição das mulheres empreendedoras por região do estado de Goiás: capital; RM (Região Metropolitana<sup>2</sup>, exceto capital); RIDE (Região Integrada de Desenvolvimento Econômico<sup>3</sup>, exceto capital e RM); e os municípios restantes do estado.

Tabela 2 – Posição na ocupação em Goiás por região e sexo

Área de UF	Sexo	Empregadores	%	Contra Própria	%	Empregados	%	Total	%
Capital	Mulher	10.592	34%	83.834	40%	225.733	51%	320.158	47%
	Homem	20.784	66%	126.376	60%	218.571	49%	365.732	53%
RM	Mulher	6.090	24%	68.125	42%	134.536	43%	208.750	42%
	Homem	19.170	76%	93.540	58%	176.565	57%	289.275	58%
RIDE	Mulher	3.363	26%	49.345	38%	174.482	47%	227.189	44%
	Homem	9.741	74%	79.676	62%	199.650	53%	289.066	56%
Demais municípios	Mulher	18.164	25%	98.944	29%	423.475	44%	540.583	39%
	Homem	54.319	75%	236.786	71%	545.254	56%	836.359	61%
Total	Mulher	38.209	27%	300.247	36%	958.226	46%	1.296.682	42%
	Homem	104.015	73%	536.377	64%	1.140.040	54%	1.780.432	58%

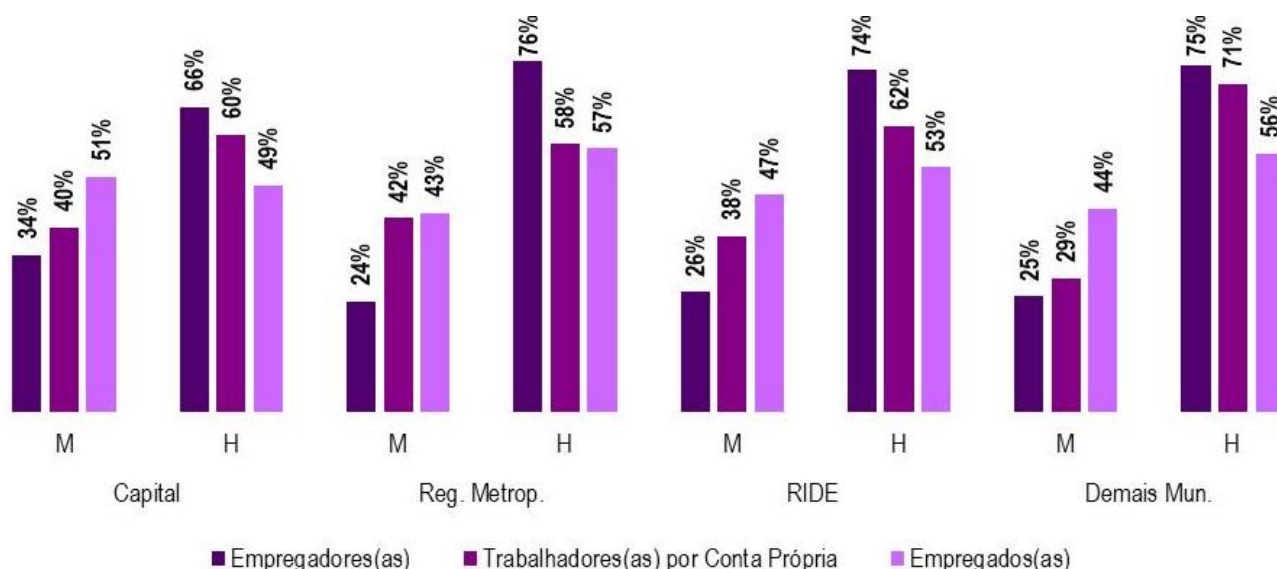
Fonte: Elaboração UFG. Base de dados IBGE (PNADc 2020).

É possível identificar, por meio da tabela 2, que em quase todas as regiões e perfis ocupacionais, as mulheres correspondem à minoria. Esse resultado é ainda mais acentuado para o perfil empregadora. Por outro lado, o perfil de trabalho empregado apresentou um equilíbrio entre ambos os sexos (gráfico 3).

<sup>2</sup>Municípios que compõem a Região Metropolitana: Abadia de Goiás, Aparecida de Goiânia, Aragoiânia, Bela Vista de Goiás, Bonfinópolis, Brazabrantes, Caldazinha, Caturai, Goianápolis, Goiânia, Goianira, Guapó, Hidrolândia, Inhumas, Nova Veneza, Nerópolis, Santo Antônio de Goiás, Senador Canedo, Terezópolis de Goiás e Trindade.

<sup>3</sup> Municípios da RIDE em Goiás: Abadiânia, Água Fria de Goiás, Águas Lindas de Goiás, Alexânia, Alto Paraíso de Goiás, Alvorada do Norte, Barro Alto, Cabeceiras, Cavalcante, Cidade Ocidental, Cocalzinho de Goiás, Corumbá de Goiás, Cristalina, Flores de Goiás, Formosa, Goianésia, Luziânia, Mimoso de Goiás, Niquelândia, Novo Gama, Padre Bernardo, Pirenópolis, Planaltina, Santo Antônio do Descoberto, São João d'Aliança, Simolândia, Valparaíso de Goiás, Vila Boa e Vila Propício.

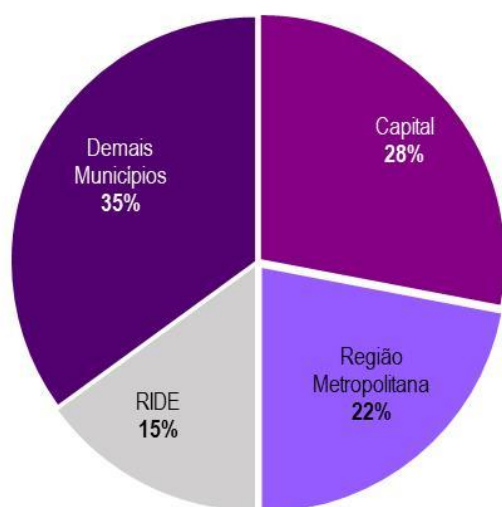
Gráfico 3 – Posição na ocupação em Goiás por região e sexo



Fonte: Elaboração UFG. Base de dados IBGE (PNADc 2020).

Entre o total de 338.456 mulheres empreendedoras, 35% (117.108) pertencem à área correspondente a “Demais Municípios”, representando assim o maior percentual quando comparado com as outras áreas. Em sequência, encontra-se a capital do estado com 28% (94.426,08), que de maneira isolada, alcança um destaque por possuir uma grande concentração em uma única área. A região da RIDE, por outro lado, apresenta o menor percentual de mulheres empreendedoras, 15% (52.707). Já a região metropolitana surge em terceiro lugar com 22% (74.214), conforme apresentado no gráfico 4.

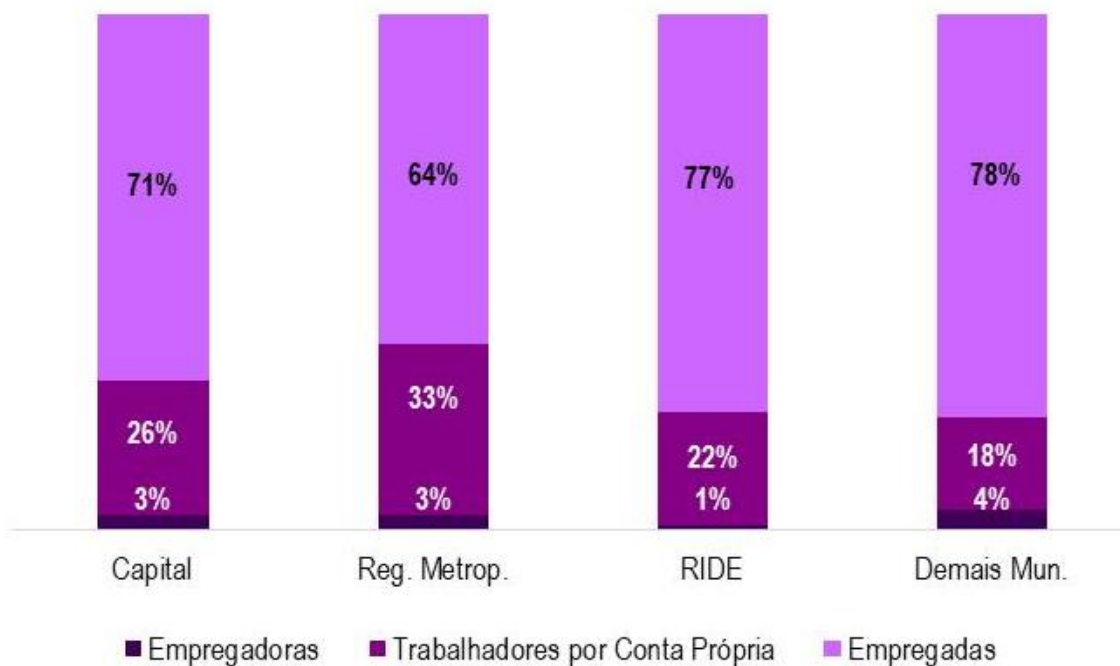
Gráfico 4 – Mulheres empreendedoras por região do Estado de Goiás



Fonte: Elaboração UFG. Base de dados IBGE (PNADc 2020).

Quanto ao perfil ocupacional por região do estado de Goiás, as trabalhadoras por conta própria são maioria em relação às empregadoras, com uma porcentagem que variou de 18% a 33%. As mulheres empregadas permanecem a maioria em relação aos demais perfis – trabalhadoras por conta própria e empregadoras, em todas as regiões, conforme apresentado no gráfico 5.

**Gráfico 5 – Mulheres trabalhadoras por conta própria, empregadoras e empregadas por região no Estado de Goiás**



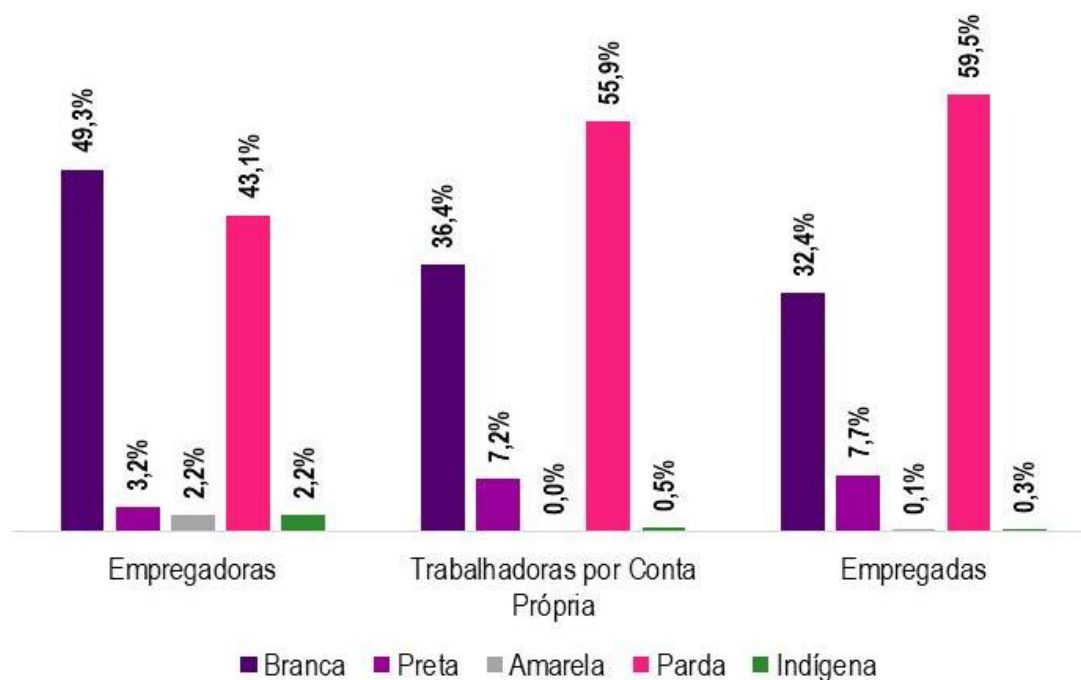
Fonte: Elaboração UFG. Base de dados IBGE (PNADc 2020).

### 1.1.3. Cor/Raça das mulheres empreendedoras

O IBGE utiliza a nomenclatura cor/raça e de forma padronizada a divide em branca, preta, amarela, parda e indígena. As proporções entre o próprio sexo feminino por perfis ocupacionais mostram que as mulheres brancas são maioria entre as empregadoras (49,3%) e as mulheres pardas aparecem em maior número entre as trabalhadoras por conta própria (55,9%) e entre as empregadas (59,5%) (gráfico 6).



Gráfico 6 – Perfil ocupacional por cor/raça em Goiás



Fonte: Elaboração UFG. Base de dados IBGE (PNADc 2020).

#### 1.1.4 Idade das mulheres empreendedoras

Dentre as empreendedoras (trabalhadoras por conta própria e empregadoras), a média de idade por perfil ocupacional, no estado de Goiás, é de 44 anos. Em média, as empreendedoras são dois anos mais jovens que os homens empreendedores (trabalhadores por conta própria e empregadores).

Figura 1 – Idade média por perfil ocupacional no Estado de Goiás



Fonte: Elaboração UFG. Base de dados IBGE (PNADc 2020).

### 1.1.5 Escolaridade das mulheres empreendedoras

A escolaridade dos perfis ocupacionais no estado de Goiás, são classificadas segundo o IBGE (PNADc) da seguinte forma: sem instrução e menos de um ano de estudo; fundamental incompleto ou equivalente; fundamental completo ou equivalente; médio incompleto ou equivalente; médio completo ou equivalente; superior incompleto ou equivalente; superior completo ou equivalente. No entanto, para este estudo foi feito um agrupamento das estratificações, mantendo-se a seguinte classificação: 1) sem instrução até fundamental completo; 2) médio incompleto e médio completo e 3) superior incompleto e superior completo.

Tabela 3 – Posição na Ocupação por Escolaridade e Sexo em Goiás

Escolaridade	Sexo	Empregadores	%	Conta Própria	%	Empregados	%	Total	%
Sem instrução até fundamental completo	Mulher	3.609	13%	96.139	27%	196.146	34%	295.894	31%
	Homem	24.305	87%	260.260	73%	383.027	66%	667.592	69%
Médio incompleto e médio completo	Mulher	14.625	25%	127.435	38%	370.519	42%	512.579	40%
	Homem	44.519	75%	209.554	62%	514.425	58%	768.498	60%
Superior incompleto e superior completo	Mulher	19.975	36%	76.674	54%	391.560	38%	488.209	59%
	Homem	35.191	64%	66.564	46%	242.588	62%	344.343	41%
Total	Mulher	38.209	27%	300.247	36%	958.225	46%	1.296.682	42%
	Homem	104.015	73%	536.377	64%	1.140.040	54%	1.780.433	58%

Fonte: Elaboração UFG. Base de dados IBGE (PNADc 2020).



#### Anota Aí

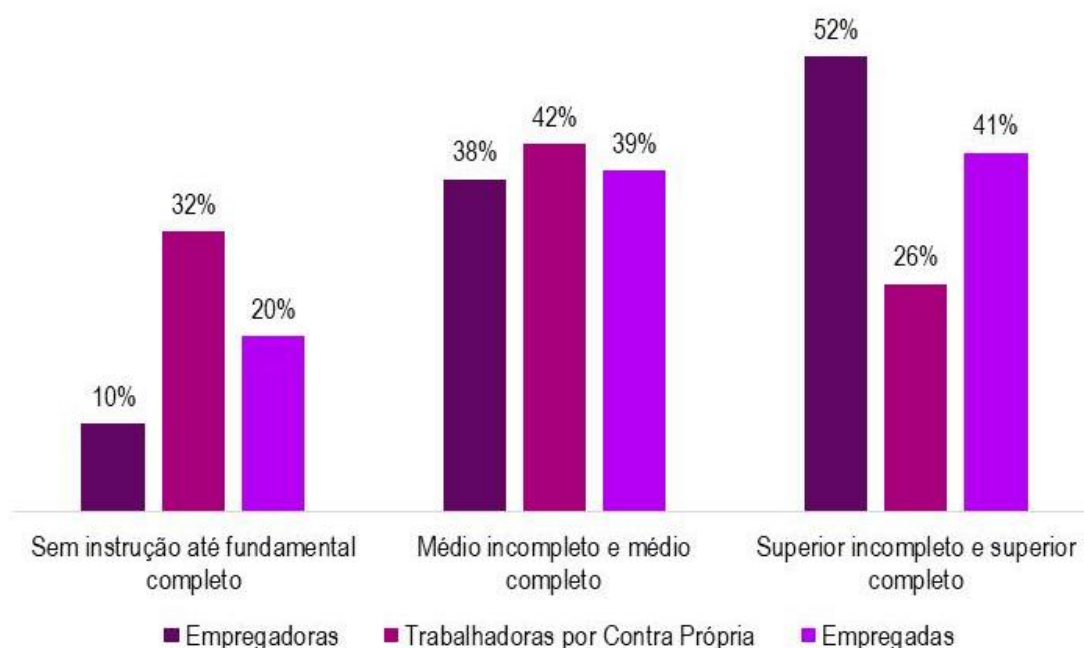
Para aquelas que desejam amadurecer suas características empreendedoras, aumentar a competitividade e as suas chances de permanecer no mercado, o **EMPRETEC** é o curso indicado. Ganhe mais confiança na tomada de decisões, participe!

A metodologia, criada pela ONU - Organização das Nações Unidas, tem uma carga horária de 60 horas divididas em 6 dias. É uma verdadeira imersão no empreendedorismo. Os integrantes de cada jornada participam de jogos, debates, práticas e exercícios que desenvolvem a visão empreendedora como um todo, além de aguçar as noções de gestão gerencial e de processos.

As mulheres empregadoras estão em menor proporção em relação a homens empregadores em todas as faixas de escolaridade e a diferença entre os dois grupos é bem acentuada, conforme a tabela 3. Por outro lado, as trabalhadoras por conta própria se destacam no nível “Superior Incompleto e Superior Completo” com maior percentual que os homens da mesma posição ocupacional (54%).

Quando se analisa as mulheres individualmente (Gráfico 7), percebe-se que as empregadoras possuem maior percentual (52%) na categoria “Superior Incompleto e Superior Completo”. Algo similar acontece com as mulheres empregadas, pois elas também apresentam maior porcentagem no nível “Superior Incompleto e Superior Completo” (41%). Entre as trabalhadoras por conta própria, o maior percentual (42%) é para a categoria “Médio Incompleto e Médio Completo”.

Gráfico 7 – Perfil ocupacional das mulheres por nível de escolaridade

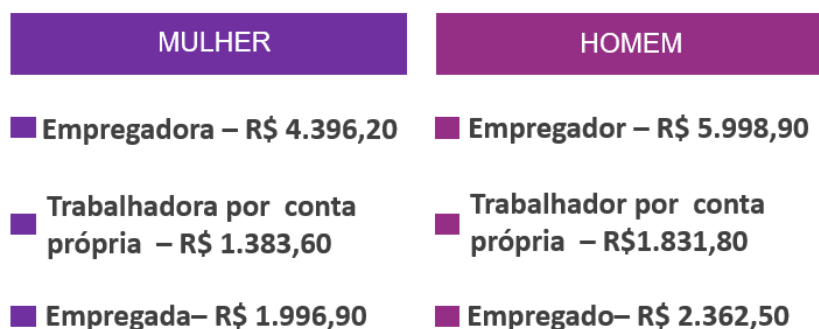


Fonte: Elaboração UFG. Base de dados IBGE (PNADc 2020).

### 1.1.6 Renda média das mulheres empreendedoras

A renda média por perfil ocupacional está apresentada na figura 2. Observa-se que os homens possuem renda média maior que as mulheres em todas as posições de ocupação. Entre as empreendedoras (empregadoras e trabalhadoras por conta própria), as empregadoras apresentam renda média 217% maior que as trabalhadoras por conta própria. Estas, por sua vez, registraram o menor rendimento, estando atrás inclusive das trabalhadoras de carteira assinada. O mesmo acontece com os homens, a renda média foi maior para os empregadores, em sequência os empregados. Já os trabalhadores por conta própria apresentaram a menor renda média.

Figura 2 – Renda média por perfil ocupacional no Estado de Goiás



Fonte: Elaboração UFG. Base de dados IBGE (PNADc 2020).

## 1.2 Mudanças no perfil da mulher empreendedora comparado ao ano de 2019

Na presente seção, comparações são feitas entre os resultados apresentados anteriormente neste capítulo e os resultados apresentados no relatório desenvolvido em 2020. O total de pessoas por perfil ocupacional é um aspecto que se destaca nesta comparação. Nota-se, conforme apresentado na tabela 4, com exceção das mulheres trabalhadoras por conta própria, que obteve um crescimento de 0,87%, todos os outros grupos apresentaram uma redução. Em relação à quantidade de mulheres empregadoras, observa-se uma diferença entre os anos de 2019 e 2020 na ordem de -30,55%, enquanto o de homens foi de 12,40%.

Tabela 4 - Mudanças no total dos perfis analisados

Ocupação	2019		2020		Variação	
	Mulher	Homem	Mulher	Homem	Mulher	Homem
Empregador(a)	55.020	118.738	38.209	104.015	-30,55%	-12,40%
Trabalhador(a) por conta própria	297.649	576.984	300.247	536.377	0,87%	-7,04%
Empregado(a)	1.094.980	1.218.828	958.226	1.140.040	-12,49%	-6,46%
Geral	1.447.649	1.914.550	1.296.682	1.780.432	-10,43%	-7,01%

Fonte: Elaboração UFG. Base de dados IBGE (PNADc 2020).

Ao comparar as mudanças nas quantidades de empregadoras por regiões do estado, observa-se que a RIDE registrou aumento de 14,39%. Por outro lado, nas outras regiões houve redução do número de empregadores de ambos os sexos, conforme tabela 5.

Tabela 5 - Mudanças nos perfis por localização (empregadores)

Região	2019		2020		Variação	
	Mulher	Homem	Mulher	Homem	Mulher	Homem
Capital	13.397	29.828	10.591	20.784	-20,94%	-30,32%
RM	9.968	19.874	60.89	19.170	-38,91%	-3,54%
RIDE	2.939	13.900	3.362	9.741	14,39%	-29,92%
Demais municípios	28.716	55.136	18.164	54.319	-36,75%	-1,48%

Fonte: Elaboração UFG. Base de dados IBGE (PNADc 2020).

Em relação ao perfil ocupacional de trabalhador por conta própria, observa-se um aumento do número de mulheres na região metropolitana de Goiânia – de 62.742 para 68.124 - e na RIDE – de 37.454 para 49.344. Em contrapartida, ocorreram reduções para as demais regiões do estado. Para os homens essas mudanças foram mais expressivas, os trabalhadores por conta própria reduziram em todas as localizações, com destaque para a capital (-8,40%), RIDE (-7,94%) e demais municípios (-7,32%). Resultados estão presentes na tabela 6.



#### Anota Aí

Para aquelas empreendedoras que têm o interesse em se formalizar como **Microempreendedor Individual (MEI)** ou já se formalizaram, o Sebrae tem uma cartela de serviços especializados nesta modalidade jurídica. Ele oferece conteúdo online e atendimento personalizado para lhe ajudar a tirar suas dúvidas em qualquer momento do seu negócio.

Atendimento online, temos!

Tabela 6 - Mudanças nos perfis por localização (trabalhadores por conta própria)

Região	2019		2020		Variação	
	Mulher	Homem	Mulher	Homem	Mulher	Homem
<b>Capital</b>	85.821	137.959	83.834	126.376	-2,32%	-8,40%
<b>RM</b>	62.742	96.980	68.124	93.539	8,58%	-3,55%
<b>RIDE</b>	37.454	86.548	49.344	79.675	31,75%	-7,94%
<b>Demais municípios</b>	111.633	255.497	98.943	236.785	-11,37%	-7,32%

Fonte: Elaboração UFG. Base de dados IBGE (PNADc 2020).

Tabela 7 - Mudanças nos perfis por escolaridade (empregadores)

Escolaridade	2019		2020		Variação	
	Mulher	Homem	Mulher	Homem	Mulher	Homem
<b>Sem instrução até fundamental completo</b>	7.810	30.644	3.609	24.305	-53,79%	-20,68%
<b>Médio incompleto e médio completo</b>	24.780	50.577	14.625	44.519	-40,98%	-11,97%
<b>Superior incompleto e superior completo</b>	22.429	37.517	19.975	35.191	-10,94%	-6,20%
<b>Geral</b>	55.019	118.738	38.209	104.015	-30,55%	-12,40%

Fonte: Elaboração UFG. Base de dados IBGE (PNADc 2020).

Houve redução na quantidade de mulheres empregadoras de todos os níveis de escolaridade de 2019 para 2020. A categoria “Sem Instrução até Fundamental Completo” se destaca por apresentar uma variação de -53,79%. Assim como as mulheres, os homens empregadores apresentaram redução em todos os níveis de escolaridade, com destaque também para a escolaridade “Sem Instrução até Fundamental Completo” que apresentou uma variação de -20,68%. Esses valores estão descritos na tabela 7.

Tabela 8 - Mudanças nos perfis por escolaridade (trabalhadores por conta própria)

Escolaridade	2019		2020		Variação	
	Mulher	Homem	Mulher	Homem	Mulher	Homem
Sem instrução até fundamental completo	105.262	308.230	96.139	260.260	-8,67%	-15,56%
Médio incompleto e médio completo	134.613	194.842	127.435	209.554	-5,33%	7,55%
Superior incompleto e superior completo	57.775	73.912	76.674	66.564	32,71%	-9,94%
<b>Geral</b>	<b>297.650</b>	<b>576.984</b>	<b>300.247</b>	<b>536.377</b>	<b>0,87%</b>	<b>-7,04%</b>

Fonte: Elaboração UFG. Base de dados IBGE (PNADc 2020).

Na tabela 8, estão os resultados da variação no perfil ocupacional dos trabalhadores por conta própria por escolaridade. Houve aumento no número de mulheres com escolaridade “Superior Incompleto e Superior Completo” (32,71%). Já para os homens, houve um aumento na escolaridade “Médio Incompleto e Médio Completo” (7,55%).

Em relação à idade média por perfil ocupacional, não houve mudanças expressivas. No entanto, ao se considerar a renda média, constatou-se um aumento na renda das mulheres empregadoras, trabalhadoras por conta própria e empregadas. Destaca-se a variação de renda das empregadoras (26%) como maior entre as mulheres, e as trabalhadoras por conta própria com a menor variação de renda (4%).

Tabela 9 - Mudanças na renda dos perfis ocupacionais – valores médios mensais (em R\$)

Perfil de trabalho	2019		2020		Variação	
	Mulher	Homem	Mulher	Homem	Mulher	Homem
Empregadora	3.479	4.602	4.396	5.998	26,3%	30,3%
Trabalhadora por conta própria	1.328	1.892	1.386	1.831	4,4%	-3,3%
Empregada	1.742	2.267	1.996	2.362	14,6%	4,2%

Fonte: Elaboração UFG. Base de dados IBGE (PNADc 2020).

## **CAPÍTULO II**

### Criação de empresas por mulheres



**Érika dos Santos**  
Njinga Moda Afro



## MULHERES EMPREENDEDORAS EM GOIÁS



**Empreendedora Erika dos Santos  
N jinga Moda Afro**

Érika é uma talentosa afroempreendedora que atua no mercado da moda. Sua marca, a N jinga, é inspirada pela estética africana e busca ampliar o leque da inclusão, através de vestimentas para diversos corpos e sem gênero.

Em 2012, quando terminou a faculdade, Érika pediu demissão do trabalho. “O empreendedorismo surgiu como uma forma de conseguir autonomia financeira para mim e minha família”, diz a empreendedora, que foi modelo na adolescência e é formada em Tecnologia em Hotelaria pelo Instituto Federal de Goiás (IFG).

“Por consequência de um processo de aprofundamento e de autoconhecimento que surgiram pela minha participação em movimentos sociais e no movimento de mulheres negras, tive a oportunidade de reconhecer na história afro-brasileira minha ancestralidade, minha cultura. Nesta experiência, também pude reconhecer o legado africano e indígena no cotidiano, nas experiências culturais”, afirma a empresária.

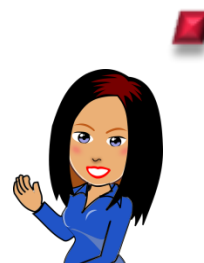
E foi com essas inspirações que a Érika criou sua marca. Mais recentemente, após o início da pandemia, as vendas foram afetadas. A partir da nova realidade instalada, o Instagram e o Facebook se tornaram as principais ferramentas de divulgação da N jinga.

Adicionalmente às estratégias específicas da empresa, a empresária compartilhou uma experiência de busca de soluções em grupo. Érika conta que participa do Grupo Gestor da Colettiva Preta.

Esse grupo desenvolve ações de fortalecimento de negócios liderados por mulheres negras. Segundo a empresária, a Colettiva Preta realiza ações de articulação para fortalecer as micro e pequenas empresas que participam do grupo.

“Minha marca N Jinga apoia diversas iniciativas do Grupo, pois sozinha é muito mais difícil. Temos encontrado soluções de forma conjunta para continuar produzindo e vendendo”, diz a empreendedora.

*Afirmar a luta contra o racismo, expandir a visibilidade positiva da identidade negra e promover o autoconsumo são algumas das ações promovidas por afroempreendedores como a Érika. Tenha em mente que, a união entre empreendedores pode ser uma ferramenta fundamental para o fortalecimento do negócio.*



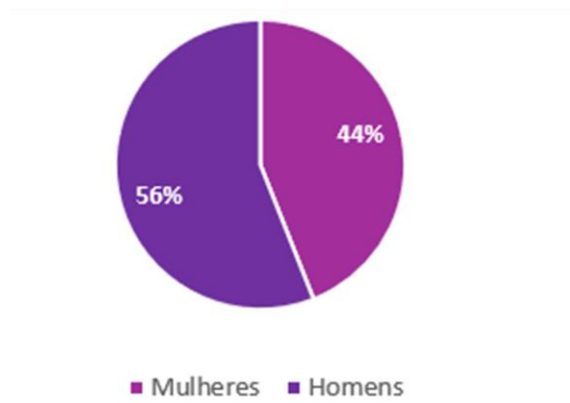
## CRIAÇÃO DE EMPRESAS POR MULHERES<sup>4</sup>

Neste capítulo o objetivo foi apresentar a distribuição do empreendedorismo por mulheres no estado, de acordo com atividade empresarial e município. Para isso, foi utilizada a base de dados públicos de Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica (CNPJ) da Receita Federal cuja última atualização foi agosto de 2021. Os procedimentos de tratamento e análise dos dados estão disponíveis no Apêndice 2 deste relatório.

As análises a seguir foram baseadas em uma amostra de 569.577<sup>5</sup> empreendedores no estado de Goiás. A natureza jurídica mais representativa foi a empresa individual, com 386.061 empreendedores, distribuídos entre 171.680 representantes do sexo feminino e 214.381 do sexo masculino. Já os empreendimentos das demais naturezas jurídicas apresentavam um total de 183.516 empreendedores, sendo 69.087 mulheres e 114.429 homens entre os sócios. Independente de natureza jurídica, são 240.767 do sexo feminino e 328.810 do masculino.

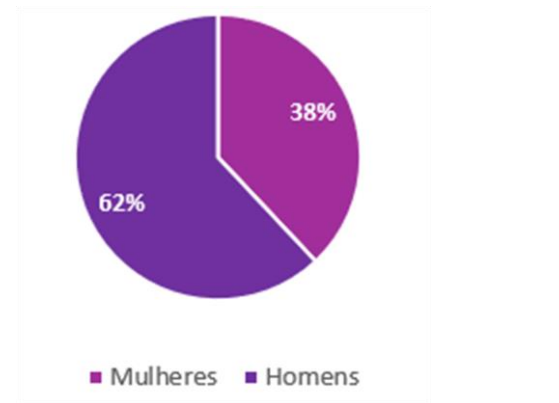
Ao observar os gráficos 8 e 9 é possível notar que o percentual de mulheres empreendedoras é maior nas empresas individuais, quando comparado com o percentual das demais naturezas jurídicas.

Gráfico 8 – Comparação da composição de empresas individuais por sexo



Fonte: Elaboração UFG. Base de dados da Receita Federal.

Gráfico 9 – Comparação da composição de empresas de outras naturezas jurídicas por sexo



Fonte: Elaboração UFG. Base de dados da Receita Federal.

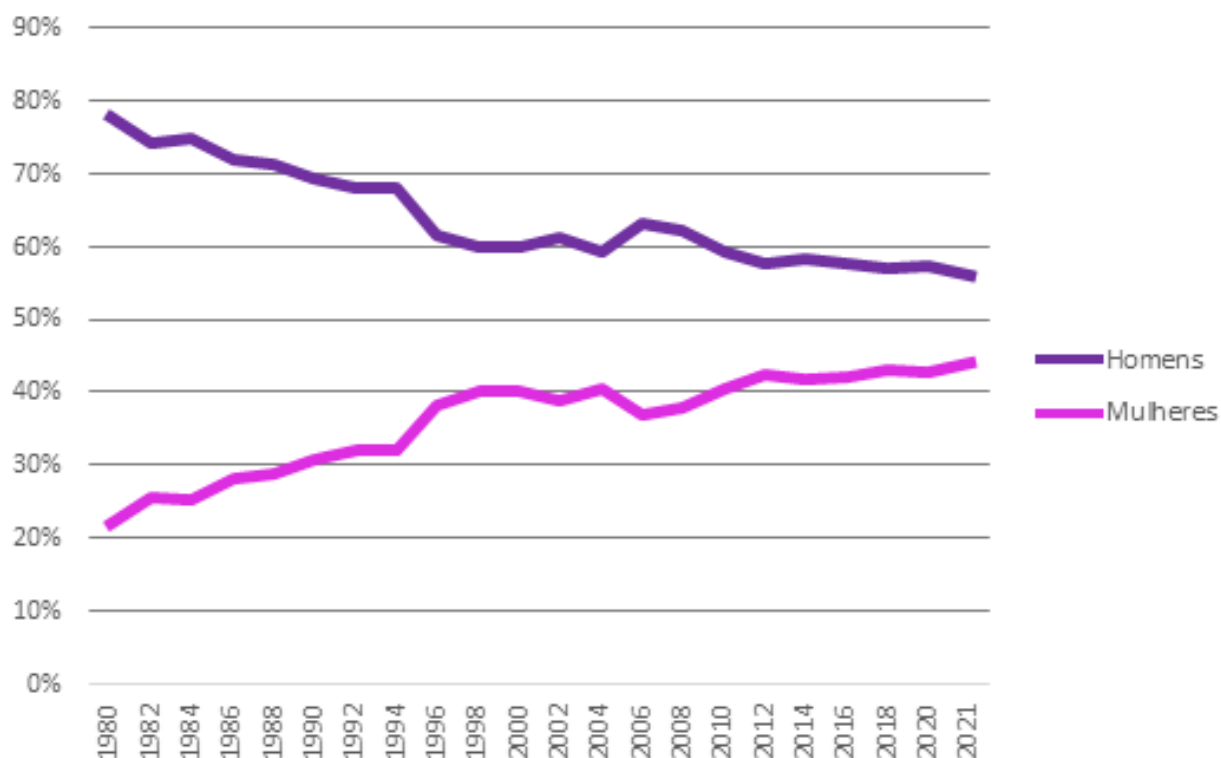
A análise da distribuição do empreendedorismo por mulheres no estado de Goiás entre os anos de 1980 e 2021 (41 anos), quando comparado com os homens, demonstra que mesmo representando a minoria, as mulheres mantiveram um crescimento constante. Especialmente entre 2020 e 2021, anos de pandemia, as

<sup>4</sup> Autores: Daniel do Prado PAGOTTO (LAPEI-UFG, PPGA-UnB); Daiane Martins TEIXEIRA (LAPEI-UFG); Cândido BORGES (LAPEI-UFG, PPGADM-UFG).

<sup>5</sup> O número é referente a uma amostra de empreendedores. Como a base não possui identificação do sexo dos empreendedores, foi necessário aplicar um tratamento para prever esta variável a partir de nomes. Além disso, foram consideradas apenas as pessoas que estavam no processo de fundação da empresa, bem como foram excluídos os casos de empreendedores que participam de vários empreendimentos para evitar múltipla contagem. Estes procedimentos estão narrados nas notas metodológicas do apêndice 2.

mulheres empreendedoras representaram uma proporção de 43% a 44%, enquanto os homens reduziram de 57% para 56% (gráfico 10).

Gráfico 10 – Evolução do empreendedorismo por mulheres em Goiás



Fonte: Elaboração UFG. Base de dados da Receita Federal.

A tabela 10 lista as atividades com maior número empresas no estado de Goiás de acordo com a Classificação Nacional de Atividades Econômicas (CNAE).

A atividade econômica com maior número de empreendimentos ativos no estado de Goiás é o Comércio Varejista (144.063 empreendimentos). Foram consultadas também aquelas atividades empresariais que possuem maior e menor participação de mulheres na composição das empresas.

As mulheres empreendedoras permanecem sendo a maioria na categoria serviços domésticos (93%) seguido da categoria de atividades de atenção à saúde humana integradas com assistência social prestadas em residências coletivas e particulares, com 80% (tabela 11).

Tabela 10 – Atividades econômicas com maior número de empresas em Goiás

Divisão CNAE	Atividade Econômica	Número de Empreendimentos
47	Comércio varejista	144.063
56	Alimentação	44.692
96	Outras Atividades de Serviços Pessoais	35.490
43	Serviços Especializados para Construção	32.786
45	Comércio e Reparação de Veículos Automotores e Motocicletas	30.992
82	Serviços de Escritório de Apoio Administrativo e Outros Serviços Prestados Principalmente às Empresas	21.708
49	Transporte terrestre	21.543
73	Publicidade e Pesquisa de Mercado	20.384
46	Comércio por Atacado exceto veículos automotores e Motocicletas	16.430
85	Educação	16.217

Fonte: Elaboração UFG. Base de dados da Receita Federal.

Tabela 11 – Maiores percentuais da participação de mulheres por divisões de CNAE em Goiás

Divisão CNAE	Atividade Econômica	Quantidade de mulheres empreendedoras	%	Quantidade de homens empreendedores	%	Total
97	Serviços domésticos	4.540	93%	362	7%	4.902
87	Atividades de atenção à saúde humana integradas com assistência social prestadas em residências coletivas e particulares	1.888	80%	471	20%	2.359
96	Outras atividades de serviços pessoais	26.795	76%	8.695	24%	35.490
17	Fabricação de celulose papel e produtos de papel	363	72%	140	28%	503
14	Confecção de artigos do vestuário e acessórios	10.578	72%	4.154	28%	14.732
13	Fabricação de produtos têxteis	1.604	61%	1.014	39%	2.618
32	Fabricação de produtos diversos	1.989	58%	1.447	42%	3.436
10	Fabricação de produtos alimentícios	5.625	57%	4.195	43%	9.820
56	Alimentação	23.346	52%	21.346	48%	44.692
85	Educação	8.380	52%	7.837	48%	16.217

Fonte: Elaboração UFG. Base de dados da Receita Federal.

Em sequência, na tabela 12, estão expostas as divisões de CNAE que possuem menores percentuais de mulheres empreendedoras. Nota-se que a proporção de mulheres empreendedoras é menor, comparada a homens, em serviços de correio e outras atividades de entrega, com 9%, e serviços especializados para construção e atividades no setor de transporte aéreo, ambos com 10% aproximadamente (tabela 12). A lista completa dos percentuais encontra-se no Apêndice 2 deste capítulo.

Tabela 12 – Menores percentuais de participação de mulheres por divisão de CNAE em Goiás

Divisão CNAE	Atividade Econômica	Quantidade de mulheres empreendedoras	%	Quantidade de homens empreendedores	%	Total
53	Correio e outras atividades de entrega	396	9%	4.071	91%	4.467
43	Serviços especializados para construção	3.259	10%	29.527	90%	32.786
51	Transporte aéreo	3	10%	26	90%	29
52	Armazenamento e atividades auxiliares dos transportes	713	15%	4.200	85%	4.913
25	Fabricação de produtos de metal exceto máquinas e equipamentos	1.007	16%	5.477	84%	6.484
31	Fabricação de móveis	643	16%	3.297	84%	3.940
95	Reparação e manutenção de equipamentos de informática e comunicação e de objetos pessoais e domésticos	1.596	17%	7.626	83%	9.222
33	Manutenção reparação e instalação de máquinas e equipamentos	1.010	18%	4.563	82%	5.573
49	Transporte terrestre	3.972	18%	17.571	82%	21.543
45	Comércio e reparação de veículos automotores e motocicletas	6.260	20%	24732	80%	30.992

Fonte: Elaboração UFG. Base de dados da Receita Federal.

Na tabela 13 estão descritos os dados sobre os municípios que possuem os maiores percentuais de mulheres empreendedoras em relação aos homens. Com maiores proporções, encontram-se os municípios de Mimoso de Goiás e Lagoa Santa, com cerca de 55% de mulheres empreendedoras, em relação à quantidade de homens empreendedores, com 45%.

Tabela 13 – Municípios com maiores percentuais de mulheres empreendedoras

Municípios	Mulheres empreendedoras	%	Homens empreendedores	%	Total
Mimoso de Goiás	36	55%	30	45%	66
Lagoa Santa	77	55%	64	45%	141
Nova Iguaçu de Goiás	80	51%	78	49%	158
Gouvelândia	186	51%	183	49%	369
Alto Paraíso de Goiás	758	50%	756	50%	1.514
Goiandira	202	50%	203	50%	405
Amorinópolis	54	50%	55	50%	109
São Domingos	304	49%	313	51%	617
Itaguaru	178	49%	186	51%	364
Niquelândia	1212	49%	1.283	51%	2.495

Fonte: Elaboração UFG. Base de dados da Receita Federal.

Tabela 14 – Municípios com menores percentuais de mulheres empreendedoras

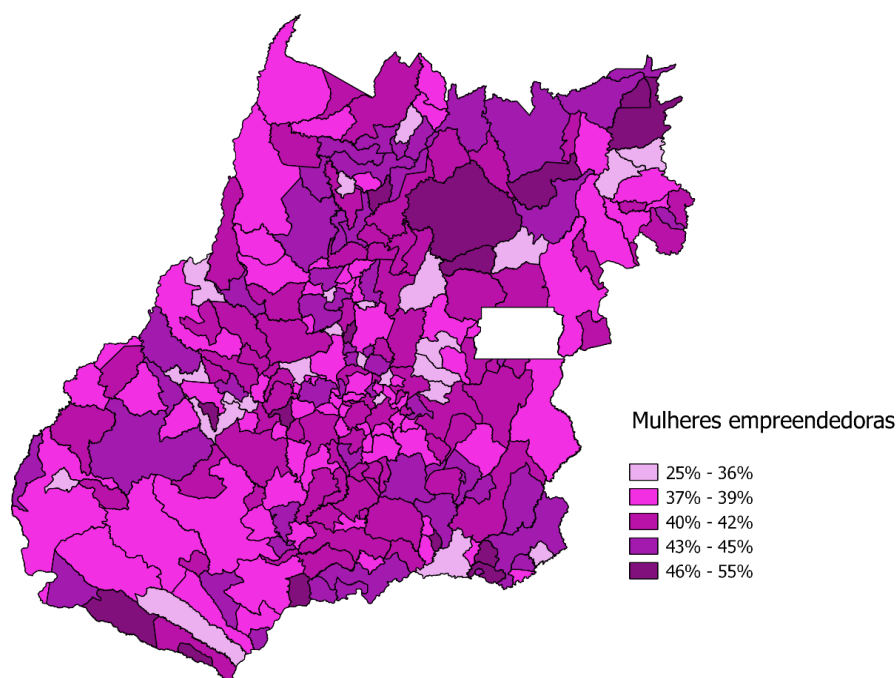
Municípios	Mulheres empreendedoras	%	Homens empreendedores	%	Total
Guarani de Goiás	29	26%	81	74%	110
Santa Rosa de Goiás	53	31%	117	69%	170
Ivolândia	38	32%	82	68%	120
São Patrício	30	32%	63	68%	93
Gameleira de Goiás	55	33%	110	67%	165
Heitorai	51	34%	102	66%	153
Iaciara	192	34%	378	66%	570
Santo Antônio de Goiás	570	35%	1.061	65%	1.631
Campos Verdes	97	35%	180	65%	277
Santa Tereza de Goiás	126	35%	232	65%	358

Fonte: Elaboração UFG. Base de dados da Receita Federal.

Por outro lado, Guarani de Goiás e Santa Rosa de Goiás representam os menores percentuais, respectivamente 26% e 31% (Tabela 14). A tabela completa dos municípios está disponível no Apêndice 3 deste relatório.

A figura 3 ilustra um panorama da concentração de mulheres empreendedoras no estado de Goiás, sendo as áreas com tons mais escuros os municípios com maiores percentuais.

Figura 3 – Proporções do empreendedorismo por mulheres em Goiás



Fonte: Elaboração UFG. Base de dados da Receita Federal.

A utilização da ponderação por habitantes municipais do sexo feminino é um outro meio de apresentar o empreendedorismo por mulheres por município. Seguindo este modelo, conforme apresentado na tabela 15, os municípios Alto Paraíso de Goiás, Santo Antônio de Goiás e Chapadão do Céu apresentam as maiores taxas de mulheres empreendedoras para cada 100 habitantes do sexo feminino, com valores entre 25% e 15%.



#### Anota Aí

A inovação para seu negócio pode estar mais perto e fácil do que você imagina. O **SEBRAETEC**, consultoria de inovação do Sebrae, oferece mais de 120 soluções que ajudam sua empresa a simplificar, fazer melhor, mais rápido e com menos custo.

E o que é melhor! O Sebrae pode pagar até 70% da consultoria. Se você é MEI, tem uma micro ou pequena empresa, poderá participar do Sebraetec, desde que atenda as condições do programa. As áreas de serviços apoiadas são: design, produtividade, propriedade intelectual, qualidade, inovação, sustentabilidade e serviços digitais. Quer saber mais? Entre em contato conosco!

Tabela 15 – Municípios com maiores taxas de mulheres empreendedoras a cada 100 habitantes

Municípios	Mulheres empreendedoras	Homens empreendedores
Alto Paraíso de Goiás	25%	28%
Santo Antônio de Goiás	22%	44%
Chapadão do Céu	15%	16%
Três Ranchos	13%	20%
Caldas Novas	13%	17%
Campos Verdes	13%	24%
Santa Barbara de Goiás	13%	19%
Cristinópolis	12%	15%
Goiânia	12%	17%
Mara Rosa	12%	15%

Fonte: Elaboração UFG. Base de dados da Receita Federal.

Já os municípios com menores taxas foram Guarani de Goiás, Flores de Goiás e Baliza, ambos com 2% por 100 habitantes (tabela 16). Confira a lista completa com essas taxas no Apêndice 4.

Tabela 16 – Municípios com menores taxas de mulheres empreendedoras a cada 100 habitantes

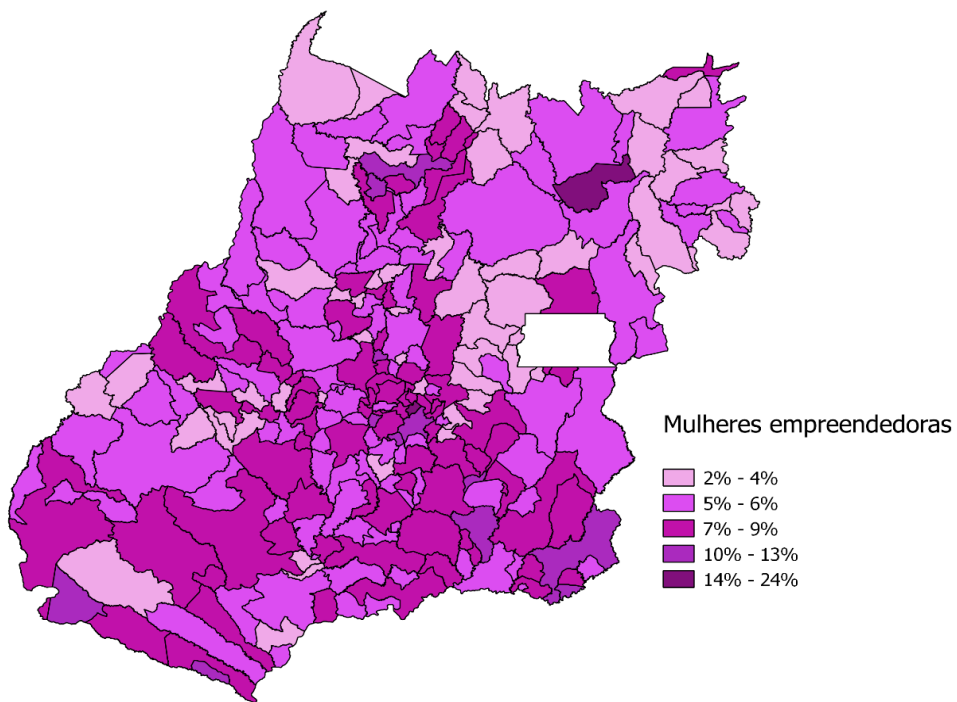
Municípios	Taxa de mulheres empreendedoras (100 habitantes)	Taxa de homens empreendedores (100 habitantes)
Guarani de Goiás	2%	5%
Flores de Goiás	2%	3%
Baliza	3%	3%
Monte Alegre de Goiás	3%	3%
São Patrício	3%	8%
Heitorai	3%	7%
Amaralina	3%	4%
Nova Roma	3%	6%
Vila Propicio	4%	5%
Buritinópolis	4%	5%

Fonte: Elaboração UFG. Base de dados da Receita Federal.

A figura 4 apresenta a taxa de empreendedoras a cada 100 habitantes do sexo feminino em Goiás. As áreas com tons mais escuros são os municípios com maiores percentuais.



Figura 4 – Taxa de empreendedorismo por mulheres em Goiás para cada 100 habitantes



Fonte: UFG, 2021. Base de dados da Receita Federal.

## **CAPÍTULO III**

Experiência como  
empreendedora: ameaças,  
comportamentos de  
superação e satisfação  
no trabalho



**Núbia Prado**

La Vie Jalecos

## MULHERES EMPREENDEDORAS EM GOIÁS



**Empreendedora Núbia Prado**  
**La Vie Jalecos**

Nubia trabalhava em um consultório odontológico e era necessário que ela trajasse jaleco. Insatisfeita com os modelos disponíveis no mercado, ela personalizou e mandou produzir um modelo que a agradasse. O sucesso foi tanto entre as colegas, que ela percebeu que ali poderia estar uma oportunidade de empreender. Ali nasceu o La Vie Jalecos.

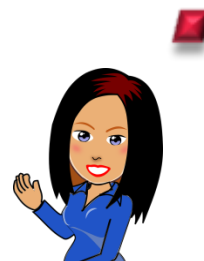
No início de sua jornada como empreendedora ela vendia pelo Instagram, mas logo percebeu que precisaria de uma vitrine maior. Optou por expor na Feira da Lua todos os sábados para expandir a clientela. Após 5 meses desta rotina, o imprevisível aconteceu: a pandemia.

Com o fechamento do consultório e a suspensão do funcionamento da feira foi necessário encontrar outra forma de alcançar as clientes. A opção escolhida foi a abertura de um *showroom* em um quarto dentro de sua própria casa, solução que funcionou por um tempo até ela perceber que havia perdido toda sua privacidade e que estava trabalhando quase em horário integral. Ela precisava de um ambiente próprio e adequado para atender as clientes. Nesse momento ela optou por abrir uma loja.

Esse é um desafio e tanto, e fez com que as suas obrigações aumentassem. A abertura da loja trouxe uma nova dinâmica envolvendo pagamentos de funcionários e impostos, aluguel, gestão de caixa entre tantas outras responsabilidades. Foi nesse momento que ela percebeu que precisava de ajuda e procurou o apoio do Sebrae para entender melhor os processos necessários para ampliar sua visão em relação às finanças. “Às vezes eu vendia, vendia, vendia e não via dinheiro. Então, eu percebi que tinha alguma coisa errada” relata a empresária.

Abrir uma loja física em plena pandemia não foi um problema para a empreendedora. Com oito meses de aberta, e o aperfeiçoamento de suas habilidades gerenciais, Nubia comemora o constante crescimento e ampliação de mercado (novos clientes nos Estados Unidos, inserção de produtos no atacado e a abertura de representações em duas cidades). Como metas para o futuro ela pretende abrir um café junto à loja e uma loja móvel.

*Você já esteve em uma situação na qual não encontrou um produto/serviço que atendesse suas expectativas? Grande parte das inovações surge dessa forma. Às vezes ele pode até existir, mas é difícil acessá-lo em algumas localidades. É importante ficar atenta às oportunidades e verificar a viabilidade. A sua ideia pode se transformar em um empreendimento de sucesso.*



## EXPERIÊNCIA COMO EMPREENDEDORA: AMEAÇAS, COMPORTAMENTOS DE SUPERAÇÃO E SATISFAÇÃO NO TRABALHO<sup>6</sup>

O presente capítulo aborda a experiência das mulheres goianas com o empreendedorismo. Três aspectos são tratados: a satisfação delas com o trabalho de empreender, as ameaças sofridas e os comportamentos de superação que elas adotam para superar as dificuldades. Os dados apresentados são parte dos resultados da pesquisa “A influência das ameaças de gênero e do comportamento de superação na satisfação do trabalho e na família de empreendedoras”<sup>7</sup>.

A seguir serão apresentados os resultados parciais da pesquisa, considerando apenas as respondentes de Goiás – 236 mulheres empreendedoras. Trata-se de uma amostra não probabilística e não são feitos recortes por idade, momento de vida ou fase do empreendimento. Sabe-se que estas variáveis podem exercer influência sobre a percepção para as afirmativas do estudo.

### 3.1. Satisfação com o trabalho

Em geral, as empreendedoras goianas estão satisfeitas com o trabalho que realizam como empreendedora e o consideram como uma oportunidade para utilizar as habilidades que possuem e para conduzir as ações da forma como pensam que devem ser realizadas. O gráfico 11, demonstra que 86% das empreendedoras goianas concordam totalmente ou parcialmente com a afirmação “*No geral, estou satisfeita com o meu trabalho*”. As respostas entre “discordo totalmente” e “discordo parcialmente” foram reagrupadas em “tendência a concordar” e as respostas “concordo parcialmente” e “concordo totalmente” em “tendência a concordar”. Vide mais informações na nota metodológica, nos apêndices.

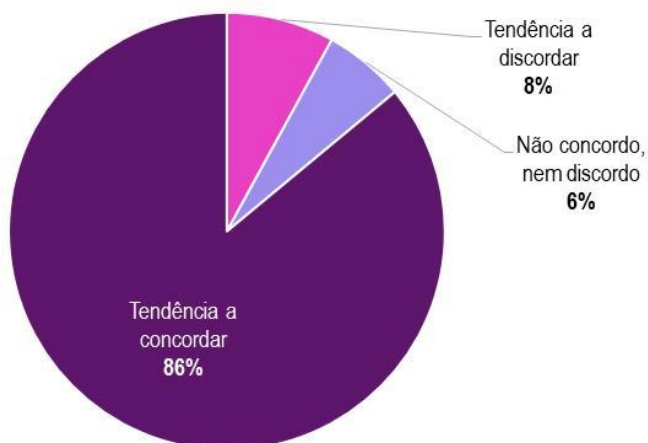
---

<sup>6</sup> Autores: Vânia Maria Jorge NASSIF (PPGA-UNINOVE/SP); Daniel do Prado PAGOTTO (LAPEI-UFG, PPGA-UnB); Daiane Martins TEIXEIRA (LAPEI-UFG).

<sup>7</sup> Pesquisa coordenada pela Profa. Dra. Vânia Maria Jorge Nassif (UNINOVE/SP) e pesquisadores associados, Prof. Dr. Marcos Hashimoto (MILLIKIN UNIVERSITY/EUA), Prof. Dr. Edmilson de Oliveira Lima (UNINOVE/SP), Prof. Jefferson La Falce (FUMEC/BH) e Prof. Dr. Candido Borges (UFG/GO).

A pesquisa é financiada pela Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo (FAPESP) e pelo Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq). Em Goiás, a pesquisa contou com a colaboração do LAPEI/UFG e do Sebrae Goiás.

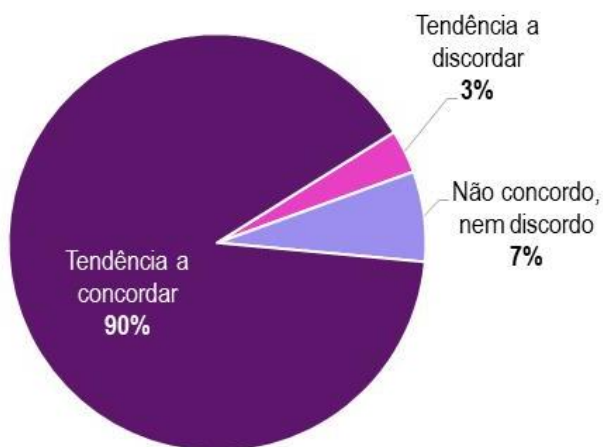
Gráfico 11 – Grau de concordância com a afirmação: “No geral, estou satisfeita com o meu trabalho.”



Fonte: Dados da pesquisa.

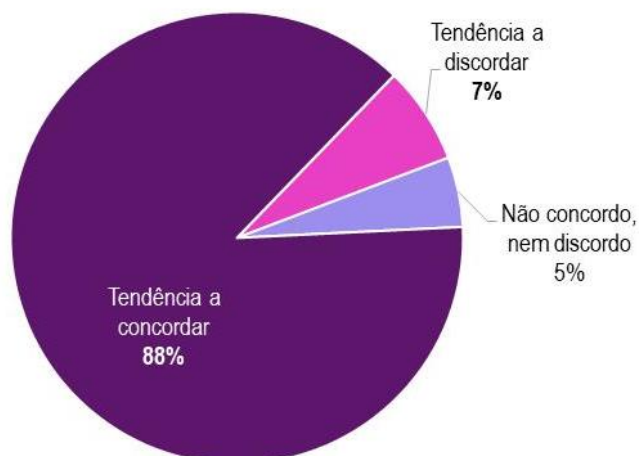
Resultado semelhante foi identificado sobre as afirmativas “Tenho a oportunidade de fazer algo que possibilita utilizar minhas habilidades” e “Tenho a oportunidade de tentar fazer as coisas com meus próprios métodos de trabalho”. Ambas as afirmações obtiveram, respectivamente, 90% e 88% das empreendedoras concordando totalmente ou parcialmente (gráficos 12 e 13).

Gráfico 12 – Grau de concordância com a afirmação: “Tenho a oportunidade de fazer algo que possibilita utilizar minhas habilidades.”



Fonte: Dados da pesquisa.

Gráfico 13 – Grau de concordância com a afirmação: “Tenho a oportunidade de tentar fazer as coisas com meus próprios métodos de trabalho.”



Fonte: Dados da pesquisa.

Ao observar os percentuais apresentados em gráficos, nota-se que em todas as assertivas relacionadas à satisfação no trabalho, as empreendedoras goianas responderam com concordo parcialmente ou totalmente, com valores entre 86% e 90%. Esse resultado indica que o empreendedorismo é uma opção de carreira que proporciona satisfação, mesmo diante das ameaças que elas podem enfrentar. O aspecto ameaças é discutido na seção a seguir.

## 3.2 Ameaças

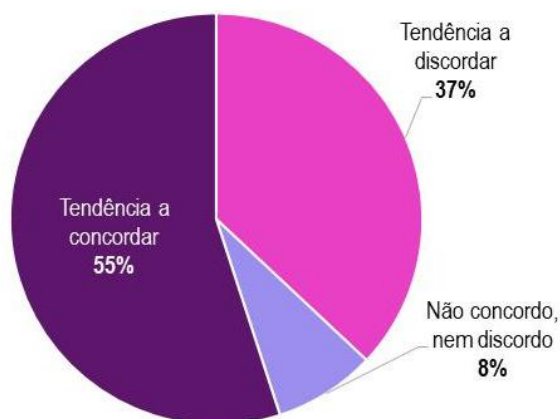
As ameaças que as mulheres enfrentam no dia a dia de suas atividades empreendedoras foram analisadas em três grupos de dificuldades como: ameaças do conflito de papéis, ameaças do patriarcado e ameaças afetivas. Trata-se de dificuldades consideradas ameaças pelo potencial papel intimidador frente à ação empreendedora das mulheres. O primeiro tipo de ameaças, a do conflito de papéis, refere-se às dificuldades que as mulheres podem enfrentar para conciliar a vida profissional com as responsabilidades com a família. O segundo tipo são ameaças do patriarcado, que podem representar preconceito e desigualdades no trato das mulheres no empreendedorismo. Por fim, o terceiro tipo trata das ameaças afetivas, que são dificuldades que as mulheres podem vivenciar ao empreender, tais como dificuldade em manter controle emocional, ansiedade e pressão no trabalho.

### 3.2.1 Ameaças do Conflito de Papéis

Para a maior parte das respondentes, o trabalho como empreendedoras não interfere no seu convívio familiar. Entretanto, o conflito de papéis é reconhecido como uma ameaça potencial, visto que elas consideram que as mulheres casadas encontram mais dificuldades do que os homens para empreender.

No gráfico 14 é possível observar que dentre as respondentes, 55% concordam totalmente ou parcialmente com a afirmação “Mulheres casadas têm mais dificuldade para serem empreendedoras do que homens casados”. Esse percentual demonstra a existência da percepção de desigualdades que as mulheres casadas ainda enfrentam em relação aos homens para a entrada no empreendedorismo.

Gráfico 14 – Grau de concordância com a afirmação: “Mulheres casadas têm mais dificuldade para serem empreendedoras do que homens casados.”



Fonte: Dados da pesquisa.

A afirmativa “Tenho dificuldade em conseguir tempo para cuidar de mim, devido às obrigações como empreendedora” apresentou 62% de concordância (gráfico 15). As mulheres empreendedoras por buscarem constantemente o equilíbrio entre as demandas profissionais e familiares, podem se sentir frustradas e com sentimento de culpa. Por essa razão, os cuidados a si própria podem não serem colocados como prioridade e só ocorrem quando lhes sobram tempo.

Gráfico 15 – Grau de concordância com a afirmação: “Tenho dificuldade em conseguir tempo para cuidar de mim, devido às obrigações como empreendedora.”

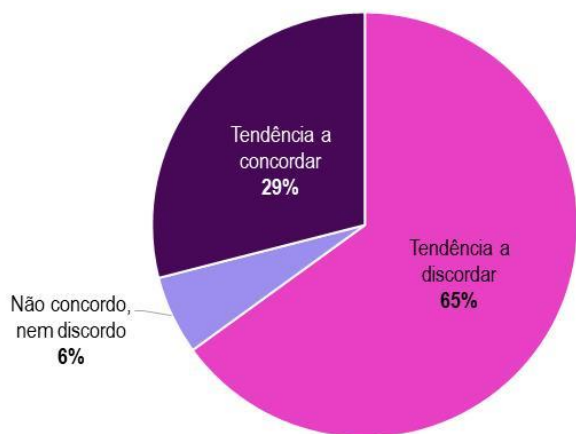


Fonte: Dados da pesquisa.

Por outro lado, 65% das empreendedoras discordam totalmente ou parcialmente da afirmativa “Meu trabalho como empreendedora atrapalha no meu convívio com minha família”. A percepção destacada em

relação às dificuldades que enfrentam na tentativa de conciliar múltiplos papéis, é recompensada quando demonstram a importância do aporte emocional recebido da família, bem como a afetividade demonstrada pelos entes que as cercam. (gráfico 16).

Gráfico 16 – Grau de concordância com a afirmação: “Meu trabalho como empreendedora atrapalha no meu convívio com minha família.”



Fonte: Dados da pesquisa.

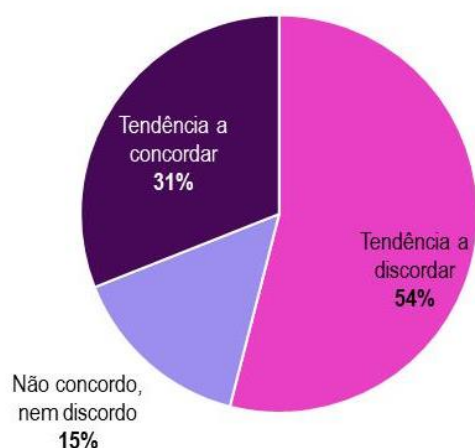


### 3.2.2 Ameaças do Patriarcado

A maior parte das empreendedoras goianas considera que a sociedade concorda que há espaços para as mulheres empreenderem, além de reconhecerem suas competências para desenvolverem suas atividades.

Em relação às ameaças do patriarcado, algumas questões foram aplicadas: “A sociedade a minha volta acha que empreender é coisa para homem”, e 54% das empreendedoras discordaram totalmente ou parcialmente, enquanto 31% acreditam que, de alguma forma, essa percepção ainda exista. (gráfico 17).

Gráfico 17 – Grau de concordância com a afirmação: “A sociedade a minha volta acha que empreender é coisa para homem.”

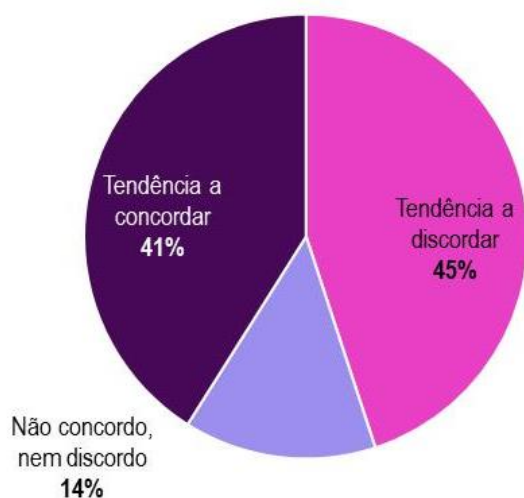


Fonte: Dados da pesquisa.

Outra assertiva dentro desta categoria foi feita, levando a maioria das empreendedoras goianas (45%) discordarem totalmente ou parcialmente da afirmação “Na minha região, a maior parte das pessoas considera que os homens têm mais competências para os negócios do que as mulheres”. Da mesma forma, 43% delas também discordaram sobre “Os jovens homens são mais incentivados a conquistar a independência e iniciar seus próprios negócios, do que as jovens mulheres” (gráficos 18 e 19).

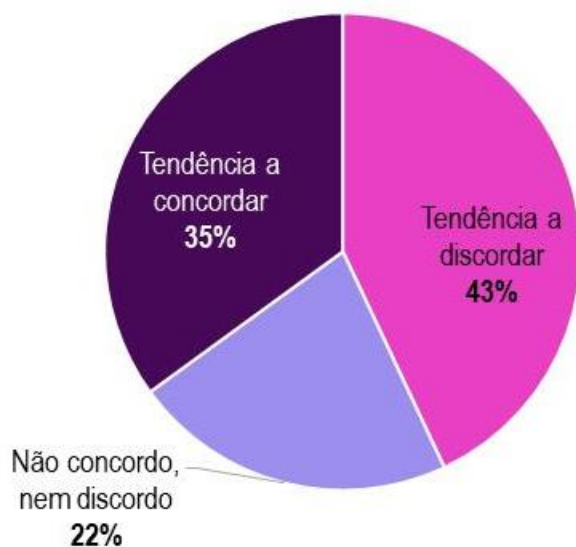
No entanto, quando se observa a distribuição dos percentuais, ainda existe 41% das empreendedoras goianas que concordam parcialmente ou totalmente que a sociedade acredita que homens possuem mais competências empreendedoras e 35% concordam parcialmente ou totalmente que as jovens mulheres são menos incentivadas a conquistar a independência e criar seus próprios negócios, comparado aos homens da mesma faixa etária. Esses resultados precisam ser ressaltados, evidenciando que a sociedade circundante traz ainda, de forma efetiva, traços de uma sociedade patriarcal, colocando obstáculos às mulheres que querem empreender como opção de carreira.

Gráfico 18 - Grau de concordância com a afirmação: “Na minha região, a maior parte das pessoas considera que os homens têm mais competências para os negócios do que as mulheres.”



Fonte: Dados da pesquisa.

Gráfico 19 – Grau de concordância com a afirmação: “Os jovens homens são mais incentivados a conquistar a independência e iniciar seus próprios negócios, do que as jovens mulheres.”



Fonte: Dados da pesquisa.

### 3.2.3 Ameaças Afetivas

Ao analisar as respostas quanto às ameaças afetivas, os resultados indicam que aproximadamente dois terços das respondentes indicam que enfrentam algum tipo de dificuldade relacionadas ansiedade ou pressão no trabalho. Na primeira afirmativa deste tipo de ameaça, observa-se que 63% das empreendedoras concordam

totalmente ou parcialmente com a afirmação “*Meus sentimentos positivos e negativos se misturam quando tenho que enfrentar uma situação difícil*” (gráfico 20).

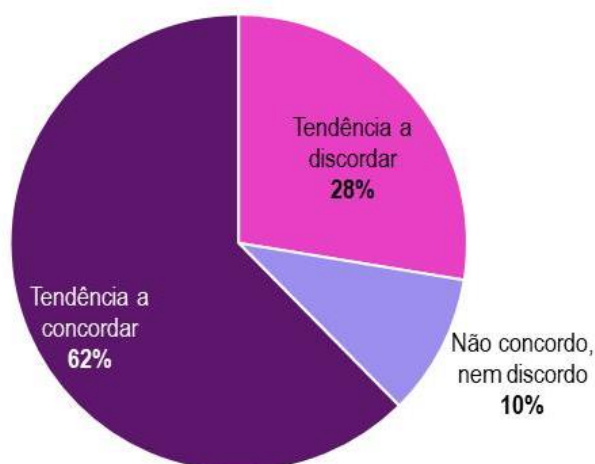
Gráfico 20 – Grau de concordância com a afirmação: “*Meus sentimentos positivos e negativos se misturam quando tenho que enfrentar uma situação difícil.*”



Fonte: Dados da pesquisa.

Este resultado também foi encontrado sobre “*Sinto-me ansiosa mesmo gostando do meu trabalho*”, com cerca de 62% concordando com a afirmação (gráfico 21). Essa dificuldade pode estar relacionada às pessoas em sua volta e elas próprias não acreditarem em seu potencial<sup>4</sup> ou pelas incertezas que caracterizam a criação de um novo negócio.

Gráfico 21 – Grau de concordância com a afirmação: “*Sinto-me ansiosa mesmo gostando do meu trabalho.*”



Fonte: Dados da pesquisa.

Outro resultado sobre às ameaças afetivas refere-se as cobranças que elas recebem para agir usando mais a razão (64% concordando com a afirmativa) “Percebo que sou cobrada para agir usando mais a razão do que os sentimentos” (gráfico 22).

Gráfico 22 – Grau de concordância com a afirmação: “Percebo que sou cobrada para agir usando mais a razão do que os sentimentos.”



Fonte: Dados da pesquisa.

Em geral, nota-se que as empreendedoras goianas reconhecem as ameaças que enfrentam no seu cotidiano. Com base nos percentuais, elas confirmam a existência de desigualdades para empreender, as dificuldades que enfrentam devido à sobrecarga como empreendedoras, dificuldades em controlar suas emoções, além da ansiedade que desenvolvem e as pressões que recebem diariamente no trabalho.



#### Anota Aí

Você sabia que um **PLANO DE NEGÓCIOS** é importante tanto para quem está abrindo um empreendimento quanto para quem está ampliando? Apesar de não eliminar os riscos, um plano de negócios bem elaborado evita que erros sejam cometidos pela falta de análise, diminuindo assim as incertezas do seu negócio.

Nele você especifica cada aspecto do seu empreendimento com intuito de antever como ele irá funcionar na prática, qual será o seu público-alvo, qual o valor do investimento necessário para que você consiga tirá-lo do papel, quais as ferramentas de marketing serão utilizadas para alcançar seus objetivos entre muitos outros aspectos. O Sebrae tem um grande acervo de informações que podem contribuir com a elaboração do seu plano de negócios (cursos online, cartilhas, manuais, estudos etc.), mas se você quiser um apoio mais especializado, você pode contratar uma **CONSULTORIA** específica para esse fim. Entre em contato conosco e entenda como funciona.

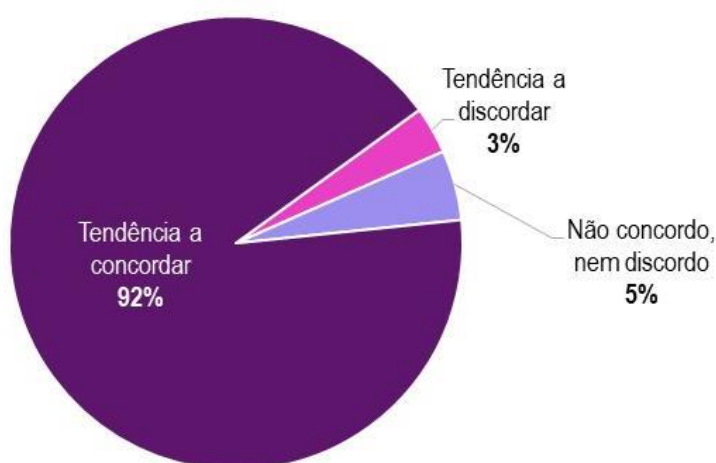
### 3.3 Comportamentos de superação

As análises nesta seção são referentes aos comportamentos de superação, compreendendo os aspectos resiliência, diálogo e negociações. No quesito resiliência, incluiu-se a persistência e motivação das empreendedoras em superar as dificuldades no trabalho e o equilíbrio emocional no ambiente de negócios. Quanto ao diálogo e negociações, trata-se da capacidade de manter redes de relacionamento e capacidade de planejamento prévio para uma negociação.

#### 3.3.1 Resiliência

As empreendedoras goianas se consideram persistentes na superação das dificuldades em seu trabalho e com equilíbrio emocional para cuidar dos seus negócios, além disso, acreditam que ter sonhos é um fator motivador para superarem as barreiras. Ao observar a afirmativa, *“Persisto nas situações adversas, pois tenho capacidade de superar dificuldades no trabalho”*, cerca de 92% das empreendedoras concordam parcialmente ou totalmente (gráfico 23).

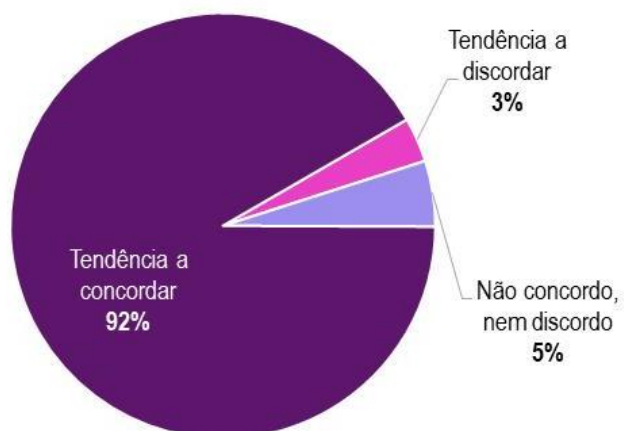
Gráfico 23 – Grau de concordância com a afirmação: *“Persisto nas situações adversas, pois tenho capacidade de superar dificuldades no trabalho.”*



Fonte: Dados da pesquisa.

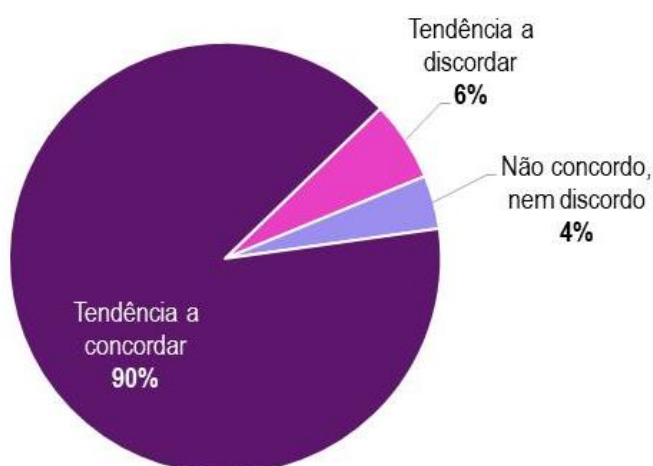
Em sequência, 92% também concordam com a afirmação *“Ter um sonho que eu queira muito realizar é importante para superar barreiras no meu trabalho”*. Da mesma forma, 90% também tendem a concordar com *“Procuo enfrentar meus medos sem me desequilibrar emocionalmente no ambiente de negócios”* (gráficos 24 e 25). Esses resultados mostram que ser resiliente é uma forma de superar as dificuldades que precisam atuar diariamente como empreendedoras.

Gráfico 24 – Grau de concordância com a afirmação: “Ter um sonho que eu queira muito realizar é importante para superar barreiras no meu trabalho.”



Fonte: Dados da pesquisa

Gráfico 25 – Grau de concordância com a afirmação: “Procuro enfrentar meus medos sem me desequilibrar emocionalmente no ambiente de negócios.”



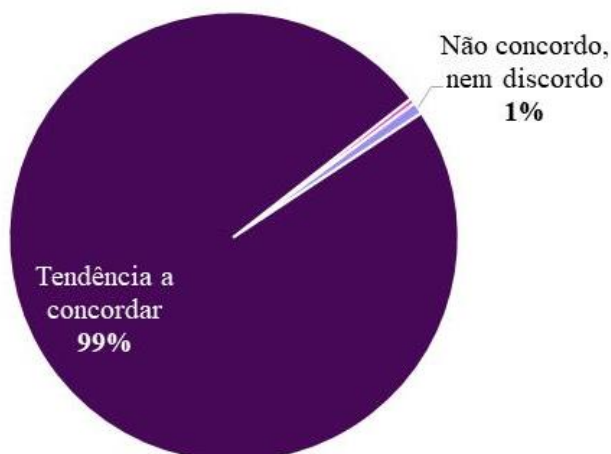
Fonte: Dados da pesquisa

### 3.3.2 Diálogo e Negociações

Quando se analisa as respostas referente ao diálogo e às negociações, as empreendedoras concordam parcialmente ou totalmente que usam em suas negociações a empatia, possuem a capacidade de manter relacionamentos como forma de criar oportunidades em seus negócios e fazem planejamento prévio para participar de uma negociação. No gráfico 26, a primeira afirmação “Obtenho os melhores resultados em

*negociações quando demonstro capacidade de ouvir e entender a outra parte” registrou concordância de 99% das empreendedoras.*

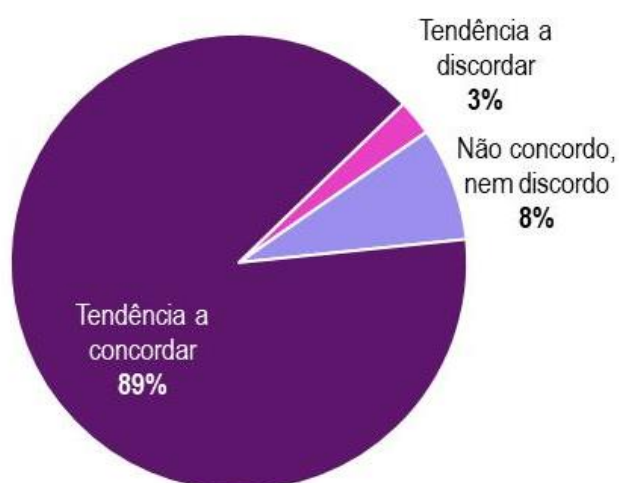
Gráfico 26 – Grau de concordância com a afirmação: *“Obtenho os melhores resultados em negociações quando demonstro capacidade de ouvir e entender a outra parte.”*



Fonte: Dados da pesquisa

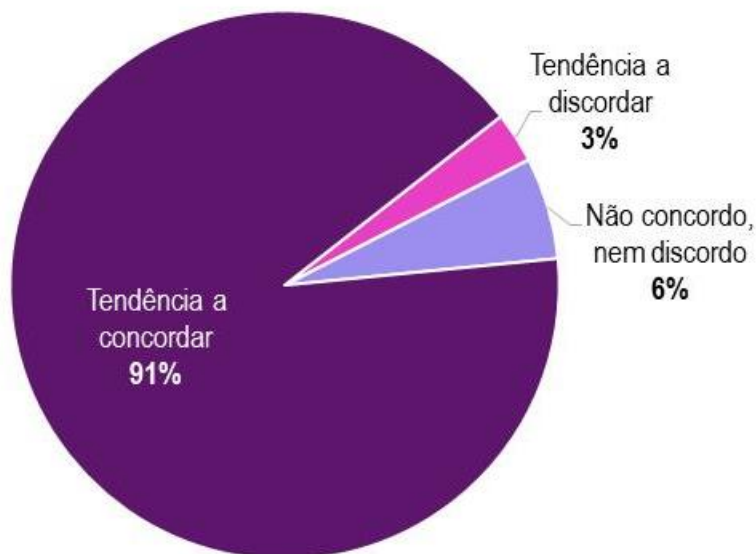
A maioria das empreendedoras (89%) concordam parcialmente ou totalmente com a afirmativa *“Estar em constante diálogo com a minha rede de apoio aumenta minhas oportunidades para negociar”*. Da mesma forma, 91% concordam sobre *“Busco me preparar considerando diferentes interesses para participar de uma negociação”* (gráficos 27 e 28).

Gráfico 27 – Grau de concordância com a afirmação: *“Estar em constante diálogo com a minha rede de apoio aumenta minhas oportunidades para negociar.”*



Fonte: Dados da pesquisa

Gráfico 28 – Grau de concordância com a afirmação: “Busco me preparar considerando diferentes interesses para participar de uma negociação.”



Fonte: Dados da pesquisa

Ao descrever os resultados referente aos aspectos resiliência, diálogo e negociações, compreende-se que em meio às dificuldades que as mulheres lidam escolhendo o empreendedorismo como opção de carreira, seus comportamentos se mostram como um caminho de superação, uma vez que persistem mesmo diante dos desafios, buscam superar seus medos, trabalham com empatia e com capacidade de planejamento.



#### Anota Ai

Não existe uma receita pronta para marcar a sua presença no mundo digital. Há a necessidade de cada um dos empreendedores fazer uma análise com base no segmento de seu negócio, nos seus recursos e tentar visualizar quais as melhores oportunidades estão a seu alcance. Em momentos tão disruptivos como o que vivemos, sempre surgem brechas para crescimento.

Para impulsionar os negócios no mundo digital, o Sebrae criou o **UP DIGITAL**, uma jornada on-line de dez dias, com três encontros virtuais. São grupos fechados de até dez empresários em um ambiente de compartilhamento de práticas, acompanhados por especialistas.

Outro produto criado pelo Sebrae com o fim de contribuir com a transformação do seu negócio, visando a adequação da sua empresa para o novo momento, trabalhando como temática o marketing digital e a gestão financeira, com abordagem 100% online é o **TRAVESSIA**. O atendimento pode ser individual ou coletivo (com até 15 empresários),

O Sebrae oferece também atendimento gratuito online com agendamento, além de capacitações online (com destaque para as oficinas 100% online, via WhatsApp para MEI e sobre marketing digital) e soluções.



## **CAPÍTULO IV**

Impacto da  
pandemia no  
empreendedorismo  
por mulheres



**Carla e  
Samanta Oliveira**  
Pretas de Barro

## MULHERES EMPREENDEDORAS EM GOIÁS



**Empendedoras  
Carla e Samanta Oliveira  
Pretas de Barro Doceria**

As irmãs Carla e Samanta Oliveira fazem parte de uma longa lista de profissionais que tem uma formação e um emprego, mas necessitam realizar alguma outra atividade para complementar a sua renda mensal. Elas encontraram nos doces um novo caminho e oportunidade profissional.

Atualmente à frente da Pretas de Barro e professoras de formação, as irmãs começaram sua jornada empreendedora fazendo bombons para vender na escola e na faculdade. Ainda de forma rudimentar, mas com uma clientela cativa, elas perceberam retornos positivos dos clientes e começaram a sonhar com uma doceria.

A marca foi lançada oficialmente em 2016 nas redes sociais e apostaram nas feirinhas para vender seus bolos, doces e bombons. De olho no mercado de casamentos, que é muito competitivo, elas participaram de uma feira de noivas e levaram um grande calote que quase as tirou do negócio.

Além do calote, elas tiveram uma outra experiência nada agradável. Como únicas expositoras negras, elas se sentiram ignoradas pelos potenciais clientes. “O público que ia, chegava no nosso estande, olhava, e ia para o próximo. Sempre tivemos essa apresentação mais rústica, em madeira, mas as pessoas seguiam adiante para estandes com mulheres brancas”, relata Carla. Empreender não é tarefa fácil, mas para uma mulher negra, a tarefa pode ser ainda mais desafiadora.

Para superar o prejuízo elas tiveram que trabalhar muito e retornaram às feirinhas. A internet nessa época ainda não era tão importante e o boca a boca apresentava bastante retorno. Grande parte de sua produção já ia para as feiras com cliente certo.

Já em 2022, Carla optou em se dedicar exclusivamente a doceria, no intuito de alavancar e consolidar o negócio como principal fonte de renda para as irmãs. No mês março de 2022, as irmãs realizaram o sonho de abrir o ateliê e loja física. Motivo de muita alegria e motivação para seguirem o caminho de espalhar doçuras pela cidade, como elas gostam de dizer.

*Não é fácil se deparar com um insucesso.  
É importante que saber que nem tudo que você  
planejar vai se concretizar. Entretanto, é  
necessário aprender com os erros, rever a rota,  
buscar aumentar os seus conhecimentos sobre o  
mercado, aprimorar seu planejamento e seguir  
em frente.*



# IMPACTO DA PANDEMIA NO EMPREENDEDORISMO POR MULHERES<sup>8</sup>

## 4.1 Contextualização

A vida das pessoas e a rotina das empresas de todos os setores sofreu uma grande transformação ainda no primeiro trimestre de 2020. Em todo o mundo, a pandemia causada pelo novo coronavírus desencadeou uma sequência de restrições ao deslocamento de consumidores e trabalhadores que impactaram a logística de todas as cadeias produtivas, atividades diárias e interações pessoais.

Quase dois anos após o início da pandemia, ainda vivenciamos os seus efeitos. Com o passar do tempo o dia a dia foi se normalizando com novas regras criadas e incorporadas ao cotidiano, em uma realidade onde as pessoas e os negócios, aos poucos, buscam voltar à normalidade, alguns com mais sucesso do que outros. Ainda não é possível avaliar os efeitos da pandemia na sua totalidade, pois estes ainda são desconhecidos já que ainda não se tem a previsão do fim desta crise sanitária e econômica.

Neste capítulo, serão discutidos os impactos desse momento nos empreendimentos liderados por mulheres em Goiás. Sabe-se que as mulheres lutam incessantemente em busca da igualdade de direitos e isso se estende ao trabalho, renda, oportunidades econômicas e no empreendedorismo. Cada vez mais elas se colocam no papel de provedoras de seus lares (em Goiás, elas são 44,2%, de acordo com o IBGE/PNAD, 2019) e buscam um lugar no mercado de trabalho. Apesar das conquistas, a realidade ainda é desigual.

Organizações mundiais como o FMI e a ONU alertam que o cenário do empreendedorismo praticado por mulheres pode ser agravado com a pandemia. Kristalina Gueorguieva, diretora-gerente do FMI, alerta que “a pandemia ameaça reverter os ganhos obtidos em termos de oportunidades econômicas para as mulheres e, assim, ampliar as desigualdades de gênero que persistem apesar de 30 anos de progresso” (FMI, 2020).

Os indicadores mundiais são unânimes em ressaltar as perdas das mulheres neste período, considerando que é maior a probabilidade de as mulheres trabalharem em setores sociais, que foram muito afetados devido à necessidade de interação direta, como por exemplo os segmentos de beleza, turismo, educação, academias e atividades físicas entre outros (SEBRAE, 2021).

Segundo Levantamento do Sebrae, realizado em 2019, as mulheres representavam 34,5% do total de empreendedores no Brasil. Em 2020, esse número caiu para 33,6%, o que significou uma perda de 1,3 milhão de mulheres à frente de um negócio (AGÊNCIA SEBRAE, 2020), o que mostra que a pandemia interrompeu um movimento de ascensão crescente da representatividade das mulheres no empreendedorismo brasileiro.

São elas que arcam com uma parcela maior de tarefas domésticas e cuidados com os filhos, o que só aumentou com o isolamento, já que as crianças não foram mais para escolas e creches e as famílias ficaram mais tempo em casa. É também um agravante o fato de que, após a suspensão das medidas de paralisação, as mulheres tendem a demorar mais para retomar o pleno emprego. Segundo estudo do FMI, a probabilidade de o homem ter voltado ao trabalho era aproximadamente três vezes maior do que a da mulher (FMI, 2020).

Com o intuito de identificar os impactos dos efeitos da pandemia sob os pequenos negócios, o Sebrae realiza em parceria com a FGV, desde março de 2020, um monitoramento junto à empresários de micro e

---

<sup>8</sup> Autoras: Polyanna Marques CARDOSO (Sebrae Goiás); Lis Gonçalves CARNEIRO (Sebrae Goiás)

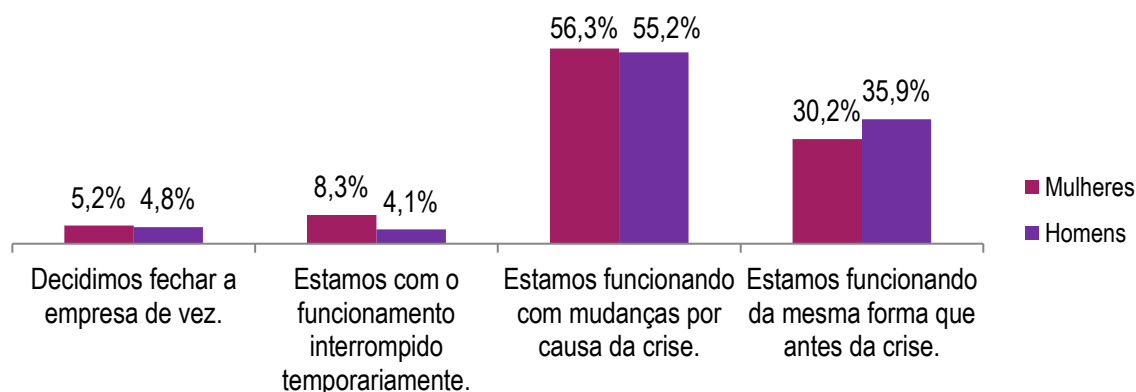
pequenos negócios. A pesquisa, denominada “O impacto da pandemia do coronavírus nos pequenos negócios” busca identificar quais foram as mudanças e adaptações realizadas nos empreendimentos para lidar com as mudanças decorrentes da pandemia.

Na sequência, são apresentados alguns dos resultados apurados por esta pesquisa com recorte de empreendimentos localizados no estado de Goiás e por gênero, a partir dos quais pode-se verificar como os empreendimentos liderados por mulheres foi impactado. Os resultados apresentados são da 13ª edição da pesquisa “O impacto da pandemia do coronavírus nos pequenos negócios”, cuja coleta de dados ocorreu por meio de formulário online (*web survey*) no período de 25/11 a 01/12 de 2021. Para algumas variáveis, foi considerada a série histórica da pesquisa, que conta com 13 edições.

## 4.2 Resultados da Pesquisa

Oitenta e seis por cento das empresas lideradas por mulheres estavam em operação no momento da pesquisa, sendo 30,2% da mesma forma que antes da pandemia e 56,3% informaram que fizeram alguma mudança. Oito por cento das empresas estão com funcionamento interrompido temporariamente e 5,2% decidiram fechar a empresa. Entre os homens, os resultados foram semelhantes: 91,1% estavam em operação no momento da pesquisa; 4,8% decidiram fechar a empresa e 4,1% estavam com o funcionamento interrompido temporariamente (gráfico 29).

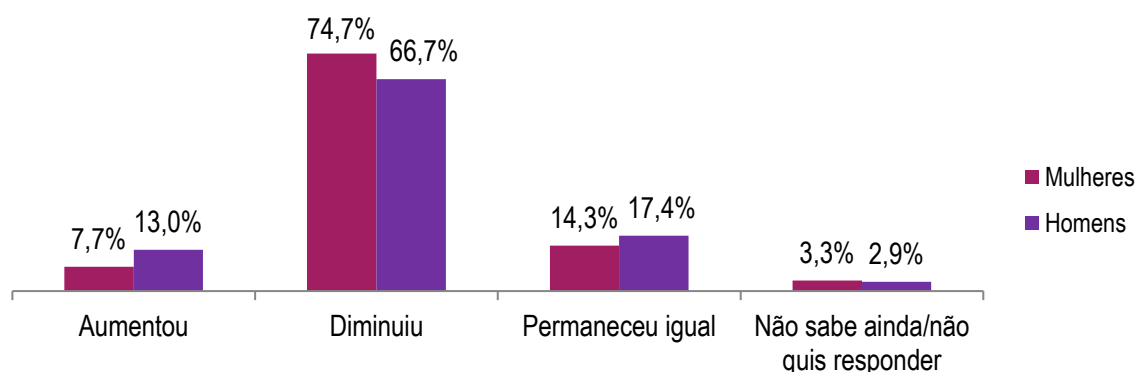
Gráfico 29 – Funcionamento das empresas



Fonte: Pesquisa Sebrae.

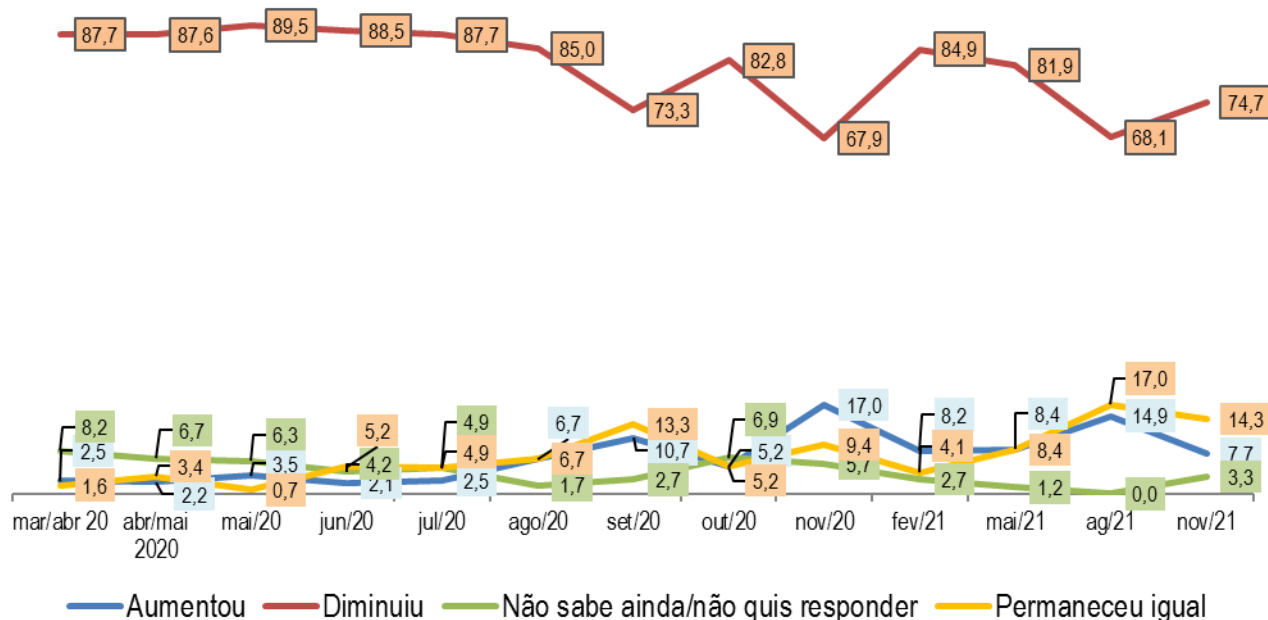
Em termos de faturamento, 74,7% dos negócios liderados de mulheres estão sofrendo redução no seu faturamento, em contraposição de 66,7% de negócios liderados por homens. Por outro lado, 7,7% das empreendedoras tiveram o faturamento aumentado e em 14,3% permaneceu igual. Ao considerar o comportamento do faturamento das empresas lideradas por mulheres desde março de 2020, percebe-se uma instabilidade nesta variável. Em março de 2020, 87,7% das empresas informaram queda no faturamento, em novembro de 2021 esse percentual abaixou para 74,7%, porém, ao longo do período houve variações, o que ainda não permite afirmar que a proporção de empresas com perda no faturamento está em queda (gráficos 30 e 31).

Gráfico 30 – Comportamento do faturamento mensal



Fonte: Pesquisa Sebrae.

Gráfico 31 – Empreendimentos liderados por mulheres - comportamento do faturamento mensal (%)



Fonte: Pesquisa Sebrae.

Entre as empresárias que responderam que o faturamento aumentou, a média de aumento foi de 51,4%, um percentual significativamente superior à média de aumento dos empreendimentos liderados por homens, que foi de 33,8%. Já para as empresárias que responderam que o faturamento diminuiu, a média de redução foi de 43,9%, enquanto nos dos empreendimentos liderados por homens foi de 41,0%.

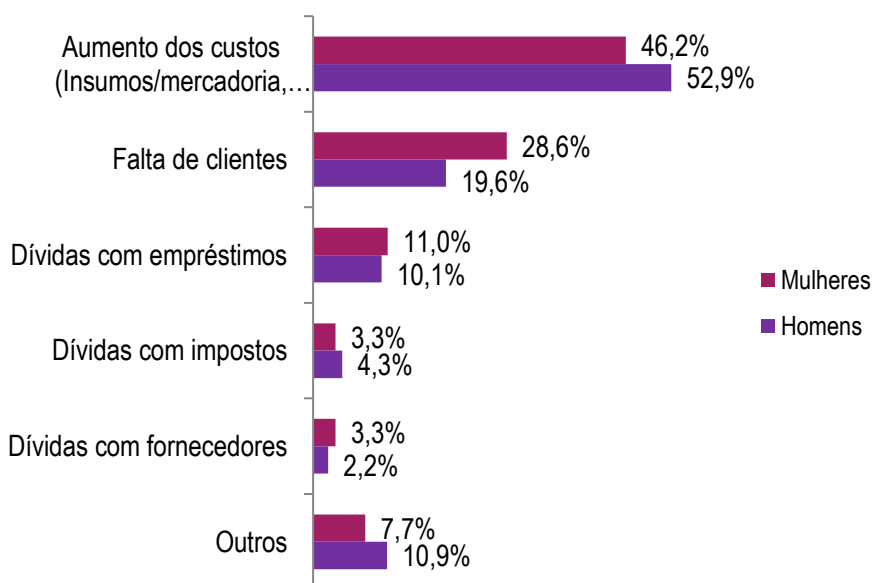
Tabela 16 – Impacto médio no faturamento das empresas (em %)

Descrição	Mulheres	Homens
Aumentou	51,4%	33,8%
Diminuiu	43,9%	41,0%

Fonte: Pesquisa Sebrae.

O aumento dos custos (insumos, mercadorias, combustível, aluguel e energia) é apontado por 46,2% das mulheres como sendo o principal dificultador para a normalização da situação financeira do negócio em relação ao período anterior à pandemia. Em segundo lugar, as empreendedoras indicam a falta de clientes (28,6%), seguida de dívidas com empréstimos (11,0%), como pode ser observado no gráfico 32. Em relação aos empreendimentos liderados por homens, nota-se que as dificuldades seguem a mesma ordem, apresentando apenas diferenças entre os percentuais de indicação, com destaque para: aumento de custos (52,9% para empreendedores e 46,2% para empreendedoras) e falta de clientes (19,6% para empreendedores e 28,6% para empreendedoras).

Gráfico 32 – Dificultadores financeiros da empresa



Fonte: Pesquisa Sebrae.



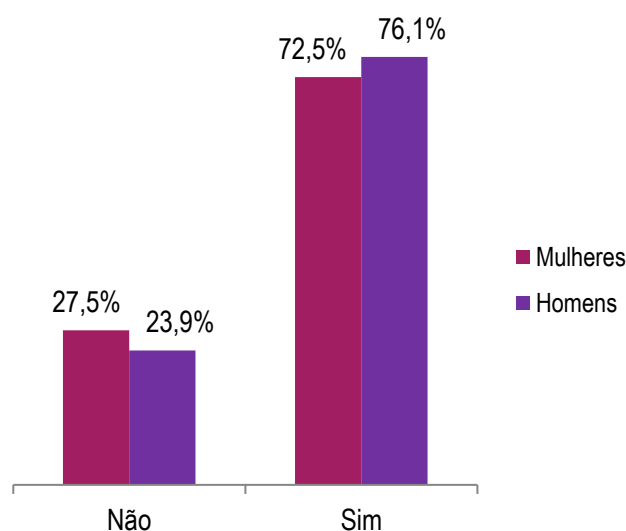
**Anota Aí**

Não deixe para amanhã. Seja protagonista do seu futuro. O Sebrae tem **CURSOS ONLINE** de diversos temas para ajudar na sua capacitação. Do mais básico ao mais avançado, para aquelas que só têm uma ideia de negócio e ainda não partiram pra ação, ou para aquelas que têm uma dúvida específica.

Aproveite! São gratuitos!

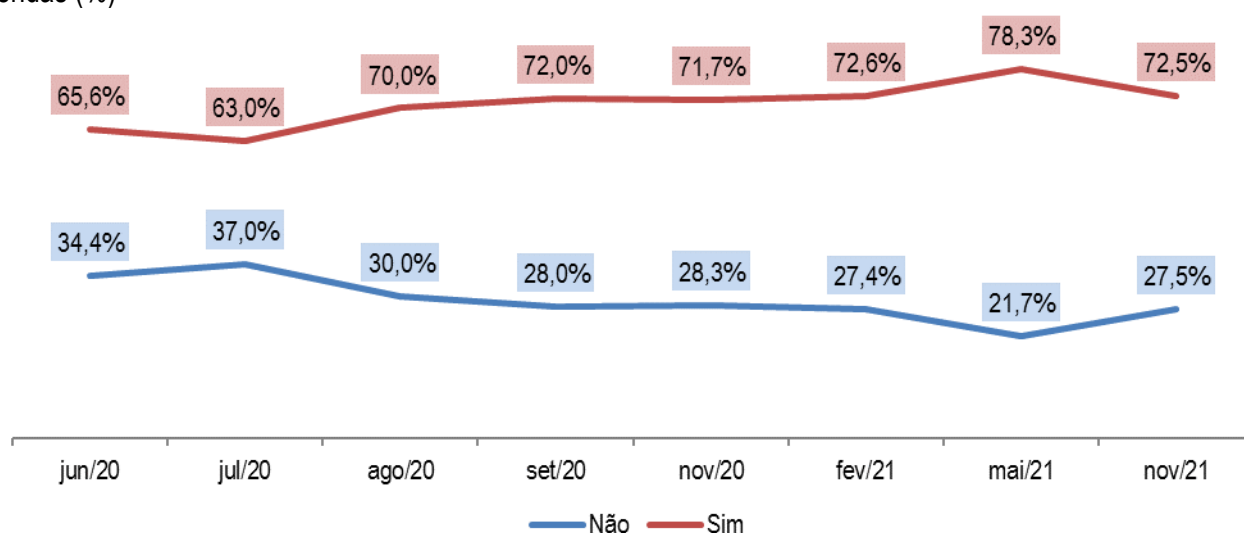
Com relação ao uso de redes sociais, aplicativos ou internet nas estratégias comerciais, observa-se que 72,5% das mulheres e 76,1% dos homens fazem uso das ferramentas em seus estabelecimentos. Por outro lado, 27,5% de negócios de mulheres e 23,9% de homens ainda não utilizam desses meios em suas estratégias comerciais (gráfico 33). Constatou-se um aumento na proporção de empresas lideradas por mulheres que vendem utilizando ferramentas digitais. Em junho de 2020, 65,6% das empreendedoras utilizavam alguma ferramenta digital e esse indicador passou para 72,5% em novembro de 2021.

Gráfico 33 – Utilização de redes sociais, aplicativos ou internet para vendas



Fonte: Pesquisa Sebrae.

Gráfico 34 – Empreendimentos liderados por mulheres – evolução no uso de ferramentas digitais para vendas (%)



Fonte: Pesquisa Sebrae.

O WhatsApp é o aplicativo mais utilizado para vendas, sendo mencionado por 84,8% das mulheres, seguido pelo Instagram (57,6%) e Facebook (37,9%). Entre os homens, 90,5% utilizam WhatsApp, 53,3% Instagram e 38,1% Facebook, conforme pode ser verificado na tabela 17.

Tabela 17 – Redes sociais, aplicativos e outros meios digitais utilizados para vendas (em %)

Descrição	Mulheres	Homens
WhatsApp	84,8	90,5
Instagram	57,6	53,3
Facebook	37,9	38,1
Loja virtual própria	16,7	18,1
Aplicativos de entregas ou serviços em domicílio (iFood, Uber Eats, Rappi, GetNinjas e outros)	6,1	7,6
OLX	6,1	2,9
Outros	24,2	28,6

Fonte: Pesquisa Sebrae.

O WhatsApp for Business é a ferramenta digital mais utilizada: 69,2% das mulheres e 63,0% dos homens fazem uso. Em seguida, as propagandas pagas no Google, Facebook ou Instagram (44,0% das mulheres e 39,1% dos homens); Google Meu negócio (39,6% das mulheres e 36,2% dos homens) e Programas de gestão (37,4% das mulheres e 38,4% entre os homens).

Tabela 18 – Ferramentas digitais utilizadas (em %)

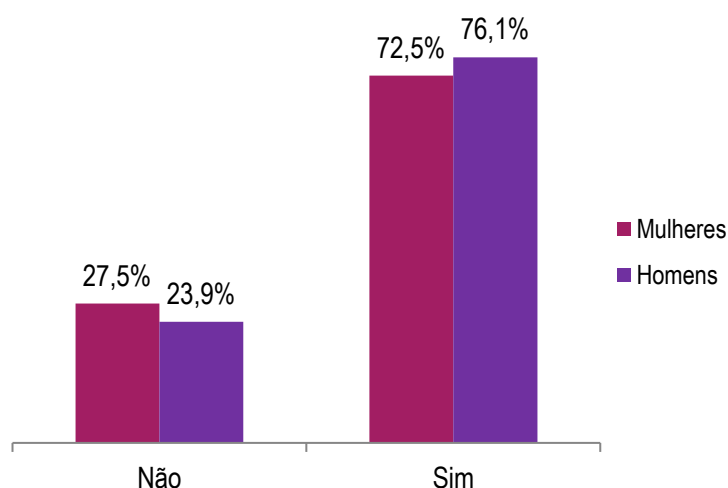
Descrição	Mulheres	Homens
WhatsApp for Business	69,2	63,0
Propagandas pagas no Google, Facebook ou Instagram	44,0	39,1
Google Meu Negócio	39,6	36,2
Programa (software ou aplicativo) de gestão (ERP)	37,4	38,4
Ferramenta para gestão de clientes (CRM)	24,2	18,1
Automação de processos	17,6	15,2

Fonte: Pesquisa Sebrae.

Lançado ao final de 2020, o PIX é aceito por 72,5% dos negócios comandados por mulheres e por 76,1% de homens (gráfico 35), o que demonstra uma alta aceitação por essa modalidade de pagamento entre os empresários.



Gráfico 35 - Utilização de PIX para realizar vendas

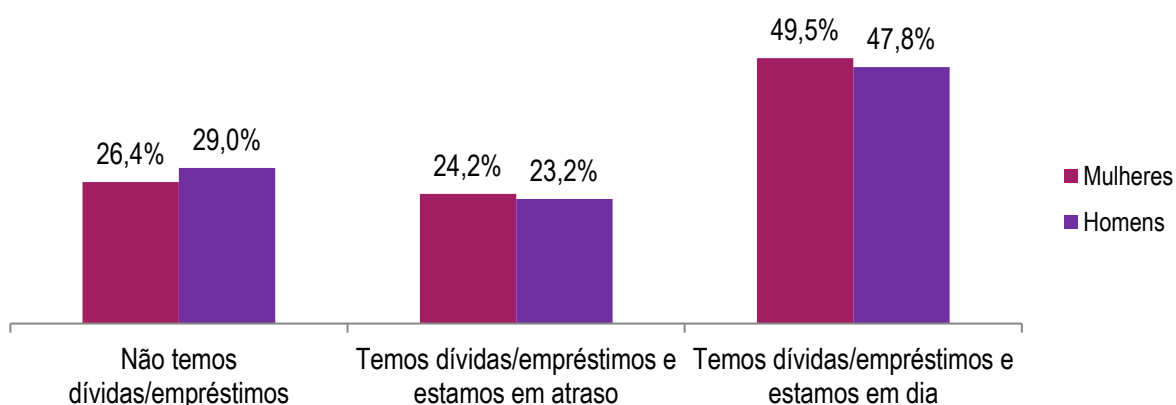


Fonte: Pesquisa Sebrae.

Com relação às dívidas, 49,5% das empresárias entrevistadas informaram que possuem dívidas ou empréstimos que estão com os pagamentos em dia. Ainda, 24,2% informaram que têm dívidas ou empréstimos, mas que estão com pagamentos atrasados e 26,4% informaram que não há dívidas ou empréstimos. Não houve diferença significativa entre gêneros com relação às dívidas ou empréstimos (gráfico 36).

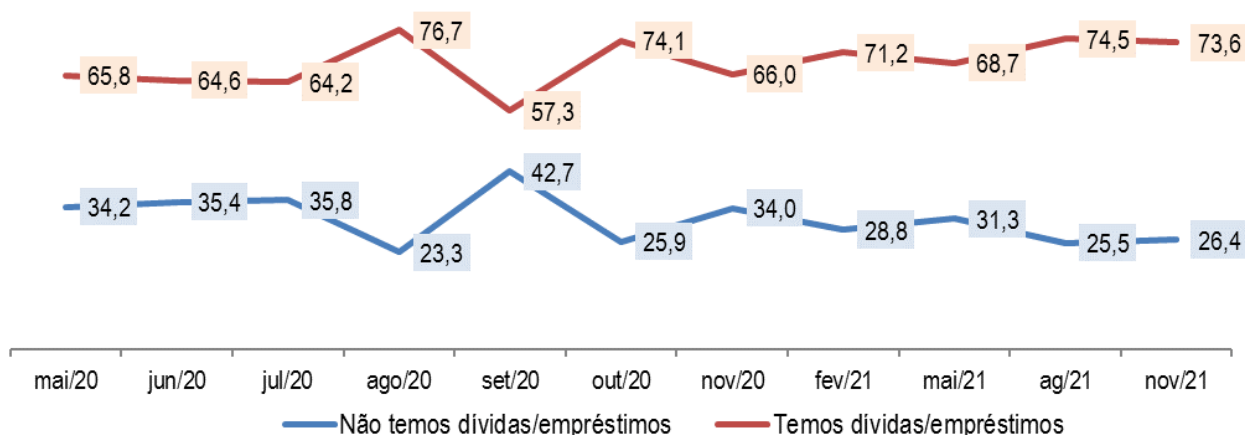
A partir dos resultados apurados ao longo das edições da pesquisa, é possível perceber que um maior quantitativo de empresas lideradas por mulheres aumentou seu endividamento. Em maio de 2020 34,2% das mulheres não tinham dívidas e/ou empréstimos, em novembro de 2021 esse grupo reduziu-se para 26,4%. (gráfico 37).

Gráfico 36 – Existência de dívidas/empréstimos no momento



Fonte: Pesquisa Sebrae.

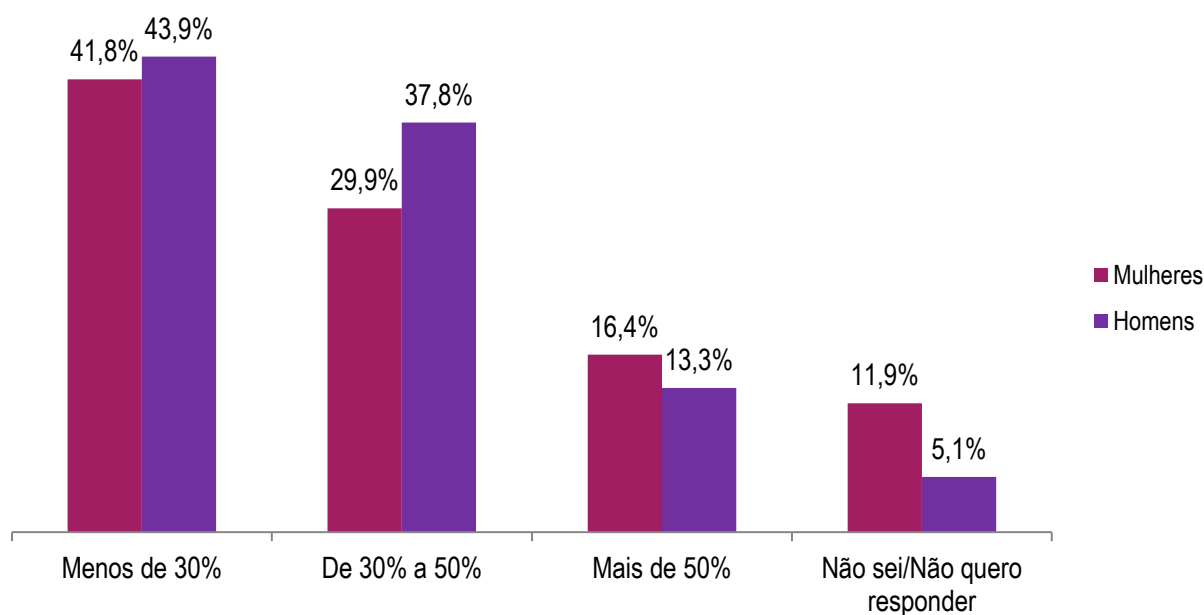
Gráfico 37 – Empreendimentos liderados por mulheres – evolução da existência de dívidas/empréstimos (%)



Fonte: Pesquisa Sebrae.

Entre as empresas que possuem alguma dívida ou empréstimo (considerando as contas que estão em dia e as que estão em atraso), o pagamento dessa dívida representa até 50% do custo mensal para 71,7% das mulheres e 81,7% dos homens (gráfico 38).

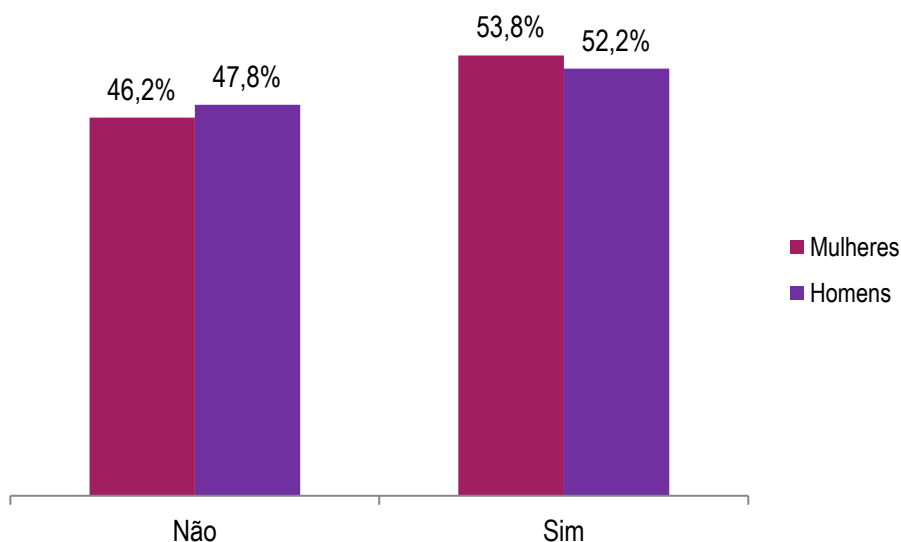
Gráfico 38 – Quanto o pagamento de dívidas/empréstimos representa nos custos mensais da empresa



Fonte: Pesquisa Sebrae.

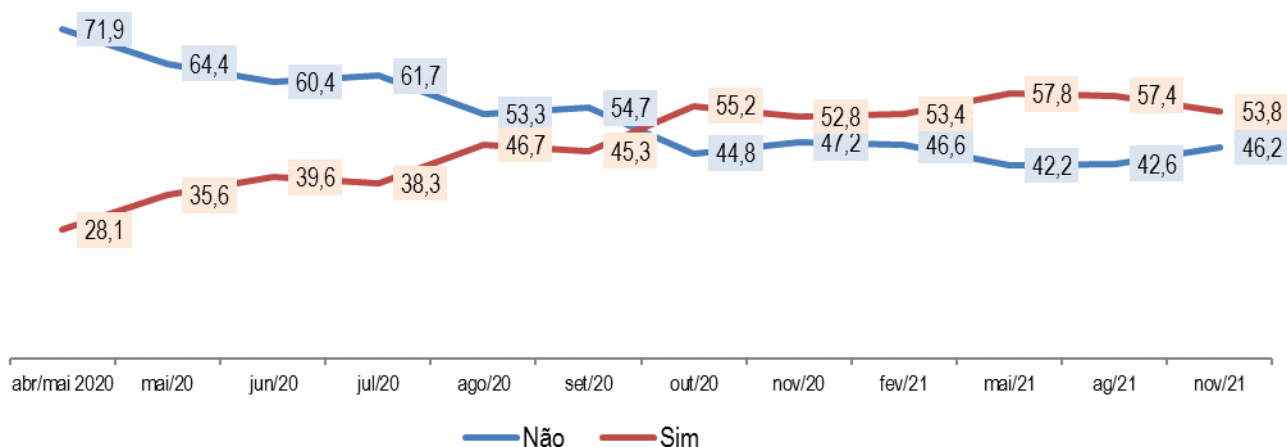
Em relação à busca por empréstimo bancário, 53,8% das mulheres solicitaram algum empréstimo, contra 46,2% que ainda não recorreram a esse recurso. Adicionalmente, percebe-se que no início da pandemia um menor número de mulheres procurou por empréstimo (28,1% procuraram contra 71,9% que não procuraram). Essa situação se inverteu a partir de outubro de 2020, quando a maioria das mulheres buscaram por empréstimo (55,2% contra 44,8% que não buscaram).

Gráfico 39 – Busca por empréstimo bancário para empresa



Fonte: Pesquisa Sebrae.

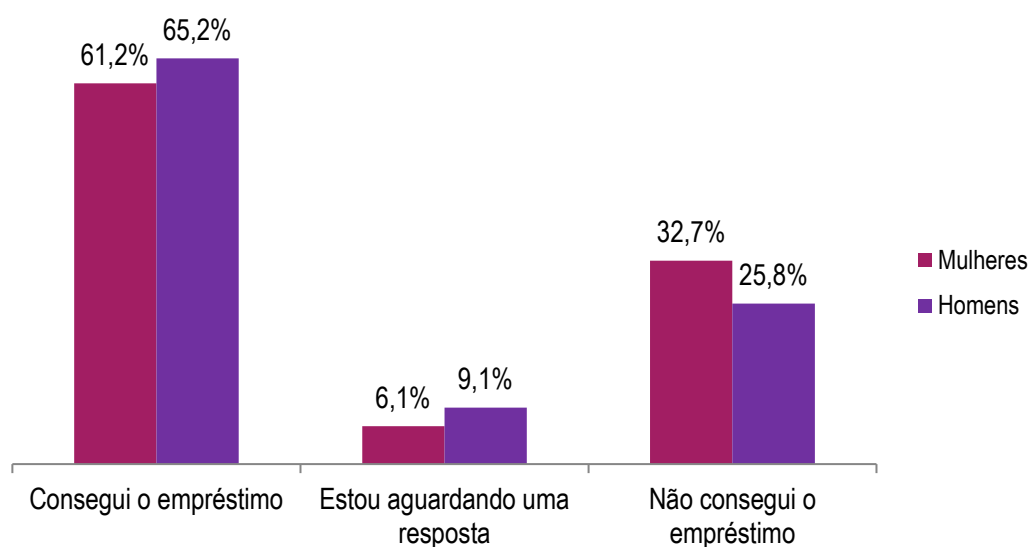
Gráfico 40 – Empreendimentos liderados por mulheres – evolução da busca por empréstimo bancário para empresa (%)



Fonte: Pesquisa Sebrae.

Entre as empresas que solicitaram empréstimo, 61,2% conseguiram, no caso de empresas lideradas por mulheres, e 65,2% para as lideradas por homens, enquanto 32,7% das mulheres e 25,8% dos homens não conseguiram.

Gráfico 41 – Resultado do pedido de empréstimo



Fonte: Pesquisa Sebrae.

Oitenta e três por cento dos empreendimentos liderados por mulheres pretendem fazer algum investimento. Entre os principais tipos de investimento, foram citados por elas: divulgação do negócio (23,7%), ampliação do mix de produtos/serviços (19,7%) e a modernização do negócio (18,4%). No caso de empreendimentos liderados por homens, as respostas obtidas foram semelhantes.

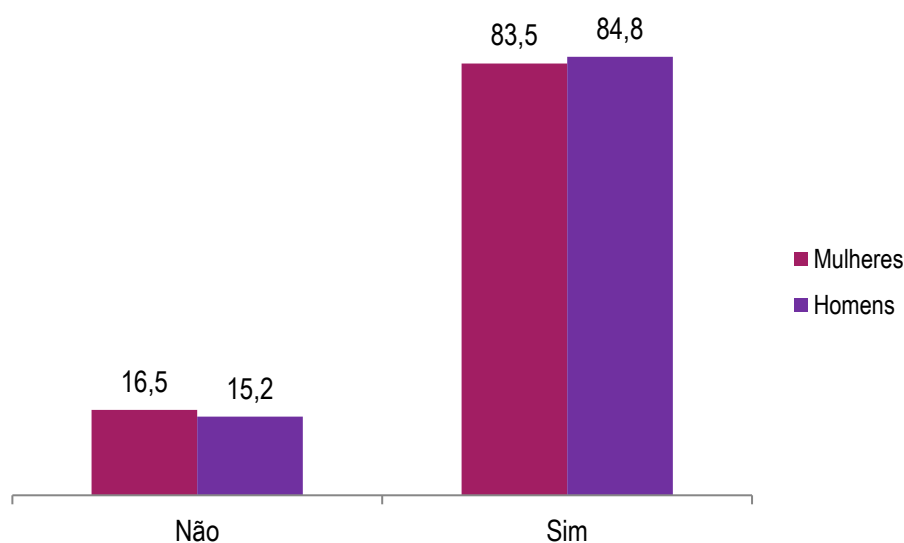


#### Anota Aí

Se você tem dúvidas sobre qual a melhor estratégia para seu negócio, tem tido problemas em entender o seu mercado, não consegue priorizar corretamente as ações que precisa tomar para alcançar o sucesso, ou tem algum problema que não sabe como resolver, talvez você esteja precisando de uma **CONSULTORIA EMPRESARIAL**. O Sebrae oferece consultorias nas áreas de atendimento ao cliente, compras e estoques, empreendedorismo, finanças, gestão de pessoas, inovação, marketing, planejamento e vendas.

Nossos consultores podem ajudar a diagnosticar o que sua empresa precisa, a elaborar um plano de ação e a colocar em prática as soluções adequadas. Quer saber um pouco mais sobre o assunto? Entre em contato conosco!

Gráfico 42 – Pretensão de realizar investimento em 2022 (em %)



Fonte: Pesquisa Sebrae.

Tabela 19 – Realização de Investimentos em 2022 (em %)

Descrição	Mulheres	Homens
Investir na divulgação do negócio	23,7	19,7
Ampliar mix produtos/serviços	19,7	19,7
Modernizar o negócio (novos produtos, novos processos)	18,4	15,4
Ampliar a capacidade produtiva ou de atendimento	14,5	14,5
Própria capacitação	10,5	12,0
Reformar o estabelecimento	10,5	15,4
Capacitação de funcionários	2,6	3,4

Fonte: Pesquisa Sebrae.

Em relação ao estado de espírito das empresárias, 45,1% declararam que ainda tem muitas dificuldades para manter o negócio, em contrapartida, essa opinião representa 34,8% entre os homens. Para 26,4% das mulheres e 22,5% dos homens, os desafios provocaram mudanças que foram valiosas para o negócio. Entre os mais otimistas, 15,4% das mulheres afirmaram que o pior já passou e 13,2% delas estão animadas com as novas oportunidades. Entre os homens, essas opiniões tiveram respectivamente 21,0% e 21,7% de indicações, o que revela um discreto otimismo maior por parte dos homens em relação ao futuro da empresa.

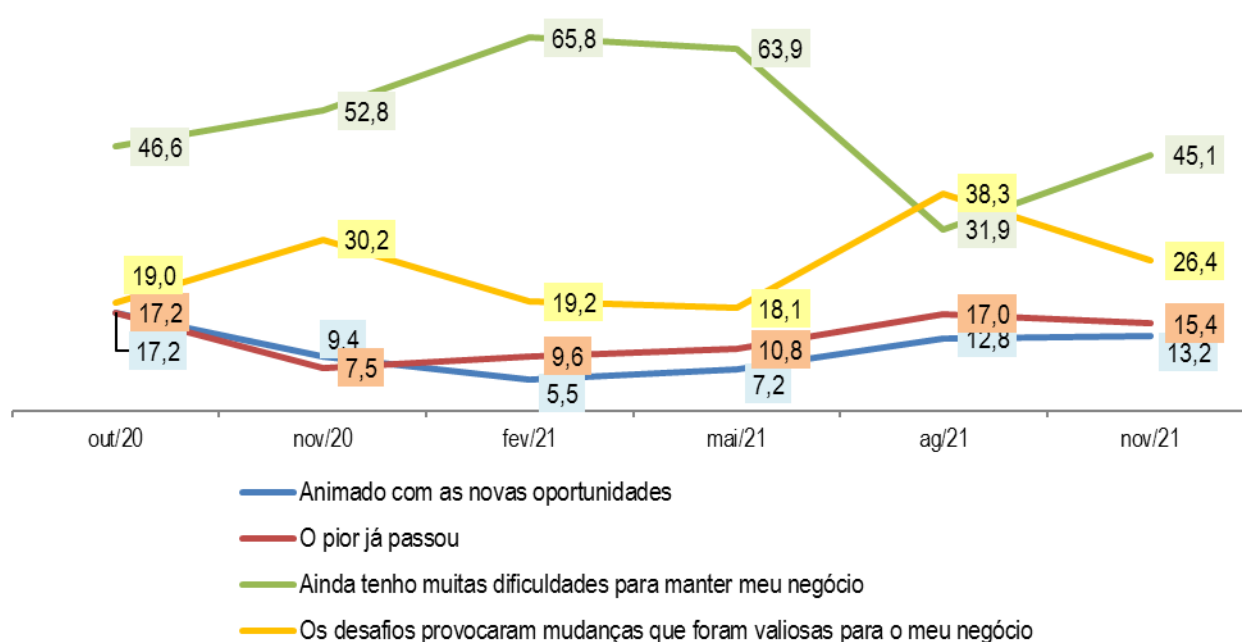
Tabela 20 – Opinião sobre a situação da empresa (em %)

Descrição	Mulheres	Homens
Animado com as novas oportunidades	13,2%	21,7%
O pior já passou	15,4%	21,0%
Ainda tenho muitas dificuldades para manter meu negócio	45,1%	34,8%
Os desafios provocaram mudanças que foram valiosas para o meu negócio	26,4%	22,5%

Fonte: Pesquisa Sebrae.

Quando se avalia a linha do tempo, observa-se uma oscilação da preocupação das empreendedoras em relação ao futuro da empresa. Em outubro de 2020, 46,6% das mulheres afirmaram que ainda estavam com dificuldades para manter o empreendimento. Em fevereiro de 2021 essa preocupação aumentou entre as mulheres e representou 65,8% das respostas. Em agosto de 2022 esse sentimento reduziu-se para 31,9% e na última medição alcançou 45,1% das respostas.

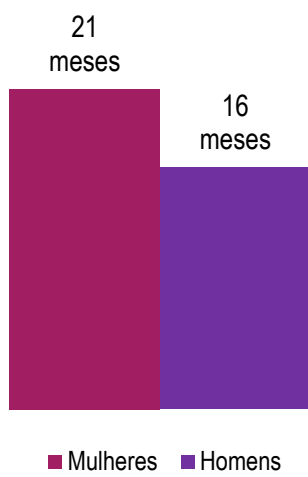
Gráfico 43 – Empreendimentos liderados por mulheres: opinião sobre a situação da empresa (%)



Fonte: Pesquisa Sebrae.

Quando questionados sobre expectativas de retorno à normalidade, em relação à situação econômica, as mulheres informaram que acham que essa normalidade ocorrerá em 21 meses, ou seja, em agosto de 2023, considerando a data da coleta dos dados (novembro/2022). Já entre os homens, houve mais otimismo. Para eles, a normalidade acontecerá em 16 meses, ou seja, em março de 2023.

Gráfico 44 – Expectativa da situação econômica voltar ao normal



Fonte: Pesquisa Sebrae.

# CONSIDERAÇÕES FINAIS



**Luana Sales**

Lu Biju



## MULHERES EMPREENDEDORAS EM GOIÁS



**Empreendedora Luana Sales**  
**Lu Biju**

Ao acompanhar seu companheiro a Porangatu, cidade onde assumiu um cargo de trabalho por concurso público, em 2017, Luana ainda não sabia, mas sua vida iria dar uma guinada muito além da sua mudança de endereço.

Com dificuldades de se recolocar no mercado de trabalho ela, que nunca havia pensado em ter seu próprio negócio, começou a vislumbrar no empreendedorismo uma oportunidade de alcançar novamente sua independência financeira.

Apesar dos recursos iniciais limitados (somente R\$ 1.000,00) e sem conhecer ninguém na cidade, Luana apostou no mercado de bijuterias, comprou alguns produtos, criou perfil no Facebook e no Instagram no nome de seu novo empreendimento e passou a vendê-las em sua própria casa. Lu Biju foi o nome escolhido para o negócio.

Apostar em soluções digitais para a promoção e venda de seus produtos mostrou-se ter sido um grande acerto e, após apenas dois meses, Luana sentiu a necessidade de alugar um espaço comercial para continuar a expansão da sua empresa, melhorar a qualidade de seu atendimento, exposição de produtos e maior alcance.

Luana considera ter os dois pés do chão e conduz o processo de expansão de sua empresa de forma gradual. No começo, trabalhou em sua loja sozinha e aos poucos foi contratando funcionárias e terceirizando algumas atividades. Ao longo dos anos ela expandiu seus negócios, tanto na diversificação de seus produtos quanto em quantidade de lojas.

Ela sabia a importância de se capacitar e buscou junto ao Sebrae cursos de gestão e consultorias financeiras para que ela pudesse melhorar a administração de seu negócio e que este crescesse de forma sustentável. Atualmente ela também atua como uma das diretoras da ACIAP – Associação Comercial Industrial e Agropecuária de Porangatu.

Para conseguir se adaptar às limitações impostas pela pandemia foi necessário que a empreendedora reavaliasse a estrutura da empresa e após isso unificou seus pontos de venda em uma loja, passando a atender tanto o seu público masculino quanto o feminino no mesmo local.

*Começar a vender ou a produzir em casa, quando os recursos iniciais para investir no negócio são pequenos, tem sido uma escolha frequente das pequenas empreendedoras. O caso da Luana é um bom exemplo que demonstra que as ferramentas digitais podem ser um valioso aliado na divulgação de sua empresa/produtos, principalmente nesse primeiro momento.*



## CONSIDERAÇÕES FINAIS

O Sebrae acredita na força das mulheres e no impacto positivo que a liderança feminina tem nos negócios e no mercado. Por esse motivo, tem como um de seus compromissos apoiar as empreendedoras na superação de obstáculos para que elas alcancem a prosperidade em seus negócios. Para que estratégias e políticas de apoio a mulheres sejam desenvolvidas é necessário conhecer bem esse público-alvo e acompanhar as mudanças ocorridas na sociedade, em especial aquelas que as afetem.

O presente estudo trouxe informações importantes para a sociedade em geral e, em específico, para as entidades apoiadoras do empreendedorismo por mulheres. Essas informações podem pautar a discussão de temas relacionados aos desafios das mulheres na gestão de seus empreendimentos.

Do total de empreendedores em Goiás (considerando os que ocupam posição de empregadores e trabalhadores por conta própria), 65% são do sexo masculino e 35% são do sexo feminino. Comparativamente a 2019, em 2020 houve queda de 30,55% no número de mulheres empregadoras, e de 12,49% no número de mulheres empregadas.

As mulheres brancas são maioria entre as empregadoras (49,3%) e as mulheres pardas aparecem em maior número entre as trabalhadoras por conta própria (55,9%) e entre as empregadas (59,5%). A média de idade por perfil ocupacional no estado de Goiás é de 44 anos. Em média, as empreendedoras são dois anos mais jovens que os homens empreendedores (trabalhadores por conta própria e empregadores). Com relação à escolaridade, a maioria das empregadoras (52%) possuem até curso superior. Outra importante constatação foi a diferença de renda média entre mulheres e homens. Enquanto as mulheres empregadoras têm em média uma renda de R\$4,3 mil, os homens empregadores têm em média renda de R\$5,9 mil.

Em relação à constituição de empresas em Goiás, foi possível verificar que, 42% das empresas foram abertas por mulheres e 58% por homens. Ao analisar a constituição das empresas em Goiás nos últimos 41 anos, observa-se que, mesmo representando a minoria, as mulheres mantiveram um crescimento constante, mesmo nos anos da pandemia. As mulheres empreendedoras permanecem sendo a maioria na categoria “comércio varejista” (30%), seguido das categorias “outras atividades de serviços pessoais” (11%) e “alimentação” (10%).

O presente estudo também trouxe algumas constatações a respeito da opinião das mulheres sobre sua atuação como empreendedoras, seus principais anseios e desafios. Em geral, as empreendedoras goianas estão satisfeitas com o trabalho que realizam e o consideram uma oportunidade para utilizar as habilidades que possuem e para conduzir as ações da forma como pensam que devem ser realizadas.

Para a maior parte das mulheres, o trabalho como empreendedora não interfere no seu convívio familiar. Entretanto, o conflito de papéis é reconhecido como uma ameaça potencial, visto que as mulheres casadas encontram mais dificuldades do que os homens para empreender. Elas também consideram que a sociedade concorda que há espaços para as mulheres empreenderem, além de reconhecerem suas competências para desenvolverem suas atividades.

Em geral, as empreendedoras goianas reconhecem as ameaças que enfrentam no seu cotidiano. Elas confirmam: a) existência de desigualdades para empreender; b) dificuldade para lidar com sobrecarga como

empreendedoras; c) dificuldades em controlar suas emoções e ansiedade; d) existência diária de pressão no trabalho. Em meio às dificuldades que as mulheres lidam escolhendo o empreendedorismo como opção de carreira, seus comportamentos se mostram como um caminho de superação, uma vez que persistem mesmo diante dos desafios, buscam superar seus medos, trabalham com empatia e com capacidade de planejamento.

Assim sendo, este estudo trouxe informações sobre os impactos da pandemia sobre os empreendimentos liderados por mulheres. Em maioria, as empresas estão funcionando com adaptações realizadas por causa da pandemia. Mais de 74% dos negócios liderados por mulheres estão sofrendo redução no seu faturamento. O aumento dos custos (insumos, mercadorias, combustível, aluguel e energia) é o que mais tem dificultado as empresas a voltarem à situação financeira que tinham antes da pandemia. Por outro lado, houve um aumento na proporção de empreendedoras que vendem utilizando ferramentas digitais. Atualmente, 72,5% das mulheres declararam utilizar redes sociais, aplicativos ou internet para vendas; e os mais utilizados são: WhatsApp (84,8%), Instagram (57,6%) e Facebook (37,9%).

Detectou-se que um maior quantitativo de empresas lideradas por mulheres aumentou seu endividamento ao longo da pandemia. Mais de 70% das empresárias possuem dívidas ou empréstimos, sendo que, entre elas, 24,2% informaram que o pagamento está em atraso. Demonstrando a preocupação das mulheres com o futuro de suas empresas, em que 45,1% declararam que ainda têm muitas dificuldades para manter o negócio e 26,4% afirmaram que os desafios provocaram mudanças no negócio.

Com relação às expectativas de retorno à normalidade, principalmente em relação à situação econômica, as mulheres acreditam que isso só ocorrerá em agosto de 2023. Já entre os homens, houve mais otimismo. Para eles, a normalidade acontecerá em março de 2023.

Essas informações nos trazem a reflexão de que o empreendedorismo por mulheres ainda apresenta inúmeras barreiras para o seu florescimento. E por acreditar na força das mulheres nos negócios, o Sebrae trabalha para impulsionar ainda mais o empreendedorismo, orientando e inspirando as empreendedoras de todo o estado de Goiás.

## REFERÊNCIAS

EY PARTHENON. **Consumo e Pandemia: as mudanças de hábitos e padrões de comportamento provocados pelo coronavírus**. Revista Veja [on line]. 29 set. 2020. Disponível em: <<https://veja.abril.com.br/insights-list/insight-3/>>. Acesso em: 21 dez. 2021.

FMI. Fundo Monetário Internacional. **A COVID-19 e as diferenças de gênero**. GEORGIEVA, Kristalina et al. Blog. 20. jun. 2020. Disponível em: <<https://www.imf.org/pt/News/Articles/2020/07/20/blog-the-covid-19-gender-gap>>. Acesso em: 28 set. 2020.

HECHAVARRÍA, D. M.; INGRAM, A. E. Entrepreneurial ecosystem conditions and gendered national-level entrepreneurial activity: a 14-year panel study of GEM. **Small Business Economics**, v. 53, n. 2, p. 431–458, 3 ago. 2019.

IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Sistema IBGE de Recuperação Eletrônica (SIDRA). 2020. Disponível em: <[www.sidra.ibge.gov.br](http://www.sidra.ibge.gov.br)>. Acesso em: 17 dez. 2021.

MACHADO, H. P. V et al. Women entrepreneurs: Reasons and difficulties for starting in business. **RAM. Revista de Administração Mackenzie**, v. 17, p. 15-38, 2016.

MEIRELES, F. **GenderBR prevê sexo a partir de nomes próprios brasileiros usando dados do Censo de 2010 do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística**. GitHub, 2018. Disponível em: <<https://github.com/meirelesff/genderBR>>. Acesso: 22 ago. 2021.

NASSIF, V. M. J et al. Influência das Ameaças de Gênero e Comportamento de Superação na Satisfação de Empreendedoras. **Future Studies Research Journal: Trends and Strategies**, v. 12, n. 3, 2020.

ONU NEWS. **Em dia internacional, ONU pede atenção para “sofrimento desproporcional” de mulheres rurais**. 15 out. 2020. Disponível em: <<https://news.un.org/pt/story/2020/10/1729622>>. Acesso em: 11 dez. 2021.

RECEITA FEDERAL. **Dados públicos CNPJ**, 2018. Disponível em: <<https://www.gov.br/receitafederal/pt-br/assuntos/orientacao-tributaria/cadastros/consultas/dados-publicos-cnpj>>. Acesso: 22 julho. 2021.

SEBRAE GOIÁS; UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS. **Perfil da empreendedora goiana: o empreendedorismo por mulheres e seus desafios**. Goiás, 2020.

SEBRAE. O impacto da Covid nos Pequenos Negócios 1ª a 13ª edição. 2021 Disponível em: <https://datasebrae.com.br/covid/>

SEBRAE. Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. **Pandemia interrompe o crescimento da participação das mulheres no empreendedorismo**. Agência Sebrae. 04 mar. 2021. Disponível em: <<http://www.agenciasebrae.com.br/sites/asn/uf/NA/pandemia-interrompe-o-crescimento-da-participacao-das-mulheres-no-empreendedorismo>>. Acesso 1o jan. 2022.

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, p. 44-64, 2016.

# APÊNDICES

## APÊNDICE 1 - NOTA METODOLÓGICA CAPÍTULO I

A pesquisa foi realizada por meio de análise de dados secundários extraídos da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua (PNADc), conduzida pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). A PNADc é uma pesquisa, de amostragem probabilística, que busca acompanhar mudanças na força de trabalho, bem como demais informações que possam contribuir para o desenvolvimento socioeconômico brasileiro. Uma vez que a base é decorrente de pesquisas probabilísticas, cada observação da amostra representa a estimativa de um conjunto da população, o que justifica números irracionais em algumas tabelas. Ademais, pequenas diferenças nos somatórios nas tabelas são consideradas normais.

Foram utilizados os dados do quarto trimestre de 2020 da PNADc. As variáveis de análise da PNADc foram selecionadas a partir do dicionário de dados da pesquisa, disponível no site do IBGE, sendo elas: sexo (V2007), tipo de área (V1023), idade do morador de referência (V2009), cor/raça (V2010), escolaridade (VD3004), posição na ocupação do trabalho principal (VD4007), rendimento no trabalho principal (VD4017).

Com base nessa seleção de variáveis, foram realizados procedimentos de extração e tratamento de dados para o estado de Goiás. As análises foram realizadas por meio do software R e IDE RStudio, aplicando-se o pacote *srvyr*. Em sequência, as estimativas da PNADc, foram comparadas com os resultados decorrentes do estudo lançado no último relatório Perfil da empreendedora goiana: o empreendedorismo por mulheres e seus desafios (2020).

## APÊNDICE 2 - NOTA METODOLÓGICA CAPÍTULO II

Os dados públicos de CNPJ da Receita Federal (2021) são disponibilizados por meio da página: <https://www.gov.br/receitafederal/pt-br/assuntos/orientacao-tributaria/cadastros/consultas/dados-publicos-cnpj>. Os dados são organizados em três estruturas de dados: empresa, estabelecimento e sócio. A partir da união dessas bases foi construído um banco único contendo as variáveis necessárias para conduzir as análises. O quadro 1 apresenta um resumo das variáveis selecionadas para esta análise.

Quanto aos procedimentos para o tratamento dos dados, primeiro, foram mantidos apenas registros de criação de empresas do estado de Goiás e com situação cadastral ativa. Após isso, naquelas empresas de naturezas jurídicas que permitem múltiplos sócios, foi aplicado um filtro para manter apenas observações de empreendedores que estavam no momento de fundação da empresa.

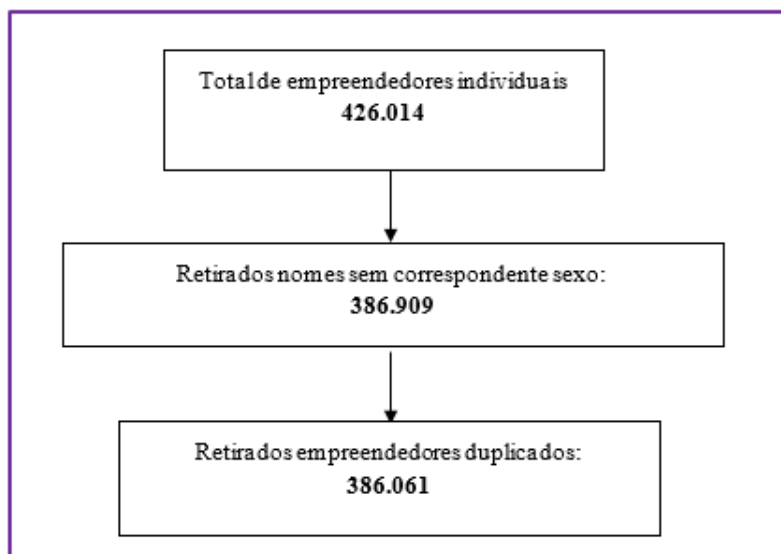
Quadro 1 – Descrição das variáveis utilizadas – Dados públicos da Receita Federal

Variáveis	Tipo de Variável
CNPJ básico	Categórica
Situação cadastral	Categórica
Data da situação cadastral	Data
Data de início da atividade	Data
Código de atividade econômica	Categórica
Município	Categórica
Qualificação do responsável	Categórica
Nome do sócio	Categórica
Data que o sócio entrou na sociedade	Data

Fonte: UFG, 2021.

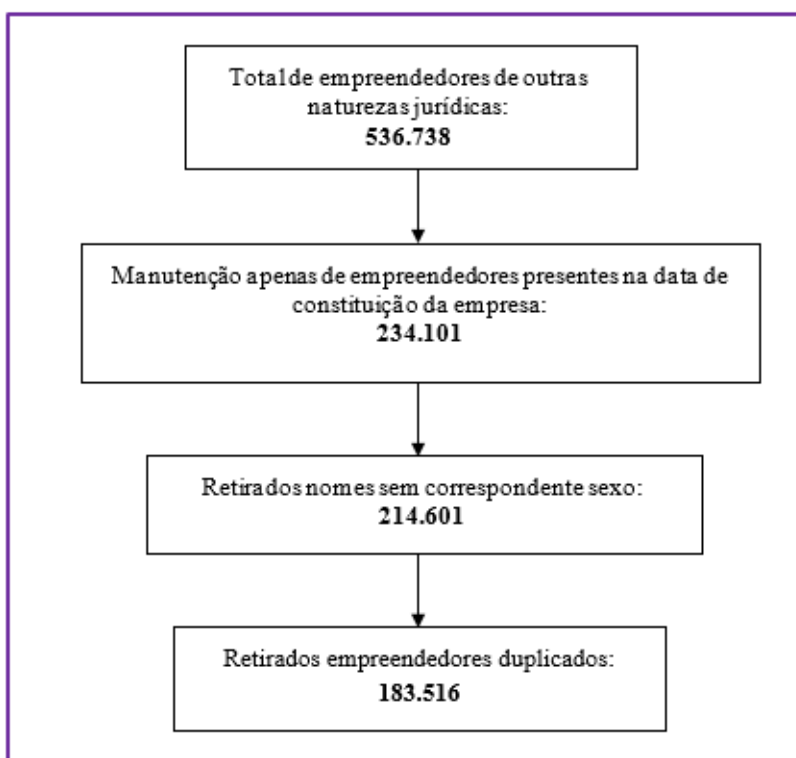
Por fim, tendo em vista que a unidade de análise deste relatório são os empreendedores, fez-se necessário no tratamento dos dados a identificação do sexo, pois a base não possui uma variável que indique esse aspecto. Para realizar esse procedimento, foi utilizado o pacote genderBR da linguagem R, criado por Fernando Meireles (2018), para prever o sexo por meio dos nomes dos empreendedores que constam na base. Nomes incomuns não foram apurados pela técnica, por isso, para os empreendedores de natureza jurídica empresário individual, o algoritmo conseguiu associar o sexo a 90% dos nomes, para as demais naturezas jurídicas, o algoritmo conseguiu prever 91,6%. Ademais, como a unidade de análise é o empreendedor, foram retirados casos de duplicatas de registros de um empreendedor para múltiplas empresas em um mesmo município. Nas figuras 1 e 2 estão detalhadas as etapas de tratamento e a amostra mantida para cada etapa.

Figura 1: Descrição das etapas de tratamento dos empreendedores individuais e a amostra mantida para cada etapa



Fonte: UFG, 2021. Base de dados da Receita Federal.

Figura 2: Descrição das etapas de tratamento dos empreendedores das demais naturezas jurídicas e a amostra mantida para cada etapa



Fonte: UFG, 2021. Base de dados da Receita Federal.

Após os tratamentos dos dados, foram conduzidas análises de frequência da participação de mulheres por divisão de CNAE em Goiás, natureza jurídica e município. Quanto ao procedimento para identificar distribuição do empreendedorismo por mulheres por município, além da frequência entre homens e mulheres, foi conduzida uma análise ponderada considerando o total de habitantes de ambos os sexos. Assim, foi possível identificar o número de empreendedoras para cada 100 indivíduos do sexo feminino no município.

Os tratamentos dos dados e análises foram realizados usando a linguagem R com a extensão RStudio e para transformar os dados encontrados em gráficos e tabelas, foi utilizado o software Excel. O mapa de calor apresentado nas figuras 3 e 4 foi desenvolvido com o software aberto QGIS.

Finalmente é importante destacar, que na elaboração deste relatório algumas mudanças metodológicas ocorreram em relação à última publicação: não foram consideradas empresas de natureza jurídica pública ou associada a Organizações Internacionais e Outras Instituições Extraterritoriais; foram retirados da amostra empreendedores que possuem mais de uma empresa registrada em um mesmo município para evitar dupla contagem de empreendedores. Por isso, não é possível aplicar comparações entre o presente relatório e o do ano anterior.



**APÊNDICE 3 - Proporção de mulheres e homens por CNAE (em ordem decrescente da participação feminina)**

CNAE	Número de empreendedores			Participação (%)	
	Mulheres	Homens	Total	Mulheres	Homens
CORREIO E OUTRAS ATIVIDADES DE ENTREGA	396	4071	4467	9%	91%
SERVIÇOS ESPECIALIZADOS PARA CONSTRUÇÃO	3259	29527	32786	10%	90%
TRANSPORTE AÉREO	3	26	29	10%	90%
ARMAZENAMENTO E ATIVIDADES AUXILIARES DOS TRANSPORTES	713	4200	4913	15%	85%
FABRICAÇÃO DE PRODUTOS DE METAL EXCETO MÁQUINAS E EQUIPAMENTOS	1007	5477	6484	16%	84%
FABRICAÇÃO DE MÓVEIS	643	3297	3940	16%	84%
REPARAÇÃO E MANUTENÇÃO DE EQUIPAMENTOS DE INFORMÁTICA E COMUNICAÇÃO E DE OBJETOS PESSOAIS E DOMÉSTICOS	1596	7626	9222	17%	83%
MANUTENÇÃO REPARAÇÃO E INSTALAÇÃO DE MÁQUINAS E EQUIPAMENTOS	1010	4563	5573	18%	82%
TRANSPORTE TERRESTRE	3972	17571	21543	18%	82%
COMÉRCIO E REPARAÇÃO DE VEÍCULOS AUTOMOTORES E MOTOCICLETAS	6260	24732	30992	20%	80%
FABRICAÇÃO DE EQUIPAMENTOS DE INFORMÁTICA PRODUTOS ELETRÔNICOS E ÓPTICOS	16	61	77	21%	79%
ATIVIDADES DOS SERVIÇOS DE TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO	499	1828	2327	21%	79%
FABRICAÇÃO DE PRODUTOS DE MADEIRA	971	3417	4388	22%	78%
SERVIÇOS PARA EDIFÍCIOS E ATIVIDADES PAISAGÍSTICAS	848	2973	3821	22%	78%
FABRICAÇÃO DE COQUE DE PRODUTOS DERIVADOS DO PETRÓLEO E DE BIOCOMBUSTÍVEIS	18	62	80	23%	78%
ATIVIDADES ARTÍSTICAS CRIATIVAS E DE ESPETÁCULOS	463	1588	2051	23%	77%
ELETRICIDADE GÁS E OUTRAS UTILIDADES	50	171	221	23%	77%
TELECOMUNICAÇÕES	336	1124	1460	23%	77%
FABRICAÇÃO DE VEÍCULOS AUTOMOTORES REBOQUES E CARROCERIAS	100	323	423	24%	76%

CNAE	Número de empreendedores			Participação (%)	
	Mulheres	Homens	Total	Mulheres	Homens
FABRICAÇÃO DE PRODUTOS FARMOQUÍMICOS E FARMACÊUTICOS	37	118	155	24%	76%
TRANSPORTE AQUAVIÁRIO	18	56	74	24%	76%
ATIVIDADES DE VIGILÂNCIA SEGURANÇA E INVESTIGAÇÃO	174	535	709	25%	75%
OBRAS DE INFRAESTRUTURA	292	879	1171	25%	75%
METALURGIA	15	42	57	26%	74%
COLETA TRATAMENTO E DISPOSIÇÃO DE RESÍDUOS RECUPERAÇÃO DE MATERIAIS	422	1145	1567	27%	73%
CONSTRUÇÃO DE EDIFÍCIOS	2337	6209	8546	27%	73%
ATIVIDADES DE RÁDIO E DE TELEVISÃO	72	188	260	28%	72%
ATIVIDADES CINEMATOGRAFICAS PRODUÇÃO DE VÍDEOS E DE PROGRAMAS DE TELEVISÃO GRAVAÇÃO DE SOM E EDIÇÃO DE MÚSICA	433	1098	1531	28%	72%
PESQUISA E DESENVOLVIMENTO CIENTÍFICO	66	166	232	28%	72%
FABRICAÇÃO DE MÁQUINAS APARELHOS E MATERIAIS ELÉTRICOS	36	89	125	29%	71%
ATIVIDADES DE ORGANIZAÇÕES ASSOCIATIVAS	1492	3651	5143	29%	71%
CAPTAÇÃO TRATAMENTO E DISTRIBUIÇÃO DE ÁGUA	16	39	55	29%	71%
SERVIÇOS DE ARQUITETURA E ENGENHARIA TESTES E ANÁLISES TÉCNICAS	1273	2907	4180	30%	70%
FABRICAÇÃO DE PRODUTOS DE MINERAIS NÃO METÁLICOS	727	1658	2385	30%	70%
FABRICAÇÃO DE MÁQUINAS E EQUIPAMENTOS	86	194	280	31%	69%
ESGOTO E ATIVIDADES RELACIONADAS	54	119	173	31%	69%
ATIVIDADES JURÍDICAS DE CONTABILIDADE E DE AUDITORIA	1994	4323	6317	32%	68%
FABRICAÇÃO DE PRODUTOS DO FUMO	77	165	242	32%	68%
COMÉRCIO POR ATACADO EXCETO VEÍCULOS AUTOMOTORES E MOTOCICLETAS	5290	11140	16430	32%	68%
ATIVIDADES DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE INFORMAÇÃO	346	723	1069	32%	68%
IMPRESSÃO E REPRODUÇÃO DE GRAVAÇÕES	685	1395	2080	33%	67%

CNAE	Número de empreendedores			Participação (%)	
	Mulheres	Homens	Total	Mulheres	Homens
ATIVIDADES ESPORTIVAS E DE RECREAÇÃO E LAZER	915	1816	2731	34%	66%
FABRICAÇÃO DE OUTROS EQUIPAMENTOS DE TRANSPORTE EXCETO VEÍCULOS AUTOMOTORES	16	31	47	34%	66%
ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA DEFESA E SEGURIDADE SOCIAL	15	29	44	34%	66%
FABRICAÇÃO DE PRODUTOS DE BORRACHA E DE MATERIAL PLÁSTICO	202	378	580	35%	65%
OUTRAS ATIVIDADES PROFISSIONAIS CIENTÍFICAS E TÉCNICAS	1637	2980	4617	35%	65%
FABRICAÇÃO DE PRODUTOS QUÍMICOS	157	281	438	36%	64%
PREPARAÇÃO DE COUROS E FABRICAÇÃO DE ARTEFATOS DE COURO ARTIGOS PARA VIAGEM E CALÇADOS	1095	1914	3009	36%	64%
ATIVIDADES IMOBILIÁRIAS	2217	3827	6044	37%	63%
FABRICAÇÃO DE BEBIDAS	560	963	1523	37%	63%
ALUGUÉIS NÃO IMOBILIÁRIOS E GESTÃO DE ATIVOS INTANGÍVEIS NÃO FINANCEIROS	1909	3160	5069	38%	62%
ATIVIDADES DE EXPLORAÇÃO DE JOGOS DE AZAR E APOSTAS	5	8	13	38%	62%
SELEÇÃO AGENCIAMENTO E LOCAÇÃO DE MÃO DE OBRA	57	90	147	39%	61%
ATIVIDADES AUXILIARES DOS SERVIÇOS FINANCEIROS SEGUROS PREVIDÊNCIA COMPLEMENTAR E PLANOS DE SAÚDE	869	1252	2121	41%	59%
ATIVIDADES DE SERVIÇOS FINANCEIROS	2319	3195	5514	42%	58%
SERVIÇOS DE ASSISTÊNCIA SOCIAL SEM ALOJAMENTO	158	215	373	42%	58%
PUBLICIDADE E PESQUISA DE MERCADO	8649	11735	20384	42%	58%
EDIÇÃO E EDIÇÃO INTEGRADA À IMPRESSÃO	1277	1644	2921	44%	56%
SERVIÇOS DE ESCRITÓRIO DE APOIO ADMINISTRATIVO E OUTROS SERVIÇOS PRESTADOS PRINCIPALMENTE ÀS EMPRESAS	9916	11792	21708	46%	54%
ATIVIDADES LIGADAS AO PATRIMÔNIO CULTURAL E AMBIENTAL	17	20	37	46%	54%
ATIVIDADES DE SEDES DE EMPRESAS E DE CONSULTORIA EM GESTÃO EMPRESARIAL	2322	2730	5052	46%	54%

CNAE	Número de empreendedores			Participação (%)	
	Mulheres	Homens	Total	Mulheres	Homens
ATIVIDADES VETERINÁRIAS	249	288	537	46%	54%
AGÊNCIAS DE VIAGENS OPERADORES TURÍSTICOS E SERVIÇOS DE RESERVAS	880	971	1851	48%	52%
ALOJAMENTO	1275	1373	2648	48%	52%
DESCONTAMINAÇÃO E OUTROS SERVIÇOS DE GESTÃO DE RESÍDUOS	3	3	6	50%	50%
ATIVIDADES DE ATENÇÃO À SAÚDE HUMANA	7811	7774	15585	50%	50%
COMÉRCIO VAREJISTA	72971	71092	144063	51%	49%
SEGUROS RESSEGUROS PREVIDÊNCIA COMPLEMENTAR E PLANOS DE SAÚDE	36	34	70	51%	49%
EDUCAÇÃO	8380	7837	16217	52%	48%
ALIMENTAÇÃO	23346	21346	44692	52%	48%
FABRICAÇÃO DE PRODUTOS ALIMENTÍCIOS	5625	4195	9820	57%	43%
FABRICAÇÃO DE PRODUTOS DIVERSOS	1989	1447	3436	58%	42%
FABRICAÇÃO DE PRODUTOS TÊXTEIS	1604	1014	2618	61%	39%
CONFECÇÃO DE ARTIGOS DO VESTUÁRIO E ACESSÓRIOS	10578	4154	14732	72%	28%
FABRICAÇÃO DE CELULOSE PAPEL E PRODUTOS DE PAPEL	363	140	503	72%	28%
OUTRAS ATIVIDADES DE SERVIÇOS PESSOAIS	26795	8695	35490	76%	24%
ATIVIDADES DE ATENÇÃO À SAÚDE HUMANA INTEGRADAS COM ASSISTÊNCIA SOCIAL PRESTADAS EM RESIDÊNCIAS COLETIVAS E PARTICULARES	1888	471	2359	80%	20%
SERVIÇOS DOMÉSTICOS	4540	362	4902	93%	7%

Fonte: UFG, 2021.

**APÊNDICE 4 - Proporção de mulheres e homens por município (em ordem alfabética)**

Município	Número de Empreendedores			Participação (%)		Ranking
	Mulheres	Homens	Total	Mulheres	Homens	
ABADIA DE GOIÁS	423	682	1105	38%	62%	215
ABADIÂNIA	376	691	1067	35%	65%	236
ACREÚNA	674	996	1670	40%	60%	164
ADELÂNDIA	53	81	134	40%	60%	193
ÁGUA FRIA DE GOIÁS	91	156	247	37%	63%	226
ÁGUA LIMPA	50	75	125	40%	60%	178
ÁGUAS LINDAS DE GOIÁS	4036	6093	10129	40%	60%	187
ALEXÂNIA	767	1219	1986	39%	61%	209
ALOÂNDIA	60	84	144	42%	58%	133
ALTO HORIZONTE	195	311	506	39%	61%	210
ALTO PARAÍSO DE GOIÁS	758	756	1514	50%	50%	5
ALVORADA DO NORTE	238	354	592	40%	60%	170
AMARALINA	51	62	113	45%	55%	35
AMERICANO DO BRASIL	137	199	336	41%	59%	154
AMORINÓPOLIS	54	55	109	50%	50%	7
ANÁPOLIS	15576	20392	35968	43%	57%	78
ANHANGUERA	32	38	70	46%	54%	25
ANICUNS	640	802	1442	44%	56%	58
APARECIDA DE GOIÂNIA	15979	23784	39763	40%	60%	171
APARECIDA DO RIO DOCE	86	112	198	43%	57%	76
APOREÍ	120	129	249	48%	52%	12
ARAÇU	137	176	313	44%	56%	67
ARAGARÇAS	464	672	1136	41%	59%	150
ARAGOIÂNIA	295	449	744	40%	60%	188

Município	Número de Empreendedores			Participação (%)		Ranking
	Mulheres	Homens	Total	Mulheres	Homens	
<b>ARAGUAPAZ</b>	139	219	358	39%	61%	208
<b>ARENÓPOLIS</b>	75	91	166	45%	55%	34
<b>ARUANÃ</b>	234	328	562	42%	58%	137
<b>AURILÂNDIA</b>	77	102	179	43%	57%	92
<b>AVELINÓPOLIS</b>	73	108	181	40%	60%	165
<b>BALIZA</b>	47	74	121	39%	61%	207
<b>BARRO ALTO</b>	245	334	579	42%	58%	114
<b>BELA VISTA DE GOIÁS</b>	901	1323	2224	41%	59%	159
<b>BOM JARDIM DE GOIÁS</b>	179	237	416	43%	57%	91
<b>BOM JESUS DE GOIÁS</b>	564	772	1336	42%	58%	116
<b>BONFINÓPOLIS</b>	285	399	684	42%	58%	134
<b>BONÓPOLIS</b>	99	143	242	41%	59%	148
<b>BRAZABRANTES</b>	131	153	284	46%	54%	21
<b>BRITÂNIA</b>	167	295	462	36%	64%	234
<b>BURITI ALEGRE</b>	296	400	696	43%	57%	107
<b>BURITI DE GOIÁS</b>	80	105	185	43%	57%	80
<b>BURITINÓPOLIS</b>	45	70	115	39%	61%	200
<b>CABECEIRAS</b>	169	233	402	42%	58%	121
<b>CACHOEIRA ALTA</b>	280	342	622	45%	55%	41
<b>CACHOEIRA DE GOIÁS</b>	30	47	77	39%	61%	205
<b>CACHOEIRA DOURADA</b>	223	277	500	45%	55%	48
<b>CAÇU</b>	512	761	1273	40%	60%	169
<b>CAIAPÔNIA</b>	420	539	959	44%	56%	64
<b>CALDAS NOVAS</b>	4902	5977	10879	45%	55%	37
<b>CALDAZINHA</b>	71	114	185	38%	62%	213
<b>CAMPESTRE DE GOIÁS</b>	82	119	201	41%	59%	151

Município	Número de Empreendedores			Participação (%)		Ranking
	Mulheres	Homens	Total	Mulheres	Homens	
CAMPINAÇU	57	79	136	42%	58%	124
CAMPINORTE	391	470	861	45%	55%	28
CAMPO ALEGRE DE GOIÁS	276	333	609	45%	55%	30
CAMPO LIMPO DE GOIÁS	183	267	450	41%	59%	157
CAMPOS BELOS	642	799	1441	45%	55%	51
CAMPOS VERDES	97	180	277	35%	65%	238
CARMO DO RIO VERDE	239	272	511	47%	53%	16
CASTELÂNDIA	56	75	131	43%	57%	98
CATALÃO	4665	5560	10225	46%	54%	27
CATURAÍ	131	203	334	39%	61%	199
CAVALCANTE	234	295	529	44%	56%	59
CERES	884	1309	2193	40%	60%	166
CEZARINA	247	332	579	43%	57%	104
CHAPADÃO DO CÉU	520	650	1170	44%	56%	56
CIDADE OCIDENTAL	2077	2855	4932	42%	58%	117
COCALZINHO DE GOIÁS	398	656	1054	38%	62%	219
COLINAS DO SUL	67	88	155	43%	57%	81
CORREGO DO OURO	44	69	113	39%	61%	206
CORUMBÁ DE GOIÁS	209	359	568	37%	63%	227
CORUMBAÍBA	251	448	699	36%	64%	235
CRISTALINA	1449	2321	3770	38%	62%	211
CRISTIANÓPOLIS	144	186	330	44%	56%	71
CRIXÁS	420	482	902	47%	53%	18
CROMÍNIA	109	147	256	43%	57%	106
CUMARI	92	100	192	48%	52%	13
DAMIANÓPOLIS	79	94	173	46%	54%	26

Município	Número de Empreendedores			Participação (%)		Ranking
	Mulheres	Homens	Total	Mulheres	Homens	
<b>DAMOLÂNDIA</b>	125	167	292	43%	57%	96
<b>DAVINÓPOLIS</b>	46	80	126	37%	63%	229
<b>DIORAMA</b>	39	68	107	36%	64%	231
<b>DIVINÓPOLIS DE GOIÁS</b>	84	89	173	49%	51%	11
<b>DOVERLÂNDIA</b>	165	221	386	43%	57%	99
<b>EDEALINA</b>	121	165	286	42%	58%	115
<b>EDÉIA</b>	341	478	819	42%	58%	138
<b>ESTRELA DO NORTE</b>	106	134	240	44%	56%	61
<b>FAINA</b>	150	203	353	42%	58%	108
<b>FAZENDA NOVA</b>	160	223	383	42%	58%	130
<b>FIRMINÓPOLIS</b>	497	542	1039	48%	52%	14
<b>FLORES DE GOIÁS</b>	132	222	354	37%	63%	222
<b>FORMOSA</b>	3029	4649	7678	39%	61%	196
<b>FORMOSO</b>	158	187	345	46%	54%	24
<b>GAMELEIRA DE GOIÁS</b>	55	110	165	33%	67%	241
<b>GOIANÁPOLIS</b>	334	503	837	40%	60%	184
<b>GOIANDIRA</b>	202	203	405	50%	50%	6
<b>GOIANÉSIA</b>	2307	3062	5369	43%	57%	94
<b>GOIÂNIA</b>	76835	101270	178105	43%	57%	84
<b>GOIANIRA</b>	1664	2236	3900	43%	57%	102
<b>GOIÁS</b>	642	849	1491	43%	57%	86
<b>GOIATUBA</b>	1077	1482	2559	42%	58%	118
<b>GOUVELÂNDIA</b>	186	183	369	50%	50%	4
<b>GUAPÓ</b>	417	550	967	43%	57%	85
<b>GUARAÍTA</b>	54	81	135	40%	60%	177
<b>GUARANI DE GOIÁS</b>	29	81	110	26%	74%	246



Município	Número de Empreendedores			Participação (%)		Ranking
	Mulheres	Homens	Total	Mulheres	Homens	
<b>GUARINOS</b>	38	48	86	44%	56%	60
<b>HEITORAÍ</b>	51	102	153	33%	67%	242
<b>HIDROLÂNDIA</b>	730	1060	1790	41%	59%	153
<b>HIDROLINA</b>	89	121	210	42%	58%	113
<b>IACIARA</b>	192	378	570	34%	66%	240
<b>INACIOLÂNDIA</b>	156	189	345	45%	55%	33
<b>INDIARA</b>	388	570	958	41%	59%	161
<b>INHUMAS</b>	1769	2659	4428	40%	60%	183
<b>IPAMERI</b>	855	1162	2017	42%	58%	112
<b>IPIRANGA DE GOIÁS</b>	48	75	123	39%	61%	202
<b>IPORÁ</b>	1201	1803	3004	40%	60%	181
<b>ISRAELÂNDIA</b>	57	71	128	45%	55%	53
<b>ITABERAÍ</b>	1287	1917	3204	40%	60%	172
<b>ITAGUARI</b>	211	246	457	46%	54%	20
<b>ITAGUARU</b>	178	186	364	49%	51%	9
<b>ITAJÁ</b>	167	230	397	42%	58%	119
<b>ITAPACI</b>	593	772	1365	43%	57%	75
<b>ITAPIRAPUÃ</b>	197	254	451	44%	56%	69
<b>ITAPURANGA</b>	925	1188	2113	44%	56%	66
<b>ITARUMÃ</b>	149	257	406	37%	63%	228
<b>ITAUÇU</b>	300	431	731	41%	59%	147
<b>ITUMBIARA</b>	4188	5164	9352	45%	55%	44
<b>IVOLÂNDIA</b>	38	82	120	32%	68%	244
<b>JANDAIA</b>	152	221	373	41%	59%	155
<b>JARAGUÁ</b>	1469	2141	3610	41%	59%	156
<b>JATAÍ</b>	3723	5620	9343	40%	60%	186

Município	Número de Empreendedores			Participação (%)		Ranking
	Mulheres	Homens	Total	Mulheres	Homens	
<b>JAUPACI</b>	83	119	202	41%	59%	146
<b>JESUPÓLIS</b>	45	55	100	45%	55%	42
<b>JOVIÂNIA</b>	184	285	469	39%	61%	198
<b>JUSSARA</b>	739	1097	1836	40%	60%	167
<b>LAGOA SANTA</b>	77	64	141	55%	45%	1
<b>LEOPOLDO DE BULHÕES</b>	152	183	335	45%	55%	29
<b>LUZIÂNIA</b>	5139	7104	12243	42%	58%	123
<b>MAIRIPOTABA</b>	68	90	158	43%	57%	89
<b>MAMBAÍ</b>	171	230	401	43%	57%	105
<b>MARA ROSA</b>	437	560	997	44%	56%	63
<b>MARZAGÃO</b>	76	84	160	48%	53%	15
<b>MATRINCHÃ</b>	105	124	229	46%	54%	23
<b>MAURILÂNDIA</b>	230	267	497	46%	54%	19
<b>MIMOSO DE GOIÁS</b>	36	30	66	55%	45%	2
<b>MINAÇU</b>	616	767	1383	45%	55%	52
<b>MINEIROS</b>	2197	3245	5442	40%	60%	163
<b>MOIPORÁ</b>	54	94	148	36%	64%	230
<b>MONTE ALEGRE DE GOIÁS</b>	90	106	196	46%	54%	22
<b>MONTES CLAROS DE GOIÁS</b>	281	347	628	45%	55%	45
<b>MONTIVIDIU</b>	368	511	879	42%	58%	126
<b>MONTIVIDIU DO NORTE</b>	66	98	164	40%	60%	168
<b>MORRINHOS</b>	1502	1988	3490	43%	57%	90
<b>MORRO AGUDO DE GOIÁS</b>	38	57	95	40%	60%	180
<b>MOSSÂMEDES</b>	101	173	274	37%	63%	225
<b>MOZARLÂNDIA</b>	387	584	971	40%	60%	185
<b>MUNDO NOVO</b>	118	164	282	42%	58%	127

Município	Número de Empreendedores			Participação (%)		Ranking
	Mulheres	Homens	Total	Mulheres	Homens	
MUTUNÓPOLIS	90	112	202	45%	55%	50
NAZARIO	233	357	590	39%	61%	194
NERÓPOLIS	1018	1675	2693	38%	62%	218
NIQUELÂNDIA	1213	1285	2498	49%	51%	10
NOVA AMÉRICA	53	79	132	40%	60%	173
NOVA AURORA	48	75	123	39%	61%	203
NOVA CRIXÁS	284	426	710	40%	60%	179
NOVA GLORIA	178	273	451	39%	61%	195
NOVA IGUAÇU DE GOIÁS	80	78	158	51%	49%	3
NOVA ROMA	43	71	114	38%	62%	220
NOVA VENEZA	335	511	846	40%	60%	190
NOVO BRASIL	114	148	262	44%	56%	73
NOVO GAMA	2092	2709	4801	44%	56%	72
NOVO PLANALTO	90	124	214	42%	58%	120
ORIZONA	369	592	961	38%	62%	212
OURO VERDE DE GOIÁS	67	118	185	36%	64%	233
OUVIDOR	249	303	552	45%	55%	36
PADRE BERNARDO	623	884	1507	41%	59%	142
PALESTINA DE GOIÁS	51	75	126	40%	60%	162
PALMEIRAS DE GOIÁS	900	1282	2182	41%	59%	144
PALMELO	104	127	231	45%	55%	39
PALMINÓPOLIS	93	123	216	43%	57%	87
PANAMÁ	75	116	191	39%	61%	197
PARANAIGUARA	191	285	476	40%	60%	175
PARAÚNA	406	570	976	42%	58%	139
PEROLÂNDIA	79	107	186	42%	58%	110

Município	Número de Empreendedores			Participação (%)		Ranking
	Mulheres	Homens	Total	Mulheres	Homens	
<b>PETROLINA DE GOIÁS</b>	298	373	671	44%	56%	57
<b>PILAR DE GOIÁS</b>	62	76	138	45%	55%	43
<b>PIRACANJUBA</b>	769	988	1757	44%	56%	68
<b>PIRANHAS</b>	275	413	688	40%	60%	182
<b>PIRENÓPOLIS</b>	918	1217	2135	43%	57%	93
<b>PIRES DO RIO</b>	1114	1430	2544	44%	56%	65
<b>PLANALTINA</b>	2553	3404	5957	43%	57%	95
<b>PONTALINA</b>	626	848	1474	42%	58%	111
<b>PORANGATU</b>	1206	1557	2763	44%	56%	70
<b>PORTEIRÃO</b>	103	157	260	40%	60%	189
<b>PORTELANDIA</b>	98	167	265	37%	63%	224
<b>POSSE</b>	844	1370	2214	38%	62%	216
<b>PROFESSOR JAMIL</b>	87	113	200	44%	57%	74
<b>QUIRINÓPOLIS</b>	1247	1803	3050	41%	59%	149
<b>RIALMA</b>	451	725	1176	38%	62%	214
<b>RIANÁPOLIS</b>	93	163	256	36%	64%	232
<b>RIO QUENTE</b>	154	257	411	37%	63%	221
<b>RIO VERDE</b>	7137	10482	17619	41%	59%	160
<b>RUBIATABA</b>	666	813	1479	45%	55%	38
<b>SANCLERLÂNDIA</b>	268	384	652	41%	59%	145
<b>SANTA BARBARA DE GOIÁS</b>	324	495	819	40%	60%	192
<b>SANTA CRUZ DE GOIÁS</b>	73	96	169	43%	57%	82
<b>SANTA FÉ DE GOIÁS</b>	122	171	293	42%	58%	136
<b>SANTA HELENA DE GOIÁS</b>	1223	1775	2998	41%	59%	152
<b>SANTA ISABEL</b>	84	104	188	45%	55%	46
<b>SANTA RITA DO ARAGUAIA</b>	205	255	460	45%	55%	49

Município	Número de Empreendedores			Participação (%)		Ranking
	Mulheres	Homens	Total	Mulheres	Homens	
<b>SANTA RITA DO NOVO DESTINO</b>	65	88	153	42%	58%	109
<b>SANTA ROSA DE GOIÁS</b>	53	117	170	31%	69%	245
<b>SANTA TEREZA DE GOIÁS</b>	126	232	358	35%	65%	237
<b>SANTA TEREZINHA DE GOIÁS</b>	260	341	601	43%	57%	79
<b>SANTO ANTÔNIO DA BARRA</b>	119	169	288	41%	59%	143
<b>SANTO ANTÔNIO DE GOIÁS</b>	570	1061	1631	35%	65%	239
<b>SANTO ANTÔNIO DO DESCOBERTO</b>	1176	1576	2752	43%	57%	100
<b>SÃO DOMINGOS</b>	304	313	617	49%	51%	8
<b>SÃO FRANCISCO DE GOIÁS</b>	144	201	345	42%	58%	131
<b>SÃO JOÃO DA PARAÚNA</b>	57	85	142	40%	60%	174
<b>SÃO JOÃO D'ALIANCA</b>	304	368	672	45%	55%	32
<b>SÃO LUÍS DE MONTES BELOS</b>	1241	1726	2967	42%	58%	129
<b>SÃO LUÍZ DO NORTE</b>	124	164	288	43%	57%	88
<b>SÃO MIGUEL DO ARAGUAIA</b>	458	716	1174	39%	61%	204
<b>SÃO MIGUEL DO PASSA QUATRO</b>	129	183	312	41%	59%	141
<b>SÃO PATRÍCIO</b>	30	63	93	32%	68%	243
<b>SÃO SIMÃO</b>	565	690	1255	45%	55%	40
<b>SENADOR CANEDO</b>	3878	5813	9691	40%	60%	176
<b>SERRANÓPOLIS</b>	148	226	374	40%	60%	191
<b>SILVÂNIA</b>	699	970	1669	42%	58%	125
<b>SIMOLÂNDIA</b>	157	217	374	42%	58%	122
<b>SÍTIO D'ABADIA</b>	52	68	120	43%	57%	77
<b>TAQUARAL DE GOIÁS</b>	157	180	337	47%	53%	17
<b>TERESINA DE GOIÁS</b>	64	86	150	43%	57%	103
<b>TEREZÓPOLIS DE GOIÁS</b>	258	346	604	43%	57%	101
<b>TRÂS RANCHOS</b>	156	228	384	41%	59%	158

Município	Número de Empreendedores			Participação (%)		Ranking
	Mulheres	Homens	Total	Mulheres	Homens	
<b>TRINDADE</b>	4043	5658	9701	42%	58%	132
<b>TROMBAS</b>	59	92	151	39%	61%	201
<b>TURVÂNIA</b>	131	215	346	38%	62%	217
<b>TURVELÂNDIA</b>	105	127	232	45%	55%	31
<b>UIRAPURU</b>	61	76	137	45%	55%	54
<b>URUAÇU</b>	1335	1888	3223	41%	59%	140
<b>URUANA</b>	322	451	773	42%	58%	135
<b>URUTAI</b>	93	119	212	44%	56%	62
<b>VALPARAÍSO DE GOIÁS</b>	5261	6566	11827	44%	56%	55
<b>VARJÃO</b>	83	103	186	45%	55%	47
<b>VIANÓPOLIS</b>	502	672	1174	43%	57%	97
<b>VICENTINÓPOLIS</b>	189	249	438	43%	57%	83
<b>VILA BOA</b>	82	114	196	42%	58%	128
<b>VILA PROPÍCIO</b>	84	142	226	37%	63%	223
<b>TOTAL</b>	240.767	328.810	569.577			

Fonte: UFG, 2021.

**APÊNDICE 5 - Taxa de empreendedorismo por mulheres e homens para cada 100 habitantes por município (em ordem alfabética)**

Município	Número de Empresas		População (Quantidade de habitantes)		Taxa de empreendedorismo (%)		Ranking
	Mulheres	Homens	Mulheres	Homens	Mulheres	Homens	
ABADIA DE GOIÁS	423	682	3684	3317	11%	21%	22
ABADIÂNIA	376	691	7940	8341	5%	8%	36
ACREÚNA	674	996	8781	9043	8%	11%	205
ADELÂNDIA	53	81	1030	1049	5%	8%	231
ÁGUA FRIA DE GOIÁS	91	156	2138	2307	4%	7%	232
ÁGUA LIMPA	50	75	737	794	7%	9%	37
ÁGUAS LINDAS DE GOIÁS	4036	6093	79535	79123	5%	8%	23
ALEXÂNIA	767	1219	10757	10971	7%	11%	38
ALOÂNDIA	60	84	826	843	7%	10%	39
ALTO HORIZONTE	195	311	2398	2525	8%	12%	20
ALTO PARAÍSO DE GOIÁS	758	756	3093	2722	25%	28%	40
ALVORADA DO NORTE	238	354	3288	3393	7%	10%	41
AMARALINA	51	62	1500	1688	3%	4%	24
AMERICANO DO BRASIL	137	199	2403	2603	6%	8%	211
AMORINÓPOLIS	54	55	1305	1311	4%	4%	42
ANÁPOLIS	15576	20392	160591	149359	10%	14%	43
ANHANGUERA	32	38	478	470	7%	8%	44
ANICUNS	640	802	8702	9186	7%	9%	45
APARECIDA DE GOIÂNIA	15979	23784	231864	219135	7%	11%	46
APARECIDA DO RIO DOCE	86	112	973	1038	9%	11%	13
APORÉ	120	129	1500	1728	8%	7%	47
ARAÇU	137	176	1501	1447	9%	12%	48
ARAGARÇAS	464	672	8109	8077	6%	8%	49
ARAGOIÂNIA	295	449	4083	4228	7%	11%	50
ARAGUAPAZ	139	219	3145	3138	4%	7%	212

Município	Número de Empresas		População (Quantidade de habitantes)		Taxa de empreendedorismo (%)		Ranking
	Mulheres	Homens	Mulheres	Homens	Mulheres	Homens	
ARENÓPOLIS	75	91	1077	1051	7%	9%	213
ARUANÃ	234	328	3763	4052	6%	8%	51
AURILÂNDIA	77	102	1335	1336	6%	8%	52
AVELINÓPOLIS	73	108	976	978	7%	11%	53
BALIZA	47	74	1864	2375	3%	3%	54
BARRO ALTO	245	334	4122	4845	6%	7%	55
BELA VISTA DE GOIÁS	901	1323	12074	12462	7%	11%	56
BOM JARDIM DE GOIÁS	179	237	3597	3687	5%	6%	57
BOM JESUS DE GOIÁS	564	772	9290	10430	6%	7%	58
BONFINÓPOLIS	285	399	4002	3747	7%	11%	233
BONÓPOLIS	99	143	1729	1830	6%	8%	25
BRAZABRANTES	131	153	1557	1562	8%	10%	59
BRITÂNIA	167	295	2356	2419	7%	12%	60
BURITI ALEGRE	296	400	3887	3848	8%	10%	61
BURITI DE GOIÁS	80	105	1053	1061	8%	10%	9
BURITINÓPOLIS	45	70	1232	1315	4%	5%	8
CABECEIRAS	169	233	3077	3090	5%	8%	62
CACHOEIRA ALTA	280	342	4298	5747	7%	6%	63
CACHOEIRA DE GOIÁS	30	47	534	583	6%	8%	64
CACHOEIRA DOURADA	223	277	3306	3248	7%	9%	214
CAÇU	512	761	5883	7418	9%	10%	65
CAIAPÔNIA	420	539	7683	8042	5%	7%	66
CALDAS NOVAS	4902	5977	37769	35801	13%	17%	67
CALDAZINHA	71	114	1595	1536	4%	7%	1
CAMPESTRE DE GOIÁS	82	119	1475	1481	6%	8%	68
CAMPINAÇU	57	79	1408	1509	4%	5%	218
CAMPINORTE	391	470	4873	5127	8%	9%	69



Município	Número de Empresas		População (Quantidade de habitantes)		Taxa de empreendedorismo (%)		Ranking
	Mulheres	Homens	Mulheres	Homens	Mulheres	Homens	
CAMPO ALEGRE DE GOIÁS	276	333	2782	2982	10%	11%	70
CAMPO LIMPO DE GOIÁS	183	267	2938	2850	6%	9%	32
CAMPOS BELOS	642	799	7749	7342	8%	11%	71
CAMPOS VERDES	97	180	762	755	13%	24%	234
CARMO DO RIO VERDE	239	272	4066	4195	6%	6%	72
CASTELÂNDIA	56	75	1316	1457	4%	5%	18
CATALÃO	4665	5560	43971	44231	11%	13%	73
CATURAÍ	131	203	1962	2044	7%	10%	74
CAVALCANTE	234	295	3356	3653	7%	8%	75
CERES	884	1309	9681	8893	9%	15%	76
CEZARINA	247	332	3468	3484	7%	10%	235
CHAPADÃO DO CÉU	520	650	3580	4185	15%	16%	14
CIDADE OCIDENTAL	2077	2855	27829	25886	7%	11%	16
COCALZINHO DE GOIÁS	398	656	7648	8032	5%	8%	5
COLINAS DO SUL	67	88	1247	1312	5%	7%	236
CORREGO DO OURO	44	69	967	961	5%	7%	78
CORUMBÁ DE GOIÁS	209	359	4113	4683	5%	8%	79
CORUMBAÍBA	251	448	3829	4098	7%	11%	80
CRISTALINA	1449	2321	22005	23088	7%	10%	81
CRISTIANÓPOLIS	144	186	1200	1228	12%	15%	82
CRIXÁS	420	482	6551	7135	6%	7%	83
CROMÍNIA	109	147	1442	1427	8%	10%	84
CUMARI	92	100	1147	1202	8%	8%	85
DAMIANÓPOLIS	79	94	1298	1390	6%	7%	86
DAMOLÂNDIA	125	167	1284	1180	10%	14%	87
DAVINÓPOLIS	46	80	791	919	6%	9%	88
DIORAMA	39	68	1029	1031	4%	7%	89

Município	Número de Empresas		População (Quantidade de habitantes)		Taxa de empreendedorismo (%)		Ranking
	Mulheres	Homens	Mulheres	Homens	Mulheres	Homens	
DIVINÓPOLIS DE GOIÁS	84	89	1817	1891	5%	5%	77
DOVERLÂNDIA	165	221	2829	3097	6%	7%	215
EDEALINA	121	165	1491	1604	8%	10%	237
EDÉIA	341	478	4918	5200	7%	9%	90
ESTRELA DO NORTE	106	134	1266	1392	8%	10%	91
FAINA	150	203	2633	2819	6%	7%	238
FAZENDA NOVA	160	223	2327	2354	7%	9%	92
FIRMINÓPOLIS	497	542	5847	5511	9%	10%	93
FLORES DE GOIÁS	132	222	5801	7605	2%	3%	94
FORMOSA	3029	4649	47914	47393	6%	10%	95
FORMOSO	158	187	1712	1764	9%	11%	96
GAMELEIRA DE GOIÁS	55	110	1443	1548	4%	7%	33
GOIANÁPOLIS	334	503	4370	4477	8%	11%	97
GOIANDIRA	202	203	2341	2298	9%	9%	98
GOIANÉSIA	2307	3062	27429	28529	8%	11%	99
GOIÂNIA	76835	101270	655431	579408	12%	17%	100
GOIANIRA	1664	2236	17267	17081	10%	13%	101
GOIÁS	642	849	9649	8900	7%	10%	102
GOIATUBA	1077	1482	13988	13524	8%	11%	103
GOUVELÂNDIA	186	183	2185	2420	9%	8%	239
GUAPÓ	417	550	5797	5510	7%	10%	104
GUARAÍTA	54	81	859	818	6%	10%	10
GUARANI DE GOIÁS	29	81	1384	1615	2%	5%	105
GUARINOS	38	48	673	812	6%	6%	245
HEITORAÍ	51	102	1523	1543	3%	7%	106
HIDROLÂNDIA	730	1060	8531	8747	9%	12%	107
HIDROLINA	89	121	1446	1468	6%	8%	108

Município	Número de Empresas		População (Quantidade de habitantes)		Taxa de empreendedorismo (%)		Ranking
	Mulheres	Homens	Mulheres	Homens	Mulheres	Homens	
IACIARA	192	378	4870	5267	4%	7%	109
INACIOLÂNDIA	156	189	2395	2462	7%	8%	12
INDIARA	388	570	6036	6310	6%	9%	217
INHUMAS	1769	2659	22520	20925	8%	13%	110
IPAMERI	855	1162	11014	11155	8%	10%	111
IPIRANGA DE GOIÁS	48	75	1196	1220	4%	6%	34
IPORÁ	1201	1803	13551	12915	9%	14%	112
ISRAELÂNDIA	57	71	1184	1208	5%	6%	113
ITABERAÍ	1287	1917	17245	17386	7%	11%	114
ITAGUARI	211	246	1880	1906	11%	13%	240
ITAGUARU	178	186	2214	2287	8%	8%	115
ITAJÁ	167	230	1865	1771	9%	13%	116
ITAPACI	593	772	9127	9406	6%	8%	117
ITAPIRAPUÃ	197	254	1949	1983	10%	13%	118
ITAPURANGA	925	1188	10939	10383	8%	11%	119
ITARUMÃ	149	257	2747	3044	5%	8%	120
ITAUÇU	300	431	3857	3720	8%	12%	121
ITUMBIARA	4188	5164	44065	41710	10%	12%	122
IVOLÂNDIA	38	82	923	1047	4%	8%	123
JANDAIA	152	221	2466	2548	6%	9%	124
JARAGUÁ	1469	2141	19993	19879	7%	11%	125
JATAÍ	3723	5620	40129	40067	9%	14%	126
JAUPACI	83	119	1229	1214	7%	10%	127
JESUPÓLIS	45	55	1027	974	4%	6%	2
JOVIÂNIA	184	285	2935	2999	6%	10%	128
JUSSARA	739	1097	7694	7492	10%	15%	129
LAGOA SANTA	77	64	691	659	11%	10%	35

Município	Número de Empresas		População (Quantidade de habitantes)		Taxa de empreendedorismo (%)		Ranking
	Mulheres	Homens	Mulheres	Homens	Mulheres	Homens	
LEOPOLDO DE BULHÕES	152	183	3013	3073	5%	6%	130
LUZIÂNIA	5139	7104	80283	77476	6%	9%	131
MAIRIPOTABA	68	90	988	1018	7%	9%	132
MAMBAÍ	171	230	3311	3351	5%	7%	133
MARA ROSA	437	560	3765	3830	12%	15%	134
MARZAGÃO	76	84	917	906	8%	9%	135
MATRINCHÃ	105	124	1787	1771	6%	7%	241
MAURILÂNDIA	230	267	4994	5569	5%	5%	137
MIMOSO DE GOIÁS	36	30	956	1126	4%	3%	242
MINAÇU	616	767	11741	11793	5%	7%	206
MINEIROS	2197	3245	25636	27951	9%	12%	138
MOIPORÁ	54	94	659	617	8%	15%	139
MONTE ALEGRE DE GOIÁS	90	106	3098	3241	3%	3%	140
MONTES CLAROS DE GOIÁS	281	347	3295	3373	9%	10%	141
MONTIVIDIU	368	511	5097	5611	7%	9%	243
MONTIVIDIU DO NORTE	66	98	1781	1821	4%	5%	17
MORRINHOS	1502	1988	18962	19016	8%	10%	142
MORRO AGUDO DE GOIÁS	38	57	960	940	4%	6%	244
MOSSÂMEDES	101	173	1803	1796	6%	10%	143
MOZARLÂNDIA	387	584	6184	6179	6%	9%	144
MUNDO NOVO	118	164	1805	2049	7%	8%	207
MUTUNÓPOLIS	90	112	1498	1611	6%	7%	145
NAZARIO	233	357	3824	3754	6%	10%	146
NERÓPOLIS	1018	1675	12210	11431	8%	15%	147
NIQUELÂNDIA	1213	1285	18180	18450	7%	7%	148
NOVA AMÉRICA	53	79	965	1009	5%	8%	149
NOVA AURORA	48	75	894	882	5%	9%	150

Município	Número de Empresas		População (Quantidade de habitantes)		Taxa de empreendedorismo (%)		Ranking
	Mulheres	Homens	Mulheres	Homens	Mulheres	Homens	
NOVA CRIXÁS	284	426	4926	5252	6%	8%	208
NOVA GLORIA	178	273	3437	3326	5%	8%	209
NOVA IGUAÇU DE GOIÁS	80	78	1118	1197	7%	7%	21
NOVA ROMA	43	71	1213	1285	4%	6%	151
NOVA VENEZA	335	511	4012	3971	8%	13%	152
NOVO BRASIL	114	148	1212	1233	9%	12%	153
NOVO GAMA	2092	2709	44389	41829	5%	6%	26
NOVO PLANALTO	90	124	1761	1948	5%	6%	220
ORIZONA	369	592	6441	6676	6%	9%	154
OURO VERDE DE GOIÁS	67	118	1635	1465	4%	8%	155
OUVIDOR	249	303	2671	2709	9%	11%	156
PADRE BERNARDO	623	884	12900	12853	5%	7%	157
PALESTINA DE GOIÁS	51	75	1331	1574	4%	5%	221
PALMEIRAS DE GOIÁS	900	1282	11728	12011	8%	11%	158
PALMELO	104	127	1045	940	10%	14%	159
PALMINÓPOLIS	93	123	1565	1481	6%	8%	160
PANAMÁ	75	116	1062	1086	7%	11%	161
PARANAIGUARA	191	285	3960	4246	5%	7%	136
PARAÚNA	406	570	4387	4338	9%	13%	162
PEROLÂNDIA	79	107	1200	1315	7%	8%	15
PETROLINA DE GOIÁS	298	373	3979	4606	7%	8%	163
PILAR DE GOIÁS	62	76	887	984	7%	8%	164
PIRACANJUBA	769	988	10238	10090	8%	10%	165
PIRANHAS	275	413	4339	4368	6%	9%	166
PIRENÓPOLIS	918	1217	9892	10062	9%	12%	167
PIRES DO RIO	1114	1430	13430	12515	8%	11%	168
PLANALTINA	2553	3404	34429	33204	7%	10%	188

Município	Número de Empresas		População (Quantidade de habitantes)		Taxa de empreendedorismo (%)		Ranking
	Mulheres	Homens	Mulheres	Homens	Mulheres	Homens	
PONTALINA	626	848	7525	7408	8%	11%	169
PORANGATU	1206	1557	17793	17954	7%	9%	170
PORTEIRÃO	103	157	1361	1680	8%	9%	27
PORTELANDIA	98	167	1563	1689	6%	10%	171
POSSE	844	1370	13701	14252	6%	10%	172
PROFESSOR JAMIL	87	113	1295	1349	7%	8%	3
QUIRINÓPOLIS	1247	1803	19695	20799	6%	9%	173
RIALMA	451	725	4610	4583	10%	16%	174
RIANÁPOLIS	93	163	1886	1866	5%	9%	175
RIO QUENTE	154	257	1748	1835	9%	14%	246
RIO VERDE	7137	10482	89915	95779	8%	11%	176
RUBIATABA	666	813	8169	7997	8%	10%	177
SANCLERLÂNDIA	268	384	3203	3159	8%	12%	178
SANTA BARBARA DE GOIÁS	324	495	2556	2643	13%	19%	179
SANTA CRUZ DE GOIÁS	73	96	1159	1189	6%	8%	180
SANTA FÉ DE GOIÁS	122	171	2211	2134	6%	8%	222
SANTA HELENA DE GOIÁS	1223	1775	15579	15583	8%	11%	181
SANTA ISABEL	84	104	1576	1641	5%	6%	219
SANTA RITA DO ARAGUAIA	205	255	3362	3671	6%	7%	182
SANTA RITA DO NOVO DESTINO	65	88	1258	1524	5%	6%	28
SANTA ROSA DE GOIÁS	53	117	975	935	5%	13%	183
SANTA TEREZA DE GOIÁS	126	232	1357	1295	9%	18%	184
SANTA TEREZINHA DE GOIÁS	260	341	3449	3650	8%	9%	185
SANTO ANTÔNIO DA BARRA	119	169	1832	2054	6%	8%	19
SANTO ANTÔNIO DE GOIÁS	570	1061	2550	2433	22%	44%	4
SANTO ANTÔNIO DO DESCOBERTO	1176	1576	28590	27133	4%	6%	216
SÃO DOMINGOS	304	313	4617	5323	7%	6%	186

Município	Número de Empresas		População (Quantidade de habitantes)		Taxa de empreendedorismo (%)		Ranking
	Mulheres	Homens	Mulheres	Homens	Mulheres	Homens	
SÃO FRANCISCO DE GOIÁS	144	201	2476	2511	6%	8%	187
SÃO JOÃO DA PARAÚNA	57	85	584	528	10%	16%	223
SÃO JOÃO D'ALIANCA	304	368	4987	5246	6%	7%	189
SÃO LUÍS DE MONTES BELOS	1241	1726	14424	13580	9%	13%	190
SÃO LUÍZ DO NORTE	124	164	1991	2040	6%	8%	224
SÃO MIGUEL DO ARAGUAIA	458	716	8860	9031	5%	8%	191
SÃO MIGUEL DO PASSA QUATRO	129	183	1628	1625	8%	11%	225
SÃO PATRÍCIO	30	63	907	828	3%	8%	29
SÃO SIMÃO	565	690	8014	9144	7%	8%	192
SENADOR CANEDO	3878	5813	44957	43961	9%	13%	226
SERRANÓPOLIS	148	226	3268	3559	5%	6%	193
SILVÂNIA	699	970	8265	8499	8%	11%	194
SIMOLÂNDIA	157	217	2534	2527	6%	9%	227
SÍTIO D'ABADIA	52	68	1095	1226	5%	6%	195
TAQUARAL DE GOIÁS	157	180	1600	1463	10%	12%	196
TERESINA DE GOIÁS	64	86	1194	1263	5%	7%	228
TEREZÓPOLIS DE GOIÁS	258	346	3068	3179	8%	11%	6
TRÂS RANCHOS	156	228	1188	1168	13%	20%	197
TRINDADE	4043	5658	52341	49630	8%	11%	198
TROMBAS	59	92	1369	1459	4%	6%	229
TURVÂNIA	131	215	1942	1891	7%	11%	199
TURVELÂNDIA	105	127	1912	2107	5%	6%	230
UIRAPURU	61	76	1169	1168	5%	7%	7
URUAÇU	1335	1888	16108	16436	8%	11%	200
URUANA	322	451	5614	5809	6%	8%	201
URUTAI	93	119	1271	1241	7%	10%	202
VALPARAÍSO DE GOIÁS	5261	6566	66752	61752	8%	11%	30

Município	Número de Empresas		População (Quantidade de habitantes)		Taxa de empreendedorismo (%)		Ranking
	Mulheres	Homens	Mulheres	Homens	Mulheres	Homens	
<b>VARJÃO</b>	83	103	1568	1633	5%	6%	203
<b>VIANÓPOLIS</b>	502	672	5648	5518	9%	12%	204
<b>VICENTINÓPOLIS</b>	189	249	3199	3695	6%	7%	210
<b>VILA BOA</b>	82	114	1916	2842	4%	4%	11
<b>VILA PROPÍCIO</b>	84	142	2285	2400	4%	6%	31
<b>TOTAL</b>	240.767	328.810	569.577				

Fonte: UFG, 2021.

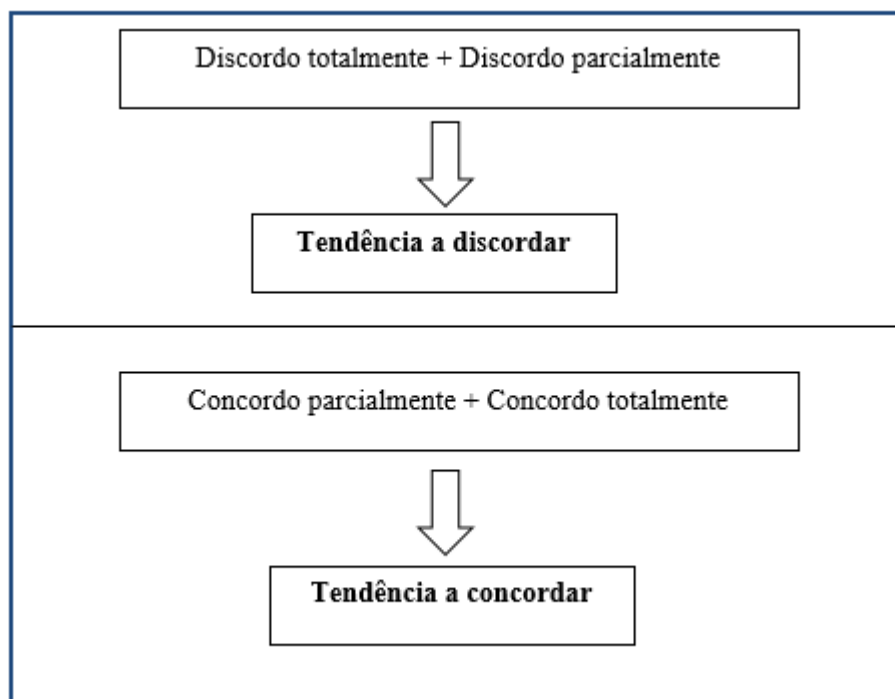


## APÊNDICE 6 - NOTA METODOLÓGICA CAPÍTULO III

Os dados utilizados para o desenvolvimento do capítulo 3 foram coletados durante os meses de abril a agosto de 2021, utilizando questionário virtual oriundo da pesquisa coordenada pela Profa. Dra. Vânia Maria Jorge Nassif (UNINOVE/SP) e equipe de pesquisadores. O questionário contém assertivas voltadas para a identificação da satisfação com o trabalho, as ameaças enfrentadas e comportamentos de superação das mulheres empreendedoras. As empreendedoras que participaram da pesquisa avaliaram o grau de concordância com cada afirmativa a partir da seguinte escala: 1) discordo totalmente; 2) discordo parcialmente; 3) nem concordo, nem discordo; 4) concordo parcialmente; 5) concordo totalmente.

A análise foi conduzida utilizando uma amostra de 236 mulheres empreendedoras no estado de Goiás. Os procedimentos de análises e elaboração de tabelas e gráficos foram realizados no software Microsoft Excel® e para apresentação dos resultados identificados, as respostas referentes a cada frase foram organizadas em três aspectos: 1) 'Tendência a discordar', resultado do agrupamento das escalas 'discordo totalmente' e 'discordo parcialmente'; 2) nem concordo, nem discordo; 3) 'Tendência a concordar', resultado do agrupamento das escalas 'concordo parcialmente' e 'concordo totalmente'. Esse procedimento está exemplificado na figura 1:

Figura 1 – Procedimento realizado para apresentação dos resultados



Fonte: Elaboração própria.