



UFG

UNIVERSIDADE
FEDERAL DE GOIÁS



OBSERVATÓRIO
SEBRAE

SEBRAE



Perfil da

Empreendedora *Goiana

4ª Edição
Março/2024

EMPREENDEDORISMO POR
MULHERES E SEUS DESAFIOS

**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

José Mário Schreiner
Presidente
André Luiz Baptista Lins Rocha
Vice-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
Analista
Taissa Gracik Tomé
Trainee

**UNIDADE DE ATENDIMENTO
E DESENVOLVIMENTO REGIONAL**

Camila Moreira
Gerente
Vera Lúcia Elias de Oliveira
Analista
Patrícia Aparecida Santiago
Analista

EQUIPE TÉCNICA DO ESTUDO

Coordenação e Organização

Polyanna Marques Cardoso – Sebrae Goiás

Autores

Cândido Borges - Lapei/UFG
Daiane Martins Teixeira - Lapei/UFG
Daniel do Prado Pagotto - Lapei/UFG
Felipe Pureza Cardoso - Lapei/UFG
Fernanda Paula Arantes Manso - Lapei/UFG
Jessica Borges de Carvalho - Lapei/UFG
Polyanna Marques Cardoso - Sebrae Goiás
Rosimeire Gomes de Jesus - Lapei/UFG
Taissa Gracik Tomé - Sebrae Goiás
Wanderson Marques - Lapei/UFG

Apoio

Cinely de Oliveira Carlotto - Sebrae Goiás
Charles Dumaresq Madureira Neto - Sebrae Goiás
João Luiz Prestes Rabelo - Sebrae Goiás
Thaís Gonçalves Oliveira - Sebrae Goiás
Vera Lúcia Elias de Oliveira - Sebrae Goiás
Yasutoki Minomo Neto - Sebrae Goiás

**Estudo realizado em parceria com a Universidade Federal de Goiás – UFG,
Faculdade de Administração, Ciências Contábeis e Ciências Econômicas – FACE,
Laboratório de Pesquisa em Empreendedorismo e Inovação – LAPEI.**

4ª Edição
Março/2024

Perfil da
Empreendedora
***Goiana**

**EMPREENDEDORISMO POR
MULHERES E SEUS DESAFIOS**



**OBSERVATÓRIO
SEBRAE**



Editorial

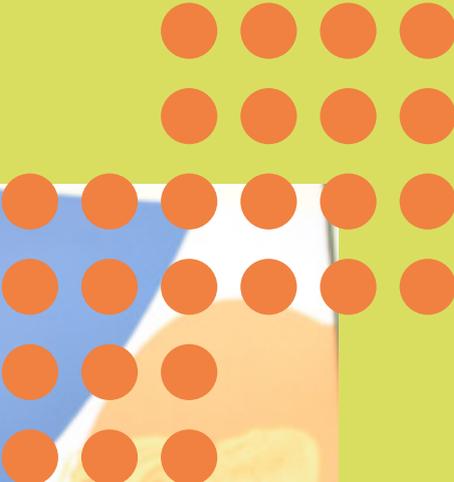


Foto: Silvío Simões



Chegamos à quarta edição do “Perfil da Empreendedora Goiana: Empreendedorismo por Mulheres e seus Desafios”. É uma grande realização dentro de um dos focos principais do Sebrae Goiás, que é consolidar grandes parcerias em prol da compreensão da sociedade e do empreendedorismo. Esta pesquisa vem se tornando uma grande referência nesta área e é realizada em conjunto com nada menos do que uma das mais respeitadas instituições de ensino do país, a Universidade Federal de Goiás (UFG).

É um grande orgulho para todos nós fazermos parte deste trabalho, pois, como se sabe, é preciso analisar dados concretos para que possamos avançar. Mais uma vez, o estudo, baseado em dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), Receita Federal do Brasil e outras fontes, traz um quadro fidedigno de como está o empreendedorismo por mulheres em nosso estado.

Com esse monitoramento constante, é possível analisar de forma científica o panorama da situação e, assim, fornecer subsídios para que universidades, instituições do setor produtivo (como o Sebrae) e poder público possam se mobilizar para remover obstáculos e estimular cada vez mais as mulheres a serem donas de seus próprios negócios e de suas trajetórias de sucesso.

Já é conhecido o efeito do empreendedorismo por mulheres em nosso meio. Costuma-se dizer que, quando uma mulher toca seu próprio negócio, ela não proporciona melhorias apenas para si e seus familiares, mas traz consigo todo um círculo de prosperidade, que costuma se espalhar pela comunidade do seu entorno.

Isso é muito importante em um estado como o nosso, em que 50,5% da população é de mulheres, sendo que, de acordo com os dados coletados, 10% delas são empreendedoras. Isso demonstra um grande potencial de crescimento e também uma grande responsabilidade. Porque podemos constatar, neste mesmo estudo, que ainda há barreiras a serem superadas, preconceitos a serem derrubados e melhorias em condições que precisam ser alcançadas. Assim, juntos, com essas informações em mãos, podemos planejar ações para atingir esses e outros objetivos.

Antônio Carlos de Souza Lima Neto

Diretor Superintendente do Sebrae Goiás

Editorial



O relatório “Perfil da Empreendedora Goiana” chega à sua quarta edição. Iniciada em 2020, a pesquisa deste ano avançou na resposta à questão “Quem são as empreendedoras em Goiás?”.

Nesta publicação, são apresentados dados atualizados sobre o perfil sociodemográfico das envolvidas e também são compartilhadas histórias inspiradoras de mulheres empreendedoras que fazem parte de diferentes comunidades em Goiás.

Os relatos contribuem para confirmarmos que o contexto em que estas protagonistas estão inseridas impacta diretamente em sua atuação no empreendedorismo. Desse modo, este estudo explora mais a relação entre fatores contextuais e o desenvolvimento do empreendedorismo por mulheres.

As análises feitas indicam que, ao longo do tempo, as mulheres ganharam espaço no mercado goiano como empreendedoras, atuando em diferentes setores de atividades e regiões do estado. Um fato que, sem dúvida, merece ser celebrado. Apesar disso, uma situação requer atenção: o rendimento mensal auferido por elas através do empreendedorismo ainda é menor que o dos homens empreendedores, ainda que tenha havido uma diminuição desta diferença a partir de 2020. A presença desta desigualdade indica a necessidade da continuidade das ações que visam à construção e à concretização de um contexto mais igualitário entre homens e mulheres.

Os resultados apresentados neste relatório mostram também que existem muitas mulheres em Goiás que desempenham suas atividades empreendedoras em seus domicílios. Um dado relevante que nos faz questionar o que pode ser feito em termos de políticas públicas que facilite o trabalho dessas mulheres em seus lares.

Todos os resultados apresentados neste relatório são frutos da parceria do Sebrae Goiás com a Universidade Federal de Goiás (UFG), por meio do Laboratório de Pesquisa em Empreendedorismo e Inovação (Lapei). Essa atuação conjunta tem sido fundamental, não somente para avançar no conhecimento sobre o empreendedorismo por mulheres em nosso estado, mas também pela colaboração na criação de ações de apoio a essas mulheres e para difusão da temática na sociedade goiana.

Angelita Pereira de Lima

Reitora da Universidade Federal de Goiás

Sumário



10	INTRODUÇÃO
12	CAPÍTULO 1. O PERFIL DA EMPREENDEDORA NO ESTADO DE GOIÁS
26	CAPÍTULO 2. CRIAÇÃO DE EMPRESAS POR MULHERES EM GOIÁS
36	CAPÍTULO 3. HISTÓRIAS DE MULHERES QUE EMPREENDEM
62	CAPÍTULO 4. DETERMINANTES CONTEXTUAIS DO EMPREENDEDORISMO POR MULHERES EM GOIÁS
70	CONSIDERAÇÕES FINAIS
72	REFERÊNCIAS
74	APÊNDICES
74	Apêndice 1 – Nota metodológica Capítulo 1 – Perfil das Mulheres Empreendedoras em Goiás
79	Apêndice 2 – Nota Metodológica Capítulo 2 – Criação de Empresas por Mulheres em Goiás
82	Apêndice 3 – Nota Metodológica Capítulo 4 – Determinantes Contextuais no Empreendedorismo por Mulheres em Goiás
85	Apêndice 4 – Taxa de Empreendedorismo por Mulheres
92	Apêndice 5 – Proporção de Mulheres e Homens Empreendedores por Município
99	Apêndice 6 – Proporção de Mulheres e Homens por CNAE
103	Apêndice 7 – Determinantes Contextuais – Infraestrutura e Educação – nos Municípios do Estado de Goiás

LISTA DE FIGURAS, GRÁFICOS, QUADROS E TABELAS

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Distribuição de mulheres empreendedoras, por região, em Goiás

Figura 2 – Média de idade das empreendedoras no estado de Goiás

Figura 3 – Média de idade das empreendedoras por grau de escolaridade em Goiás

Figura 4 – Renda média mensal das empreendedoras em Goiás

Figura 5 – Taxa de criação de empresas por mulheres em Goiás

Figura 6 – Proporção de criação de empresas por mulheres em comparação com empresas criadas por homens em Goiás

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Empreendedoras por faixa etária em Goiás

Gráfico 2 – Empreendedoras por nível de escolaridade em Goiás

Gráfico 3 – Empreendedoras por cor/raça em Goiás

Gráfico 4 – Evolução do rendimento das empreendedoras em Goiás (2018 – 2022)

Gráfico 5 – Registro no Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica – CNPJ

Gráfico 6 – Empreendedoras goianas e sociedade na empresa

Gráfico 7 – Local em que as mulheres exercem suas atividades empreendedoras

Gráfico 8 – Local de funcionamento quando indicado “Empreendimento em outros locais” no gráfico anterior

Gráfico 9 – Local em que as mulheres exercem suas atividades empreendedoras e formalização do negócio

Gráfico 10 – Origem da fonte de atividades secundárias de mulheres em Goiás

Gráfico 11 – Empreendedorismo como atividade secundária por grau de escolaridade

Gráfico 12 – Empreendedorismo como atividade secundária por cor/raça

Gráfico 13 – Empreendedorismo como atividade secundária e registro no Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica – CNPJ

Gráfico 14 – Evolução da criação de empresas por mulheres em Goiás

Gráfico 15 – Taxa total de atividade empreendedora – TEA

Gráfico 16 – As cinco principais atividades econômicas (CNAE) com participação de mulheres em Goiás

Gráfico 17 – Principais atividades econômicas de empreendimentos liderados por mulheres, em comparação a empreendimento liderados por homens em Goiás

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Taxas de criação de empresas por mulheres nos municípios em Goiás

Tabela 2 – Dez municípios com maiores e menores percentuais de criação de empresas por mulheres em comparação a homens nos municípios em Goiás

Tabela 3 – Atividades econômicas com maior número de empreendedores em Goiás

Tabela 4 – Resultado do modelo econométrico

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Descrição das variáveis utilizadas – PNADc (2022)

Quadro 2 – Naturezas jurídicas

Quadro 3 – Variáveis do estudo

Quadro 4 – Taxa de empreendedorismo por mulheres por 100 habitantes do sexo feminino por município de Goiás (em ordem alfabética)

Quadro 5 – Proporção de mulheres e homens empreendedores por município em Goiás (em ordem alfabética)

Quadro 6 – Proporção de mulheres e homens por CNAE em Goiás (em ordem crescente da participação feminina)

Quadro 7 – Índice de Desempenho de Municípios de Goiás – Infraestrutura e Educação (IDM/IMB)

Introdução



Esta é a quarta edição do estudo “Perfil da Empreendedora Goiana”, fruto da parceria entre a Universidade Federal de Goiás (UFG), por meio do Laboratório de Pesquisa em Empreendedorismo e Inovação (Lapei), vinculado à Faculdade de Administração, Ciências Contábeis e Ciências Econômicas (FACE/UFG) e o Sebrae Goiás. O estudo tem por objetivo apresentar o perfil das empreendedoras de Goiás, trazendo informações sobre características sociodemográficas, aspectos econômicos e o panorama da criação de empresas por mulheres em Goiás, bem como inspirar outras mulheres a investirem em seus sonhos e acreditar em seu potencial empreendedor.

Em Goiás, 50,5% da população total¹ é formada por mulheres, o que representa 3,7 milhões de pessoas. Do total de mulheres no estado, 10% (371.000) são empreendedoras, assim, conhecer os aspectos principais do empreendedorismo por mulheres é importante para ajudar a promover a igualdade de gênero, incentivar a diversidade nos negócios, subsidiar a formulação de políticas públicas e colher os benefícios econômicos, sociais e culturais que resultam da autonomia das mulheres no mundo dos negócios.

O movimento do empreendedorismo por mulheres reconhece os desafios específicos que as mulheres enfrentam e busca criar um ambiente mais inclusivo e igualitário, onde as mulheres possam prosperar como empreendedoras.

O Sebrae reconhece e valoriza as contribuições únicas que as mulheres podem trazer para esse contexto e, por isso, trabalha continuamente para impulsionar ainda mais o empreendedorismo por mulheres, orientando e inspirando-as. A instituição 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

¹ Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua Trimestral (PNADc) – 3º trimestre de 2023 – IBGE.

de tudo, para que elas alcancem a sua independência e sejam protagonistas de suas vidas.

Este relatório está dividido em quatro capítulos. O capítulo um evidencia o perfil socioeconômico e demográfico da mulher empreendedora no estado de Goiás no ano de 2022, com base em dados da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílio Contínua (PNADc), desenvolvida pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE).

O capítulo dois apresenta dados sobre a constituição de empresas por mulheres no estado, de acordo com atividade empresarial e distribuição geográfica, com base em dados do Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica (CNPJ), da Receita Federal, atualizado em setembro de 2023.

O capítulo três traz histórias inspiradoras de mulheres empreendedoras que atuam em conjunto em diferentes localidades de Goiás. São quatro relatos de grupos de empreendedoras: um grupo de mulheres empreendedoras da comunidade quilombola de Tinguizal, no município de Monte Alegre; um grupo de mulheres empreendedoras da Comunidade de Pedra Branca, no município de Catalão; um grupo de produtoras rurais da agricultura familiar de Bela Vista de Goiás, e um grupo de mulheres empreendedoras da Cidade de Goiás. As histórias são um retrato da realidade de muitas mulheres e podem servir como inspiração para outros grupos ou mulheres que sonham empreender.

O capítulo quatro mostra os resultados da análise de determinantes contextuais do empreendedorismo por mulheres em Goiás, em especial os indicadores de educação e de infraestrutura.

Boa leitura!

Capítulo 1 *

O Perfil da Empreendedora no Estado de Goiás

Autores:

Daiane Martins Teixeira – Mestre em Administração pela Universidade Federal de Goiás - UFG, na linha de pesquisa em Estratégia, Empreendedorismo e Inovação. Membro pesquisadora do Laboratório de Pesquisa em Empreendedorismo e Inovação.

Rosimeire Gomes de Jesus – Graduada do curso de Estatística pela Universidade Federal de Goiás - UFG. Colaboradora em pesquisas no ramo de empreendedorismo no Laboratório de Pesquisa em Empreendedorismo e Inovação - Lapei/UFG.

Daniel do Prado Pagotto – Mestre em Administração, com ênfase em estratégia, empreendedorismo e inovação, pela Universidade Federal de Goiás (UFG). Atualmente cursa doutorado em Administração na Universidade de Brasília (UnB). Coordenador adjunto do Laboratório de Pesquisa em Empreendedorismo e Inovação da UFG (Lapei/UFG).

Jessica Borges de Carvalho – Doutoranda em Administração (PPGADM/UFG). Mestre em Administração pela Universidade Federal de Goiás - linha de pesquisa Estratégia, Empreendedorismo e Inovação, com foco em Aprendizagem do Empreendedorismo. Bacharelada em Administração pela Universidade Federal de Goiás. Pesquisadora do Laboratório de Pesquisa em Empreendedorismo e Inovação da UFG (Lapei/UFG) e do Grupo de Pesquisa em Aprendizagem nas Organizações (GPAO/UFG).

Fernanda Paula Arantes Manso – Doutoranda em Administração (PPGADM/UFG). Mestre em Administração pela Universidade Federal de Goiás - linha de pesquisa Estratégia, Empreendedorismo e Inovação, com foco em Aprendizagem do Empreendedorismo. Bacharelada em Administração pela Universidade Federal de Uberlândia. Pesquisadora do Laboratório de Pesquisa em Empreendedorismo e Inovação da UFG (Lapei/UFG) e do Grupo de Pesquisa em Aprendizagem nas Organizações (GPAO/UFG).

Cândido Borges – Ph.D. em Administração pela HEC Montréal, Canadá, com Pós-Doutorado pela EAESP-FGV. Professor da Faculdade de Administração, Ciências Contábeis e Ciências Econômicas (FACE/UFG). Coordenador do Laboratório de Pesquisa em Empreendedorismo e Inovação da UFG (Lapei/UFG).



O presente capítulo tem como objetivo apresentar o perfil das mulheres empreendedoras no estado de Goiás, por meio da análise dos dados da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua (PNADc), conduzida pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), referentes ao último trimestre de 2022. Informações detalhadas referentes aos procedimentos metodológicos estão descritas no Apêndice 1 deste relatório.

Neste panorama, serão apresentadas informações sobre características sociodemográficas das empreendedoras, como localização no estado, cor/raça, idade e escolaridade, renda e setor de atuação. Além disso, o perfil da atividade empreendedora será traçado contemplando elementos como formalização, existência de sócios no negócio, local de funcionamento do empreendimento e empreendedorismo como atividade principal ou secundária.

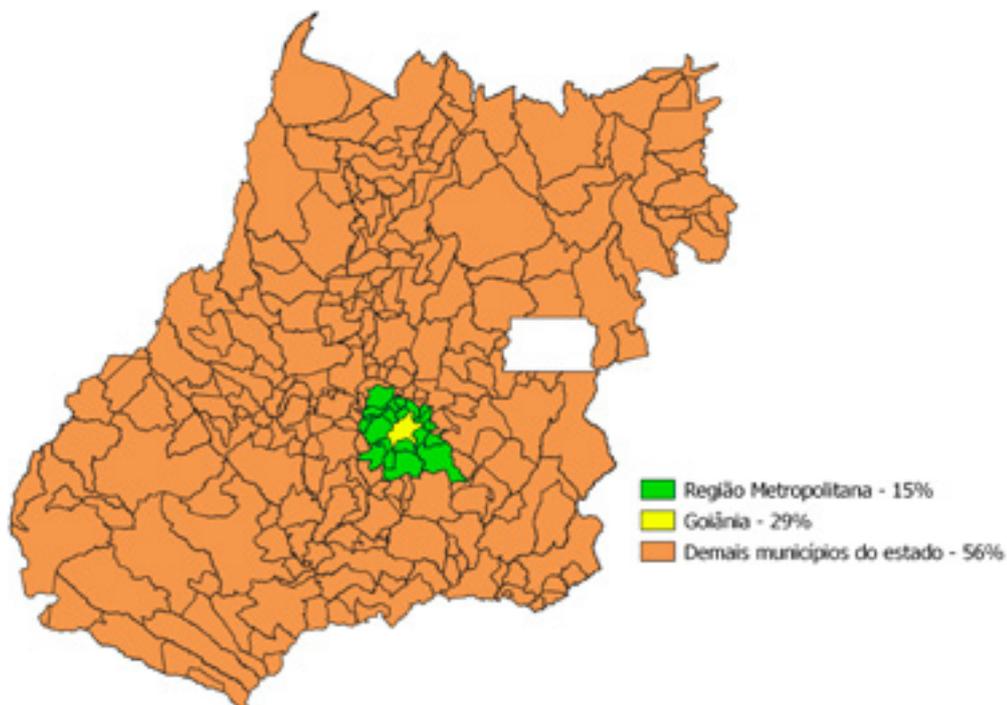
De acordo com os dados da PNADc/IBGE (2022), em Goiás, aproximadamente 1.679.730 mulheres pertencem à população economicamente ativa. Destas, 1.544.292 estão ocupadas, e cerca de 371.000 (24%) têm o empreendedorismo como ocupação principal (PNADc/IBGE, 2022).

A Figura 1 retrata a distribuição das empreendedoras por região no estado de Goiás, que, neste estudo, está classificado como: capital (Goiânia); RM² (Região Metropolitana, exceto capital); e os demais municípios do estado. Com base nessa divisão, observa-se que existe uma concentração representativa de mulheres em Goiânia (29%) e na RM (15%), que totaliza 44%. Por outro lado, 56% das empreendedoras estão nos demais municípios do estado.



² Municípios da Região Metropolitana: Abadia de Goiás, Aparecida de Goiânia, Aragoiânia, Bela Vista de Goiás, Bonfinópolis, Brazabrantes, Caldazinha, Caturai, Goianápolis, Goiânia, Goianira, Guapó, Hidrolândia, Inhumas, Nerópolis, Nova Veneza, Santa Bárbara de Goiás, Santo Antônio de Goiás, Senador Canedo, Terezópolis de Goiás e Trindade.

Figura 1 – Distribuição de mulheres empreendedoras, por região, em Goiás



Fonte: Elaborada pelos autores, com base nos dados da PNADc do IBGE (2022).

As empreendedoras de Goiás têm, em média, 42 anos de idade (Figura 2).

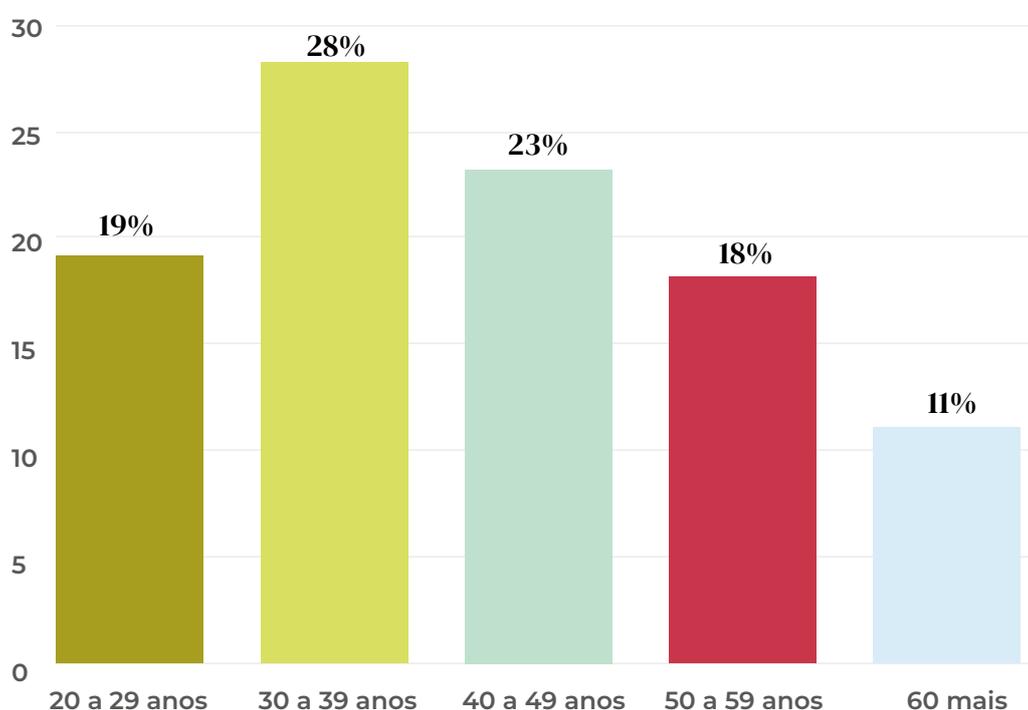
Figura 2 – Média de idade das empreendedoras no estado de Goiás



Fonte: Elaborada pelos autores, com base em dados da PNADc do IBGE (2022).

Em relação à distribuição das empreendedoras por faixa etária, o maior percentual está entre 30 a 39 anos (28%) e, na sequência, mulheres com idade entre 40 a 49 (23%), apresentados no Gráfico 1.

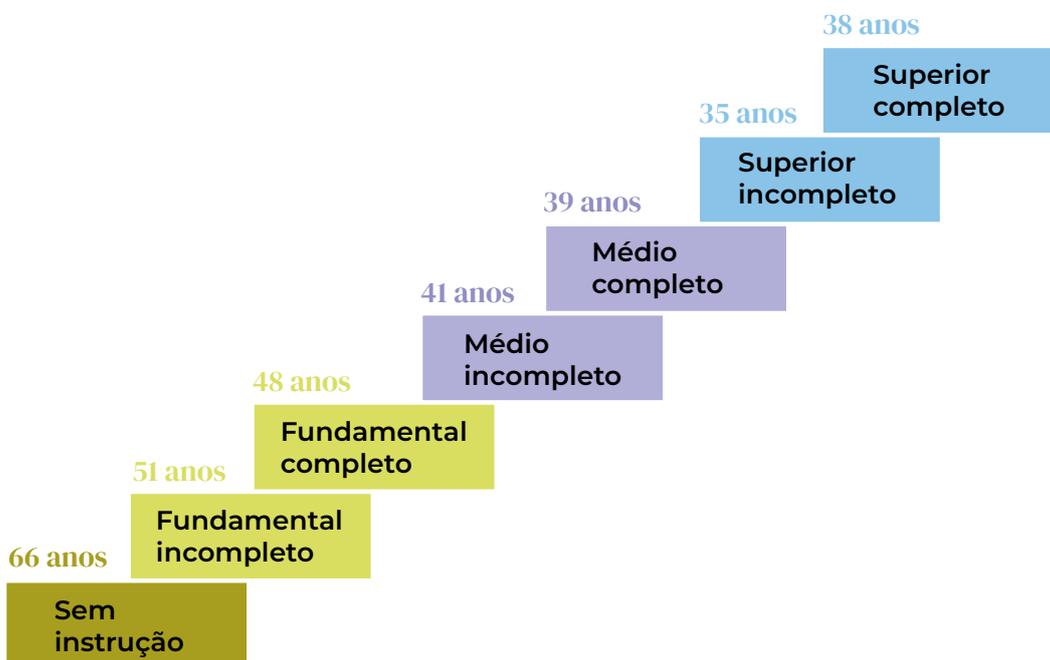
Gráfico 1 – Empreendedoras por faixa etária em Goiás



Fonte: Elaborada pelos autores, com base em dados da PNADc do IBGE (2022).

Ao analisar a média de idade em relação ao grau de escolaridade, nota-se que aquelas com idade entre 35 e 38 anos estão nos níveis educacionais mais elevados, entre superior incompleto e superior completo. Por outro lado, para os menores níveis de escolaridade, a média de idade situa-se entre 51 e 66 anos (Figura 3).

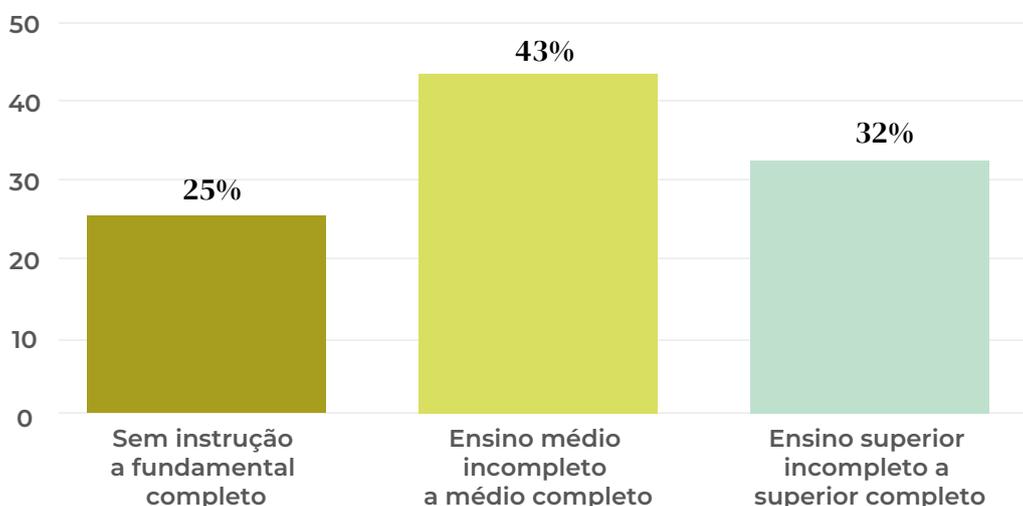
Figura 3 – Média de idade das empreendedoras por grau de escolaridade em Goiás



Fonte: Elaborada pelos autores, com base em dados da PNADc do IBGE (2022).

Cerca de 43% das empreendedoras em Goiás têm um nível de escolaridade que varia do ensino médio incompleto ao completo, sendo este o grau de maior proporção. Por outro lado, aquelas com formação compreendida como “sem instrução a ensino fundamental completo” constituem uma proporção menor, representando aproximadamente 25% do total (Gráfico 2).

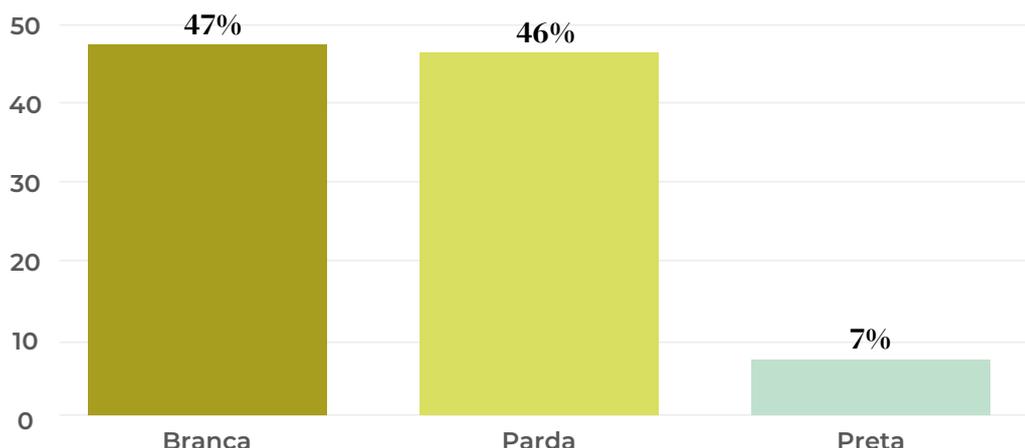
Gráfico 2 – Empreendedoras por nível de escolaridade em Goiás



Fonte: Elaborado pelos autores, com base em dados da PNADc do IBGE (2022).

Em Goiás, 47% das empreendedoras autodeclararam-se como cor/raça branca. Um percentual próximo é observado entre as mulheres pardas, alcançando 46%. As mulheres que se autodeclararam como pretas compõem, aproximadamente, 7%.

Gráfico 3 – Empreendedoras por cor/raça em Goiás



Fonte: Elaborado pelos autores, com base nos dados da PNADc do IBGE (2022).

Quanto aos rendimentos, destaca-se que a renda média mensal das empreendedoras em Goiás atingiu R\$2.516 em 2022. Já homens empreendedores detêm uma renda média 61% maior, atingindo R\$4.135 mensal (Figura 4).

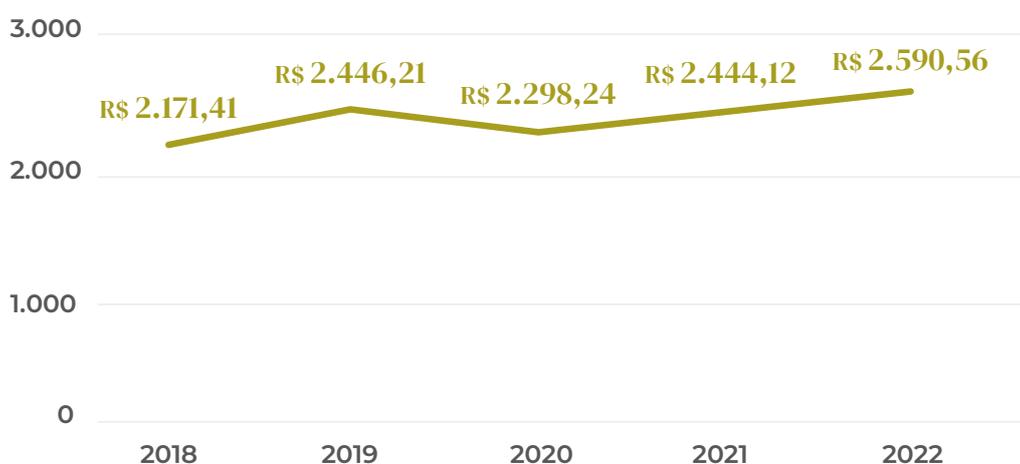
Figura 4 – Renda média mensal das empreendedoras e empreendedores em Goiás



Fonte: Elaborada pelos autores, com base em dados da PNADc do IBGE (2022).

Ao analisar o rendimento mensal delas nos últimos cinco anos (2018-2022), nota-se que, de 2018 para 2019, houve um aumento, passando de R\$2.171 para R\$2.446. Porém, em 2020, registrou-se a menor renda média mensal, voltando a crescer em 2021, ainda discretamente, e atingindo em 2022 um rendimento mensal de R\$2.590 (Gráfico 4). No período de cinco anos, houve aumento de 16% no rendimento mensal das empreendedoras.

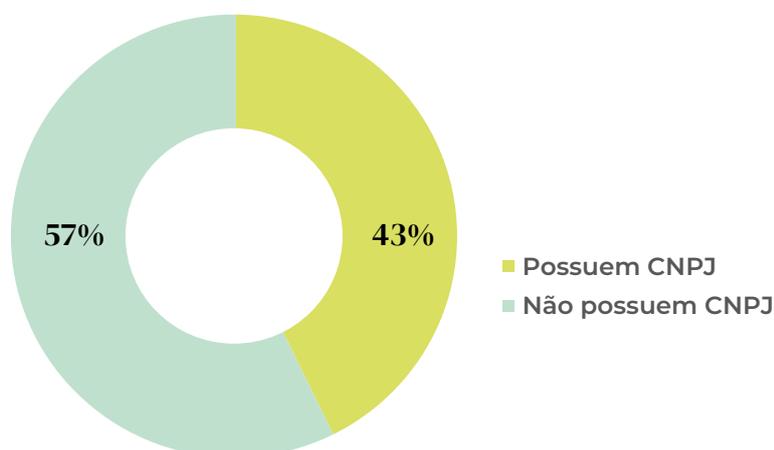
Gráfico 4 – Evolução do rendimento das empreendedoras em Goiás (2018 – 2022)



Fonte: Elaborada pelos autores, com base em dados da PNADc do IBGE (dados dos últimos 5 anos).

No que diz respeito à formalização do negócio, cerca de 57% das empreendedoras não possuem Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica (CNPJ), enquanto 43% estão formalizadas (Gráfico 5).

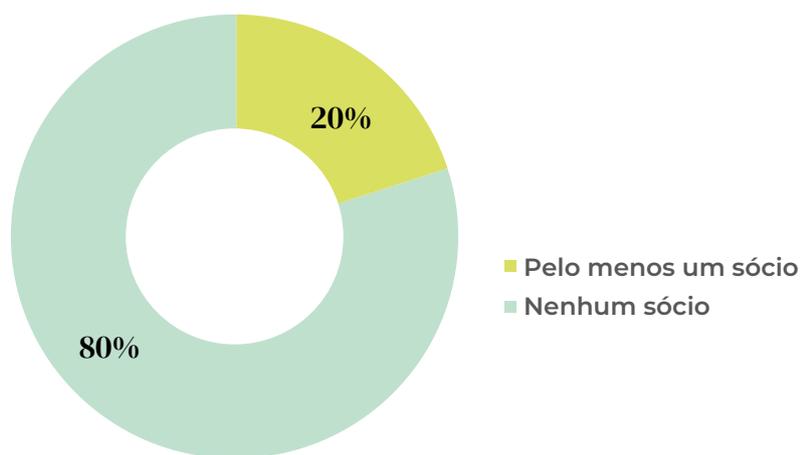
Gráfico 5 – Registro no Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica – CNPJ



Fonte: Elaborado pelos autores, com base em dados da PNADc do IBGE (2022).

Em Goiás, a maioria das mulheres que possui negócios atua sem a presença de sócios. Essa situação representa 80% de empreendedoras no estado, enquanto 20% afirmam ter, ao menos, um sócio na sua empresa (Gráfico 6).

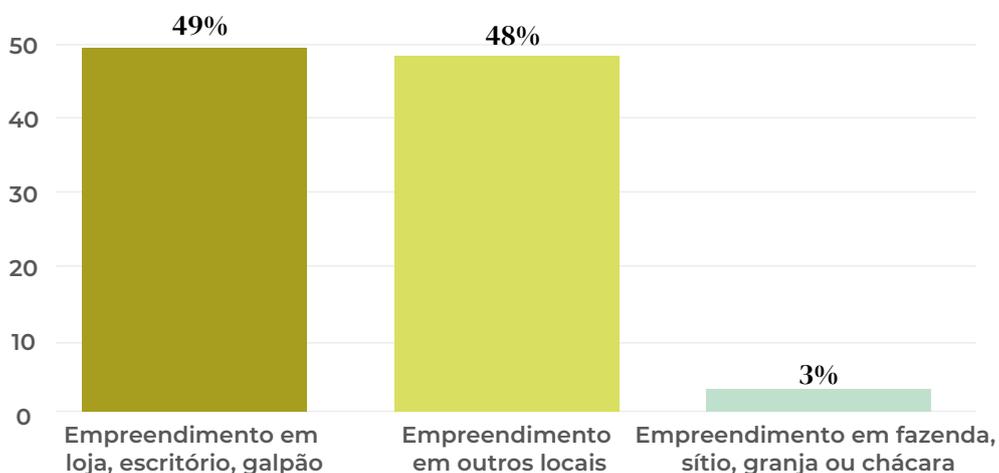
Gráfico 6 – Empreendedoras goianas e sociedade na empresa



Fonte: Elaborado pelos autores, com base em dados da PNADc do IBGE (2022).

Com relação ao local onde exercem suas atividades, quase a metade das empreendedoras (49%) possuem empreendimento funcionando em loja, escritório ou galpão, conforme classificação utilizada pela PNADc/IBGE. Cerca de 3% desempenham suas atividades em fazenda, sítio ou chácara, e 48% em outros locais, conforme indicado no Gráfico 7.

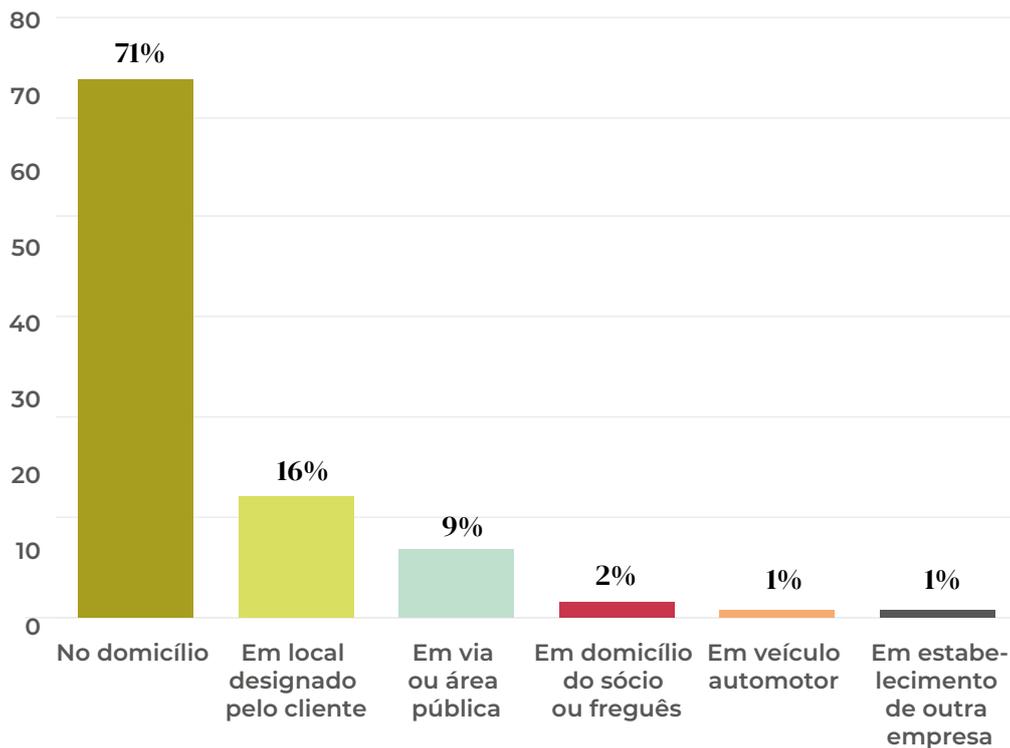
Gráfico 7 – Local em que as mulheres exercem suas atividades empreendedoras



Fonte: Elaborada pelos autores, com base nos dados da PNADc do IBGE (2022).

Ao investigar quais os outros locais em que as mulheres estão exercendo suas atividades empreendedoras, descobre-se que 71% estão trabalhando em seus respectivos domicílios (Gráfico 8).

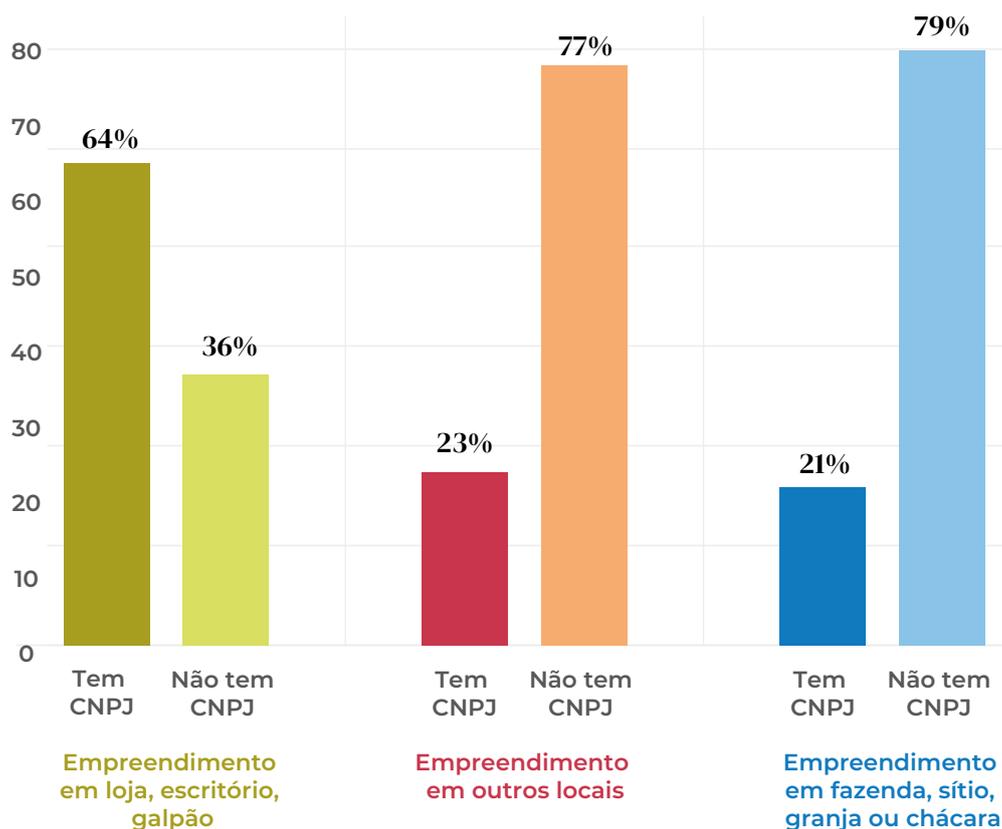
**Gráfico 8 – Local de funcionamento quando indicado
“Empreendimento em outros locais” no gráfico anterior**



Fonte: Elaborada pelos autores, com base nos dados da PNADc do IBGE (2022).

Ao analisar a relação entre o local de atuação e a formalização do negócio, destaca-se que 64% das mulheres empreendedoras que operam em loja, escritório ou galpão estão formalizadas. Em contraste, 77% daquelas que trabalham em outros locais não possuem CNPJ. Na categoria “Fazenda, sítio, granja ou chácara”, a maioria também opera informalmente, representando cerca de 79% (Gráfico 9).

Gráfico 9 – Local em que as mulheres exercem suas atividades empreendedoras e formalização do negócio

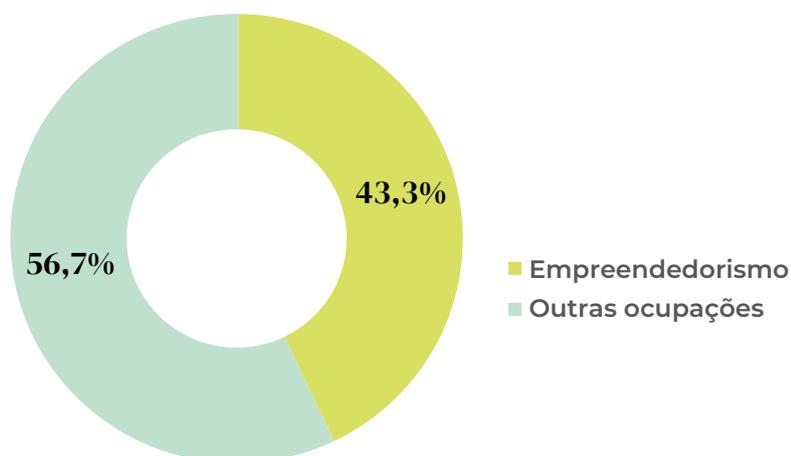


Fonte: Elaborada pelos autores, com base nos dados da PNADc do IBGE (2022).

1.1 EMPREENDEDORISMO COMO ATIVIDADE SECUNDÁRIA

Muitas mulheres possuem mais de uma fonte de renda. Quando identifica este tipo de situação, o IBGE classifica a atividade com maior remuneração como “atividade principal”, e a outra, como “atividade secundária”. Ao examinar a proporção de mulheres em Goiás que estão exercendo alguma atividade secundária (35.831), 43% (15.507) encaram o empreendedorismo como complementação da renda principal, como evidenciado no Gráfico 10.

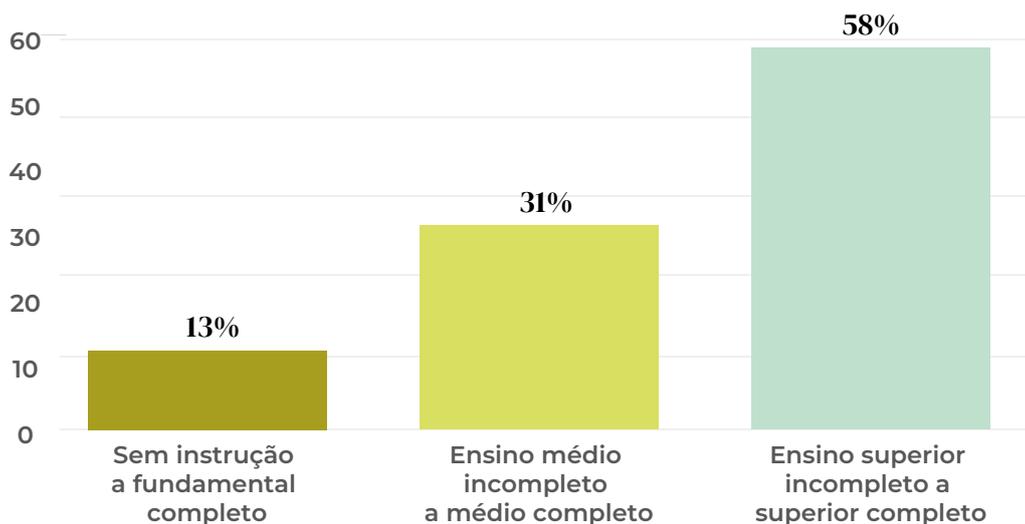
Gráfico 10 – Origem da fonte de atividades secundárias de mulheres em Goiás



Fonte: Elaborado pelos autores, com base em dados da PNADc do IBGE (2022).

Dentre as mulheres que têm o empreendedorismo como atividade secundária, 58% possuem nível de escolaridade mais elevado, entre ensino superior incompleto a completo (Gráfico 11), e a média de idade é de 42 anos.

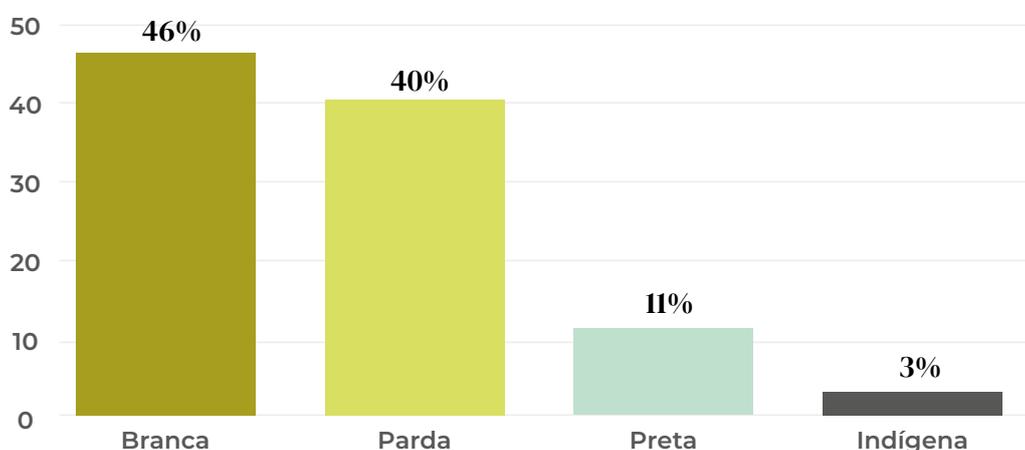
Gráfico 11 – Empreendedorismo como atividade secundária por grau de escolaridade



Fonte: Elaborado pelos autores, com base em dados da PNADc do IBGE (2022).

Desse grupo de mulheres, a maioria é da cor/raça branca, representando 46%, seguido da cor/raça parda, com 40%. Em menor número estão as mulheres que se autodeclaram pretas, totalizando 11%, e as indígenas, com 3%, como ilustrado no Gráfico 12.

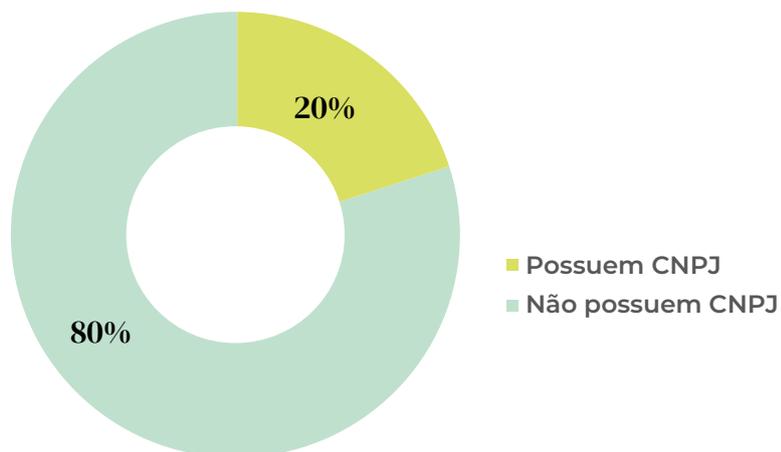
Gráfico 12 – Empreendedorismo como atividade secundária por cor/raça



Fonte: Elaborada pelos autores, com base nos dados da PNADc do IBGE (2022).

A maioria dessas mulheres são empreendedoras informais, totalizando 80%.

Gráfico 13 – Empreendedorismo como atividade secundária e registro no Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica – CNPJ



Fonte: Elaborada pelos autores, com base nos dados da PNADc do IBGE (2022).

Capítulo 2 *

Criação de Empresas por Mulheres em Goiás

Autores:

Daniel do Prado Pagotto – Mestre em Administração, com ênfase em estratégia, empreendedorismo e inovação, pela Universidade Federal de Goiás (UFG). Atualmente cursa doutorado em Administração na Universidade de Brasília (UnB). Coordenador adjunto do Laboratório de Pesquisa em Empreendedorismo e Inovação da UFG (Lapei/UFG).

Daiane Martins Teixeira – Mestre em Administração pela Universidade Federal de Goiás - UFG, na linha de pesquisa em Estratégia, Empreendedorismo e Inovação. Membro pesquisadora do Laboratório de Pesquisa em Empreendedorismo e Inovação.

Jessica Borges de Carvalho – Doutoranda em Administração (PPGADM/UFG). Mestre em Administração pela Universidade Federal de Goiás - linha de pesquisa Estratégia, Empreendedorismo e Inovação, com foco em Aprendizagem do Empreendedorismo. Bacharela em Administração pela Universidade Federal de Goiás. Pesquisadora do Laboratório de Pesquisa em Empreendedorismo e Inovação da UFG (Lapei/UFG) e do Grupo de Pesquisa em Aprendizagem nas Organizações (GPAO/UFG).

Fernanda Paula Arantes Manso – Doutoranda em Administração (PPGADM/UFG). Mestre em Administração pela Universidade Federal de Goiás - linha de pesquisa Estratégia, Empreendedorismo e Inovação, com foco em Aprendizagem do Empreendedorismo. Bacharela em Administração pela Universidade Federal de Uberlândia. Pesquisadora do Laboratório de Pesquisa em Empreendedorismo e Inovação da UFG (Lapei/UFG) e do Grupo de Pesquisa em Aprendizagem nas Organizações (GPAO/UFG).

Cândido Borges – Ph.D. em Administração pela HEC Montréal, Canadá, com Pós-Doutorado pela EAESP-FGV. Professor da Faculdade de Administração, Ciências Contábeis e Ciências Econômicas (FACE/UFG). Coordenador do Laboratório de Pesquisa em Empreendedorismo e Inovação da UFG (Lapei/UFG).



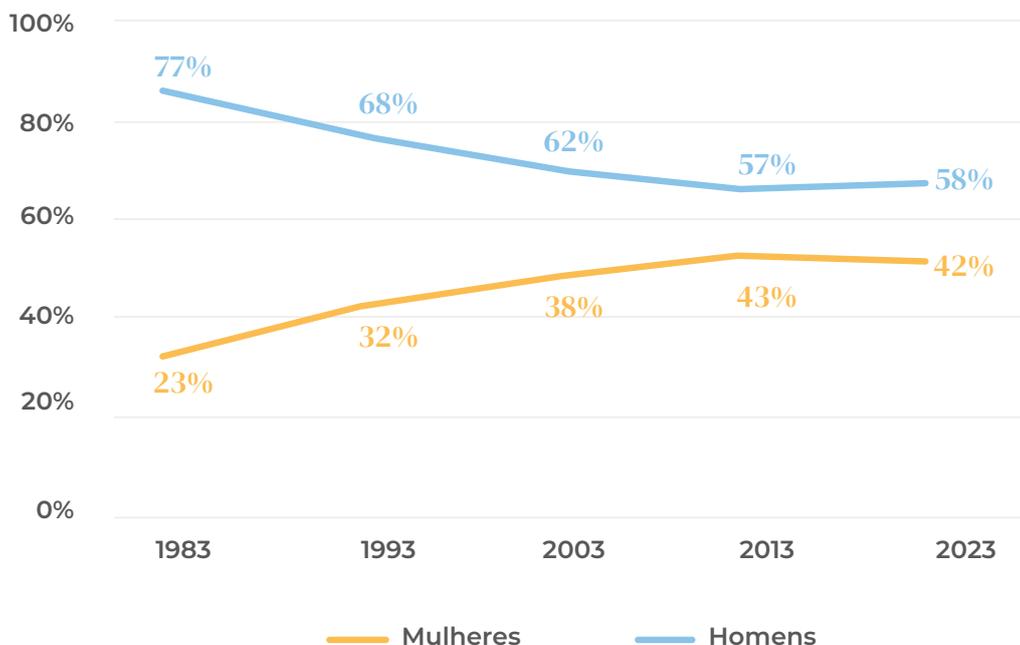
O objetivo deste capítulo é apresentar um panorama da criação de empresas por mulheres em Goiás. Para tanto, foram desenvolvidas análises dos dados públicos do Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica (CNPJ) da Receita Federal do Brasil. Consideraram-se as empresas ativas, a distribuição das empresas nos municípios e a distribuição por setor de produção, conforme a Classificação Nacional de Atividades Econômicas (CNAE), do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE).

Em relação à distribuição por municípios, foram construídos dois indicadores. O primeiro corresponde à taxa de empreendedorismo por mulheres a cada 100 habitantes do sexo feminino. O segundo corresponde à proporção de criação de empresas por mulheres em comparação a homens nos municípios em Goiás. Os procedimentos de tratamento e análise dos dados estão disponíveis nas notas metodológicas no Apêndice 2 deste relatório.

A respeito da criação de empresas em Goiás, ao analisar a proporção entre mulheres e homens que registraram empreendimentos no período de 1983 a 2023 (40 anos), observa-se que, ao passar dos anos, houve um aumento na proporção de empresas criadas por mulheres. No entanto, nos últimos anos, a diferença entre homens e mulheres se estabilizou, com a criação de empresas perdendo um pouco da força que tinha mostrado nos anos anteriores (Gráfico 14).



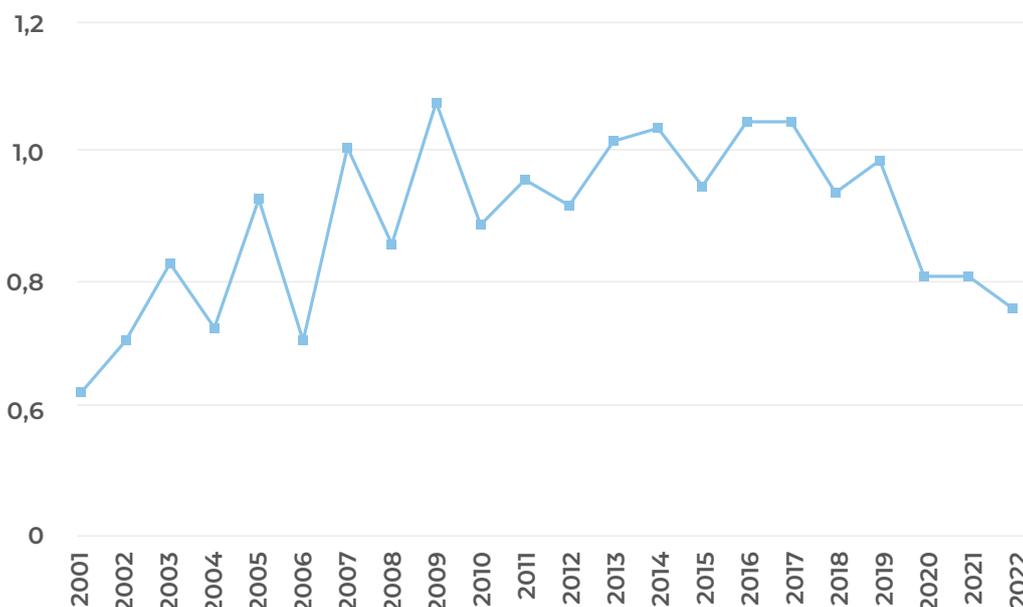
Gráfico 14 – Evolução da criação de empresas por mulheres em Goiás (%)



Fonte: Elaborado pelos autores a partir da Base de Dados da Receita Federal do Brasil (2023).

Movimento semelhante foi percebido na pesquisa *Global Entrepreneurship Monitor – GEM* (Gráfico 15). Os valores próximos a 1 apresentados no Gráfico 15 indicam um maior balanceamento entre mulheres e homens, e valores menores que 1 indicam maior desbalanceamento, com maior proporção para o sexo masculino. Em relação ao Brasil, a pesquisa do GEM mostra que em 2009 as mulheres atingiram o maior valor (1,07), indicando uma presença das mulheres no empreendedorismo maior do que a dos homens. Já em 2022 este valor era de 0,75, mostrando a redução da participação das mulheres. Outro ponto a ser observado é a redução na proporção de mulheres empreendedoras em relação a homens no período pós-pandemia, comportamento que se assemelha ao apresentado no Gráfico 14 acima. Dessa forma, investigações aprofundadas devem ser realizadas a fim de identificar tendências em outros estados e as razões por trás deste movimento.

Gráfico 15 – Taxa total de atividade empreendedora – TEA



Fonte: Global Entrepreneurship Monitor – GEM.

Em Goiás, os municípios que apresentaram as maiores taxas de empreendedorismo por mulheres são: Santo Antônio de Goiás (20,7%), Alto Paraíso de Goiás (20,6%), Campos Verde (13,3%) e São João da Paraúna (12,9%). Já os municípios com menores taxas são: Flores de Goiás (1,7%), Baliza (2,0%), Monte Alegre de Goiás (2,2%) e Guarani de Goiás (2,3%) (Tabela 1). A lista completa dos municípios está disponível no Apêndice 4 deste relatório.

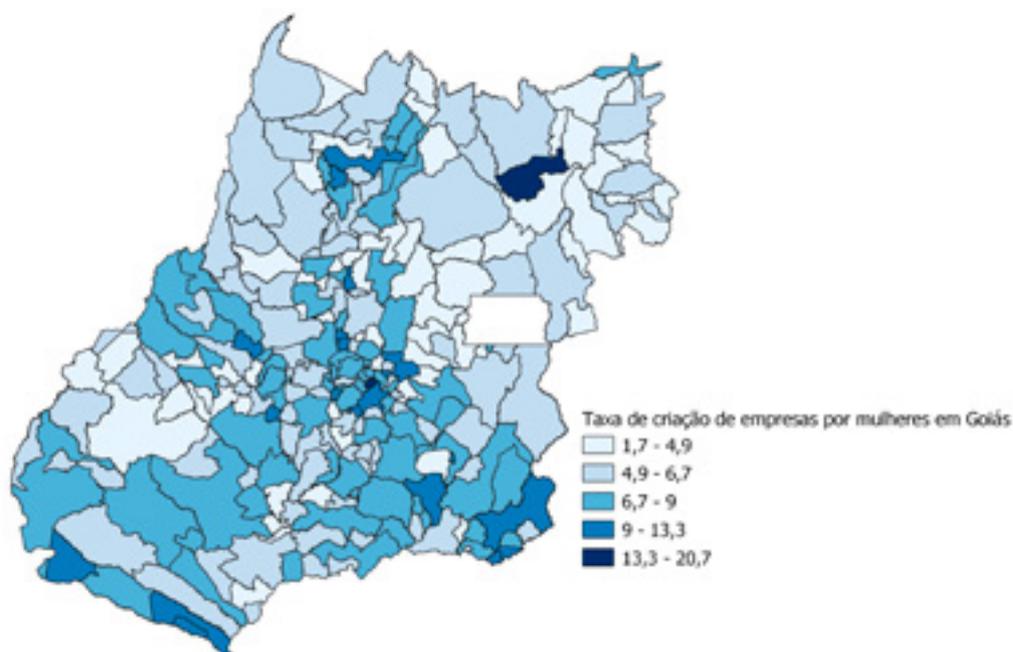
Tabela 1 – Taxas de criação de empresas por mulheres nos municípios em Goiás (%)

Municípios com maiores taxas	Taxa	Municípios com menores taxas	Taxa
Santo Antônio de Goiás	20,7	Flores de Goiás	1,7
Alto Paraíso	20,6	Baliza	2,0
Campos Verdes	13,3	Monte Alegre de Goiás	2,2
São João do Paraúna	12,9	Guarani de Goiás	2,3
Três Ranchos	12,4	Amaralina	2,6
Chapadão do Céu	12,0	São Patrício	2,6
Caldas Novas	11,3	Amarinópolis	3,2
Goiânia	10,8	Vila Propício	3,3
Abadia de Goiás	10,5	Nova Roma	3,3
Lagoa Santa	10,4	Santo Antônio do Descoberto	3,3

Fonte: Elaborado pelos autores a partir da Base de Dados da Receita Federal do Brasil (2023).

A Figura 5 ilustra a taxa de empreendedoras a cada 100 habitantes do sexo feminino em Goiás. As áreas com tons mais escuros são os municípios com taxas mais elevadas.

Figura 5 – Taxa de criação de empresas por mulheres em Goiás



Fonte: Elaborado pelos autores a partir da Base de Dados da Receita Federal do Brasil (2023).

O segundo indicador elaborado neste estudo refere-se à proporção de criação de empresas por mulheres em relação à criação de empresas por homens do município. Os dez municípios de Goiás que apresentam os maiores percentuais de empreendedoras, em comparação a empreendedores, são: Mimoso de Goiás (53,8%), São Domingos (53,0%), Nova Iguaçu de Goiás (52,2%), Lagoa Santa (51,5%), Gouvelândia (51,4%), Goiandira (50,0%), Brazabrantés (49,8%), Divinópolis de Goiás (49,5%), Niquelândia (48,8%) e Aloândia (48,7%).

Em relação aos dez municípios com menores percentuais de empreendedoras, em comparação a empreendedores, tem-se: Campos Verdes (35,3%), Moiporá (35,0%), Cachoeira de Goiás (34,6%), Santa Rosa de Goiás (33,3%), Santa Tereza de Goiás (33,1%), Guaraíta (32,0%), São Patrício (31,5%), Córrego do Ouro (30,5%), Guarani de Goiás (29,7%) e Vila Propício (29,6%).

Os dez municípios com maiores e menores percentuais de criação de empresas por mulheres em comparação a homens estão ilustrados na Tabela 2. A lista completa está disponível no Apêndice 5 deste relatório.

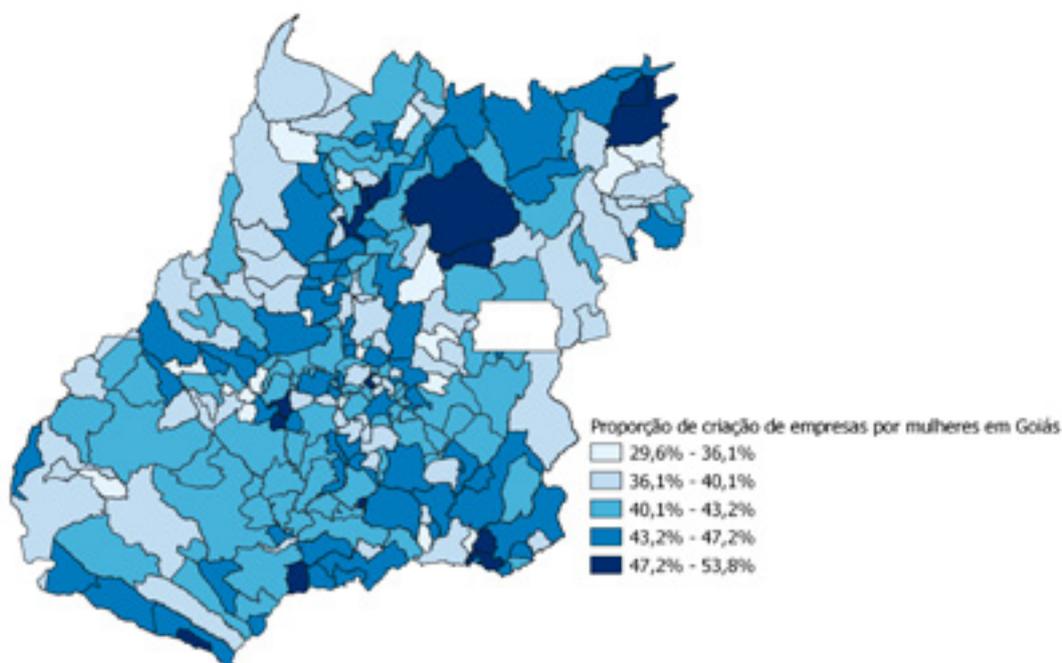
Tabela 2 – Dez Municípios com maiores e menores percentuais de criação de empresas por mulheres em comparação a homens nos municípios em Goiás

Municípios com maiores percentuais	Percentual	Municípios com menores percentuais	Percentual
Mimoso de Goiás	53,8%	Vila Propício	29,6%
São Domingos	53,0%	Guarani de Goiás	29,7%
Nova Iguaçu de Goiás	52,2%	Córrego do Ouro	30,5%
Lagoa Santa	51,5%	São Patrício	31,5%
Gouvelândia	51,4%	Guaraíta	32,0%
Goiandira	50,0%	Santa Tereza de Goiás	33,1%
Brazabrantes	49,8%	Santa Rosa de Goiás	33,3%
Divinópolis de Goiás	49,5%	Cachoeira de Goiás	34,6%
Niquelândia	48,8%	Moiporá	35,0%
Aloândia	48,7%	Campos Verdes	35,3%

Fonte: Elaborado pelos autores a partir da Base de Dados da Receita Federal do Brasil (2023).

A Figura 6 ilustra o panorama da proporção de criação de empresas por mulheres em comparação com empresas criadas por homens, no estado de Goiás. Nas áreas com tons mais escuros, estão os municípios com maiores proporções de empreendedoras.

Figura 6 – Proporção de criação de empresas por mulheres em comparação com empresas criadas por homens em Goiás



Fonte: Elaborado pelos autores a partir da Base de Dados da Receita Federal do Brasil (2023).

Ao analisar as atividades econômicas com o maior número de empreendedores em Goiás, considerando homens e mulheres, nota-se que o comércio varejista se destaca como o de maior representatividade (155.232, 23%), na sequência está o segmento alimentício (50.692, 8%), conforme evidenciado na Tabela 3. A lista completa com a quantidade de empreendedores para cada atividade econômica está disponível no Apêndice 6 deste relatório.

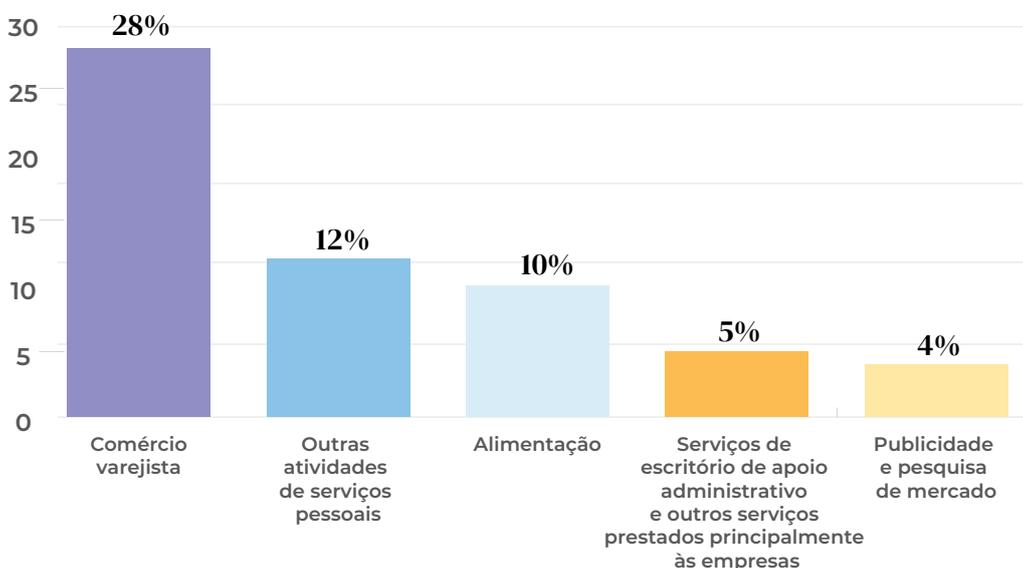
Tabela 3 – Atividades econômicas com maior número de empreendedores em Goiás

Atividade Econômica	Número de Empreendedores
Comércio varejista	155.232
Alimentação	50.692
Outras atividades de serviços pessoais	44.387
Serviços especializados para construção	44.163
Comércio e reparação de veículos automotores e motocicletas	35.412
Serviços de escritório de apoio administrativo e outros serviços prestados principalmente às empresas	30.266
Publicidade e pesquisa de mercado	27.928
Transporte terrestre	26.049
Educação	20.562
Atividades de atenção à saúde humana	18.676

Fonte: Elaborado pelos autores a partir da Base de Dados da Receita Federal do Brasil (2023).

Em relação às atividades econômicas lideradas por mulheres, observa-se, no Gráfico 16, que o comércio varejista (28%) é a atividade econômica com maior proporção de empreendedoras. Como segunda e terceira maiores participações, encontram-se, respectivamente, outras atividades de serviços pessoais (12%) e as atividades de alimentação (10%).

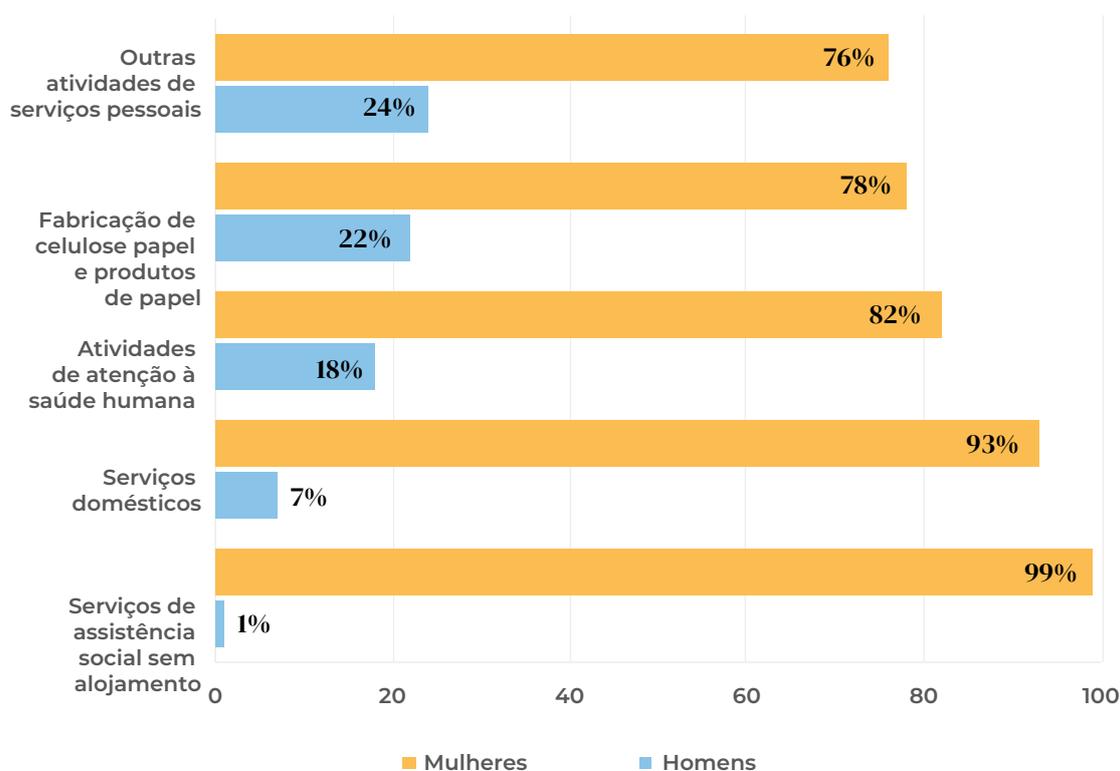
Gráfico 16 – As cinco principais atividades econômicas (CNAE) com participação de mulheres em Goiás



Fonte: Elaborado pelos autores a partir da Base de Dados da Receita Federal do Brasil (2023).

Ao comparar as atividades econômicas lideradas por mulheres e aquelas lideradas por homens, destaca-se que as atividades de serviços de assistência social sem alojamento apresentam o maior percentual (99%) de participação de mulheres. O Gráfico 17 ilustra as cinco principais atividades com os maiores percentuais da participação por divisão CNAE.

Gráfico 17 – Principais atividades econômicas de empreendimentos liderados por mulheres, em comparação a empreendimento liderados por homens em Goiás



Fonte: Elaborado pelos autores a partir da Base de Dados da Receita Federal do Brasil (2023).

Capítulo 3 *

Histórias de Mulheres que Empreendem



Autores:

Polyanna Marques Cardoso é Mestre em Desenvolvimento e Planejamento Territorial pela PUC Goiás, Economista pela PUC Goiás, Especialista em Marketing e Análise do Consumo pela UFG, Especialista em Pesquisa de Mercado pela Faculdade Cambury. Analista do Sebrae Goiás na área de Gestão Estratégica.

Taissa Gracik Tomé é Jornalista pela Universidade Federal de Goiás (UFG) e Especialista em Marketing pela Universidade de São Paulo (USP). Atualmente é Trainee no Sebrae Goiás.

A photograph of a woman with long brown hair, wearing a light blue button-down shirt, clapping her hands. She is looking towards the right side of the frame. In the background, there is a large green monstera plant and a wooden chair. The lighting is bright and natural, suggesting an indoor setting like a meeting room or office.

*Conheça histórias inspiradoras
de mulheres empreendedoras que
trabalham coletivamente em suas
respectivas comunidades.*



Ofertas de Aninha

*Eu sou aquela mulher
a quem o tempo
muito ensinou.
Ensinou a amar a vida.
Não desistir da luta.
Recomeçar na derrota.
Renunciar a palavras e pensamentos negativos.
Acreditar nos valores humanos.
Ser otimista.
Creio numa força imanente
que vai ligando a família humana
numa corrente luminosa
de fraternidade universal.
Creio na solidariedade humana.
Creio na superação dos erros
e angústias do presente.
Acredito nos moços.
Exalto sua confiança,
generosidade e idealismo.
Creio nos milagres da ciência
e na descoberta de uma profilaxia
futura dos erros e violências
do presente.
Aprendi que mais vale lutar
do que recolher dinheiro fácil.
Antes acreditar do que duvidar.*

Cora Coralina



Mulheres da Comunidade Quilombola de Tinguizal



É importante promover oportunidades dentro do território para que os jovens e mães, principalmente, tenham a opção de permanecer no local.

É um desejo das Mulheres que a comunidade não se torne conhecida apenas pelas características naturais, mas sim por ser um lugar ímpar, repleto de saberes e de cultura que podem ser compartilhados.

A união das mulheres da comunidade torna possível a percepção de que uma Mulher Empreendedora é sinônimo de força, identidade, resistência, ancestralidade e muita coragem!



Não há nada comparado à força apresentada por um grupo de mulheres que decide trabalhar ativamente para mudar a realidade do local em que estão inseridas. Esse é o caso das Mulheres da comunidade quilombola de Tinguizal, um coletivo formado por aproximadamente 40 mulheres que vivem no Patrimônio Cultural Kalunga (Lei Estadual 11.409/1991), o maior do país em extensão (230 mil hectares), distante 65 km da cidade de Monte Alegre (região nordeste de Goiás).

Com 78 casas e cerca de 40 famílias residentes, a comunidade Tinguizal enfrenta um problema que já perdura há alguns anos: o esvaziamento do local e conseqüente perda da identidade, dos saberes e da história dos Kalungas. Os jovens, em sua maioria, decidem sair da comunidade para estudar e trabalhar. Acostumados com as melhores oportunidades e o acesso à informação e qualidade de vida, muitos resolvem não retornar ao local de origem. O mesmo acontece com as mulheres que optam por acompanhar os maridos ou filhos no trabalho e nos estudos nas cidades. Dessa maneira, gerações inteiras deixam de pertencer e replicar a cultura Kalunga.

Diante da problemática e da necessidade de resgatar a força da comunidade, um grupo de mulheres representadas pela professora Kalunga Maria Helena, apelidada de Tuya, percebeu a importância de promover oportunidades dentro do território para que os jovens e mães, principalmente, tenham a opção de permanecer no local. Maria Helena, que ficou fora da comunidade por muitos anos para estudar, notou a importância de retornar para o quilombo e trabalhar as necessidades de seu próprio território.

Com a possibilidade de geração de renda na comunidade e de acesso a insumos, recursos, educação e informação, os quilombolas podem dar continuidade à cultura e às tradições de seu povo dentro e fora do Tinguizal. Com esse sonho em mente, as Mulheres da comunidade, que até então mantinham suas famílias por meio do plantio de vegetais e cereais (como mandioca e arroz) e de programas governamentais, viram uma chance de mudança através do corte, costura e outras artes manuais. Mais ainda, o grupo percebeu que o fortalecimento da identidade e a expressão de seus saberes poderiam ser vislumbrados através de peças de roupa e até mesmo de uma marca própria.

A realidade vivenciada pelos Kalungas potencializou a decisão. Isso porque as mudanças no clima alteraram toda a dinâmica das plantações, e muitas famílias perderam, mais de uma vez, tudo aquilo que tinham plantado. Além disso, a farinha de mandioca do Tinguizal, que anteriormente era muito apreciada e abastecia comércios das cidades próximas, não pode mais ser comercializada como antes, devido às exigências de regulamentações que, na atualidade, não são passíveis de realização pelos produtores.

Dessa maneira, para o início do trabalho de costura das mulheres da comunidade, uma mobilização foi realizada na comunidade para a construção de um barracão. Com esforço e união de recursos para a compra de materiais, o barracão foi construído para servir como um ateliê de costura. Mesmo que o local não seja totalmente adequado à produção de vestimentas, por ser aberto e o vento dificultar o trabalho, o primeiro passo foi dado. Com isso, o grupo realizou um curso para aprender a mexer com máquinas de costura, que foram doadas logo depois pelo Governo do Estado.

A partir daí, a comunidade do Tinguizal recebeu, pela primeira vez, uma torre de internet. Durante a pandemia da Covid-19, os jovens Kalungas se reuniam no barracão para utilizar a internet da casa da Maria Helena, única moradora que naquele momento conseguia arcar com os custos do serviço.

Desde então, o barracão passou a ser utilizado para diversas outras atividades além da costura, tornando-se um espaço comunitário multicultural. Manifestações culturais como reza, dança e canto se tornaram frequentes no local. A costura se consolidou, então, como um fio condutor utilizado para o resgate da cultura Kalunga na comunidade de Tinguizal. A partir da atitude inicial das Mulheres, diversas outras ações foram oportunizadas.

Com a realização de múltiplos cursos e capacitações sobre empreendedorismo, design, acesso a mercado, finanças e portfólio, promovidos também pelo Sebrae, o coletivo se aperfeiçoou naquilo que se propôs a fazer: expressar a luta pela resistência, permanência sociocultural e reconhecimento da identidade, através de peças de roupa que são carregadas de história. O trabalho se tornou tão relevante



que a apresentação oficial da marca Tuya foi realizada durante o Amarê Fashion 2023, evento de moda promovido pelo Sebrae Goiás, com o lançamento de um estande de exposição das peças autorais.

Frente ao notório reconhecimento da necessidade das mulheres da comunidade de se organizarem para realizar seus sonhos de empreender através das atividades de costura e correlatas, um novo barracão está nos planos para ser construído, dessa vez com uma estrutura totalmente adaptada à costura. Mas, para além da realização das atividades relacionadas à moda, existe uma gama de pontos a serem desenvolvidos para transformar o quilombo em um destino turístico repleto de preceitos históricos e culturais, movimentando a economia e o conhecimento do lugar, como é o desejo daqueles que moram no local.

O Tinguizal conta com cachoeiras, com fauna, flora e atrativos naturais únicos. No entanto, é um desejo das Mulheres que a comunidade não se torne conhecida apenas pelas características naturais, mas sim por ser um lugar ímpar, repleto de saberes e de cultura que podem ser compartilhados. Para que isso aconteça, projetos já estão em desenvolvimento para impulsionar a região, considerando os potenciais culturais que, sem dúvidas, serão propulsores do compartilhamento da história regional. É a partir daí, de tudo o que está sendo propiciado a partir da união das mulheres da comunidade, que se torna possível a percepção de que uma Mulher Empreendedora é sinônimo de força, identidade, resistência, ancestralidade e muita coragem!



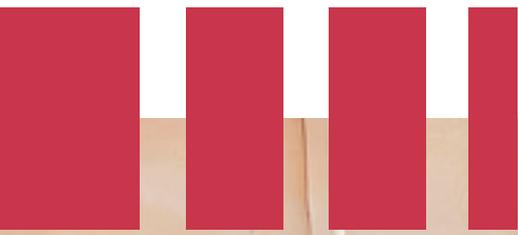


Assim eu vejo a vida

*A vida tem duas faces:
Positiva e negativa
O passado foi duro
mas deixou o seu legado
Saber viver é a grande sabedoria
Que eu possa dignificar
Minha condição de mulher,
Aceitar suas limitações
E me fazer pedra de segurança
dos valores que vão desmoronando.
Nasci em tempos rudes
Aceitei contradições
lutas e pedras
como lições de vida
e delas me sirvo
Aprendi a viver.*

Cora Coralina

Mulheres de Pedra Branca



Incentivadas pelo desejo de transformação, um grupo de mulheres se formou, discutiu mudanças, planejou ações e colocou em prática aquilo que elas tanto sonhavam: a liberdade para mostrar seus dons e gerar renda a partir disso.

A força da Associação das Mulheres de Pedra Branca já quebrou barreiras e permitiu que sonhos fossem resgatados.

Em pouco mais de dois anos, um grupo de mulheres solteiras, casadas, viúvas, mães, jovens, adultas e idosas encontraram, a partir do reconhecimento de suas potencialidades, uma fonte de renda, de valorização de suas atividades, de socialização e, principalmente, de autoconhecimento.



Determinação. Superação. União. Essa é a história das Mulheres de Pedra Branca, povoado localizado a 34 km do centro de Catalão, no estado de Goiás. Partindo de uma conversa informal durante a pandemia da Covid-19, em 2021, que culminou em uma reunião com as mulheres da região, o primeiro passo para o início da “Associação Mulheres de Pedra Branca” foi dado. A mobilização foi tanta que, incentivado pelo desejo de transformação, um grupo se formou, discutiu mudanças, planejou ações e, principalmente, colocou em prática aquilo que elas tanto sonhavam: a liberdade para mostrar seus dons e gerar renda a partir disso.

Em um povoado com apenas 68 casas e sem grandes oportunidades de emprego, em que os chefes de domicílio (em sua grande maioria homens) se deslocam para cidades próximas para trabalhar, as mulheres se dedicavam aos serviços domésticos e ao cuidado familiar. Cada uma das atuais participantes da Associação possui alguma habilidade antes não explorada, seja na culinária, no artesanato, na confecção de joias, etc. A rotina doméstica não possibilitava a percepção de que todo aquele trabalho poderia ser fonte de empreendedorismo, mas, a partir da primeira reunião, todas perceberam o quão valiosas eram as atividades realizadas por elas.

Os encontros se tornaram mais frequentes e, com isso, as mulheres da Associação iniciaram uma feira, realizada uma vez ao mês, sempre às sextas-feiras. Na ocasião, os produtos fabricados por elas são comercializados e movimentam o povoado, já que os moradores da região são adeptos às compras dos produtos, que vão desde produtos alimentícios, como salgados, doces e a famosa galinhada da Dona Rita, até panos de prato personalizados, artesanatos em resina, toalhas de mesa e as biojoias, que são um caso de sucesso para as Mulheres de Pedra Branca.

Além disso, após mais de dois anos do início do grupo, e impulsionadas pela formalização da Associação (realizada em junho de 2022), as participantes já foram convidadas para expor os produtos em outras feiras e deram início, recentemente, a uma feira de domingo quinzenal no povoado de Pedra Branca. A união e a busca constante por conhecimento abrem, dia após dia, portas para as associadas. Desde o início, cursos e reuniões são realizados com frequência, de modo que as decisões sejam tomadas em conjunto e, mais ainda, que os aprendizados sejam compartilhados e sempre alcançados concomitantemente.

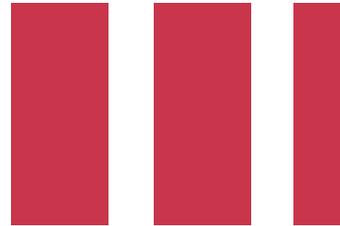
A força da Associação já quebrou barreiras e permitiu que sonhos fossem resgatados. A Sílvia Maria, que mora há 32 anos em Pedra Branca, realizou sua primeira viagem de avião a partir das oportunidades geradas pelo trabalho conjunto. Com o apoio do Sebrae, a associada representou, por duas vezes, todas as outras mulheres na Feira Nacional de Artesanato (durante o Expominas), realizada em Belo Horizonte (Minas Gerais).

Além de permitir que a Sílvia e as outras 22 associadas realizassem sonhos que antes pareciam distantes, a força do grupo fez com que a Associação se tornasse referência não só no estado de Goiás, mas em todo o Brasil. Para Sônia Nunes, uma das participantes da comunidade, a Associação das Mulheres de Pedra Branca representa o verdadeiro significado do empoderamento feminino. Em pouco mais de dois anos, um grupo de mulheres solteiras, casadas, viúvas, mães, jovens, adultas e idosas encontraram, a partir do reconhecimento de suas potencialidades, uma fonte de renda, de valorização de suas atividades, de socialização e, principalmente, de autoconhecimento.

Mas, apesar de todos os benefícios, a organização ainda encontra dificuldades para ampliar a atuação. Isso porque parte da estrada entre o povoado e Catalão não é asfaltada; não há transporte público entre a cidade e o povoado, o que torna complexa a aquisição de insumos; não há uma escola ativa em Pedra Branca para que as crianças estudem; as quedas de energia desencadeiam, além da perda de produtos, a falta de água, já que a água do povoado é oriunda de poços artesianos, então sem energia não há como retirar a água dos poços.

Os moradores da comunidade já chegaram a ficar seis dias sem energia e, conseqüentemente, sem água. Mas, mesmo com os empecilhos, as mulheres da Associação não medem esforços para buscar melhorias não só para elas, mas para o povoado como um todo. Parcerias estão sendo buscadas pelas associadas para o desenvolvimento da região, já que a Câmara Municipal de Catalão decretou o povoado de Pedra Branca como destino turístico. Além de ser uma comunidade centenária e de ser rota de ciclistas, Pedra Branca conta com uma barragem com potencial para o desenvolvimento da pesca esportiva, o que pode potencializar o número de turistas no local.

Sem dúvidas, ainda há muito a ser conquistado, mas a determinação das Mulheres de Pedra Branca torna tudo isso possível. Muito já foi feito, barreiras foram rompidas, sonhos realizados, a autonomia foi conquistada e a renda foi ampliada. Tudo isso a partir do agrupamento de 23 mulheres que sonham com uma realidade melhor para aqueles que estão ao seu redor e para o local em que vivem. O futuro do povoado, das mulheres, da comunidade e das próximas gerações tem nome: Associação das Mulheres de Pedra Branca.





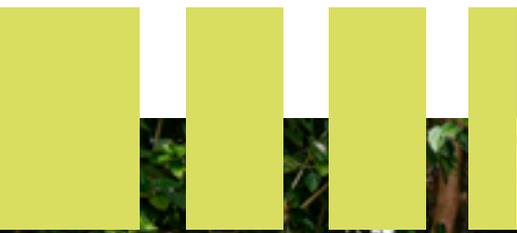
O cântico da Terra

*Eu sou a terra, eu sou a vida.
Do meu barro primeiro veio o homem.
De mim veio a mulher e veio o amor.
Veio a árvore, veio a fonte.
Vem o fruto e vem a flor.
Eu sou a fonte original de toda vida.
Sou o chão que se prende à tua casa.
Sou a telha da cobertura de teu lar.
A mina constante de teu poço.
Sou a espiga generosa de teu gado
e certeza tranquila ao teu esforço.
Sou a razão de tua vida.
De mim vieste pela mão do Criador,
e a mim tu voltarás no fim da lida.
Só em mim acharás descanso e Paz.
Eu sou a grande Mãe Universal.
Tua filha, tua noiva e desposada.
A mulher e o ventre que fecundas.
Sou a gleba, a gestação, eu sou o amor.
A ti, ó lavrador, tudo quanto é meu.
Teu arado, tua foice, teu machado.
O berço pequenino de teu filho.
O algodão de tua veste
e o pão de tua casa.
E um dia bem distante
a mim tu voltarás.
E no canteiro materno de meu seio
tranquilo dormirás.
Plantemos a roça.
Lavremos a gleba.
Cuidemos do ninho,
do gado e da tulha.
Fartura teremos
e donos de sítio
felizes seremos.*

Cora Coralina



Agricultoras Familiares de Bela Vista



Cada cooperada, em conjunto com suas famílias, produz de forma consciente e manual, de acordo com as características das terras que possui. Dessa maneira, os produtos são carregados de história e de valores de famílias que dedicam a vida a cuidar daquilo que vai à mesa de tantas outras famílias.

O sonho é ainda maior: tornar a Floryá uma referência de economia solidária e de cooperativismo feminino.

A totalidade das ações desenvolvidas e programadas incidirá no empoderamento feminino no meio rural, colocando-as em destaque como produtoras, empreendedoras e fortalecedoras do seio familiar.



Através da iniciativa de mulheres destinadas a superar o “não”, foi criada a Cooperativa das Agricultoras Familiares, Povos Tradicionais e Economia Solidária (Floryá). Com sede na cidade de Bela Vista de Goiás, a 51 km da capital do estado, a Floryá surgiu como um ato de força no meio agrícola, cujas atividades envolvem, predominantemente, a atuação masculina.

O grupo, composto por 23 mulheres, teve início a partir da Associação dos Agricultores Familiares de Bela Vista de Goiás (AFABEV-GO). A partir das atividades focadas na agricultura familiar realizadas na AFABEV, algumas mulheres se reuniram para ampliar as frentes de trabalho, profissionalizar a atuação na cidade de Bela Vista e em todo o estado de Goiás e, principalmente, fortalecer a relevância feminina na agropecuária.

Diante disso, a Floryá surgiu como uma Cooperativa criada e liderada por mulheres, cujas associadas são, em sua totalidade, agricultoras. Famílias como um todo também podem se associar, uma vez que o coletivo atua com foco na agricultura familiar e solidária. No entanto, para que isso aconteça, a representante da empresa associada deve ser mulher. A Cooperativa também abrange os povos tradicionais do estado de Goiás, como os povos Kalunga, quilombolas e indígenas. Representantes mulheres de tais comunidades podem se tornar integrantes da Cooperativa e encontrar, a partir daí, um canal para a comercialização dos produtos tradicionais produzidos nas comunidades.

Antes da Cooperativa, as produtoras de Bela Vista precisavam vender por conta própria aquilo que produziam. Muitas vezes, os produtos eram vendidos por valores abaixo do mercado, sem considerar todo o tempo e mão de obra dispensados. As feiras da região eram os principais pontos de comercialização encontrados por elas. A Floryá, por sua vez, reuniu todos os produtos das associadas em um único canal digital, que culminou no primeiro delivery de agricultura familiar da região.

Por meio do site, os clientes podem visualizar todo o catálogo de cada uma das produtoras da Cooperativa e, assim, realizar os pedidos de forma rápida e prática, com um clique. Os pedidos dos mais de 200 produtos cadastrados (plantas medicinais, doces, queijos, hortaliças, frutas, bolos, mel, iogurte, entre tantos outros) podem ser realizados até as quintas-feiras de cada semana para serem entregues aos sábados. Nas sextas-feiras, as produtoras dedicam-se a separar cada um dos pedidos, de modo que os itens cheguem frescos à casa do cliente.

Frente a isso, as entregas não são exclusivas da cidade de Bela Vista. Goiânia, que já conta com o primeiro núcleo da Cooperativa para além da sede, também recebe o delivery da Floryá, que entrega semanalmente produtos orgânicos e de produção própria das famílias cooperadas. Do mesmo modo, as entregas da Cooperativa envolvem as escolas públicas da Cidade de Bela Vista. Isso porque um dos focos da Floryá é promover uma alimentação de qualidade às crianças e adolescentes da região que acolhe o trabalho do coletivo.

Com o objetivo de fortalecer as famílias e a comunidade local, a Floryá atua com foco nos eixos da diversidade, ancestralidade e agroecologia. Para o grupo, o resgate das técnicas de plantio ancestrais é fundamental para o cultivo nos dias atuais, respeitando o tempo necessário para o crescimento da flora sem a utilização de agrotóxicos ou produtos que prejudiquem o ecossistema. Cada cooperada, em conjunto com suas famílias, produz de forma consciente e manual, de acordo com as características das terras que possui. Dessa maneira, os produtos são carregados de história e de valores de famílias que dedicam a vida a cuidar daquilo que vai à mesa de tantas outras famílias.

Apesar da importância do trabalho realizado pela Floryá, a Cooperativa enfrenta desafios desde a sua fundação, no dia 24 de junho de 2023. Para que o grupo fosse registrado como uma Cooperativa de Agricultoras Familiares, um caminho longo foi percorrido. As líderes da equipe precisaram defender a ideia de que, sim, a Cooperativa levaria o nome das Agricultoras. “Nós precisamos provar, o tempo todo, que somos capazes de fazer o nosso próprio trabalho. Ainda somos muito desacreditadas”, explica a presidente da Cooperativa, Ihasminy Teixeira.

Apesar das provações, o trabalho do conglomerado vem sendo reconhecido. Atualmente, existe uma fila de espera de nove mulheres interessadas em fazer parte da Cooperativa. E através de esforços mútuos, sempre dispensados pelas 23 associadas, a sede da Floryá já foi revitalizada, o que representa uma conquista para a Cooperativa. Além disso, em menos de um ano desde a fundação da Cooperativa, o grupo já conquistou parcerias importantes, como o apoio do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae) e do Serviço Nacional de Aprendizagem Rural (Senar).

Os sonhos alimentados por elas são proporcionais à determinação com que o projeto é alimentado. Para os próximos anos, as cooperadas esperam fomentar o turismo ao criar circuitos para que as pessoas possam visitar as propriedades das quais elas compram. A criação de um ambiente de



inovação também é algo sonhado, de modo que as pessoas aprendam sobre tecnologia ancestral, produtos orgânicos, bioinsumos, biomassa, agricultura biodinâmica, sistema agroflorestal e agroecológico, entre outros temas pertinentes à área. O objetivo não é apenas vender, mas introduzir os clientes em um ecossistema de conhecimento e valorização da agricultura familiar e livre de agrotóxicos.

Aliado a isso, a Floryá planeja a criação de uma loja colaborativa, a ser construída na própria sede da Cooperativa, para que as produtoras tenham um local físico para a comercialização das manufaturas. Partindo deste ponto, é desejado que, no futuro, a Floryá propicie às produtoras um sistema de rotação de mão de obra, de modo que os funcionários contratados pela Cooperativa façam rodízios nas propriedades para auxiliar no plantio, cultivo e colheita. Dessa maneira, é possível que sejam estabelecidos períodos de descanso para as associadas, já que, no momento, todas trabalham ininterruptamente no campo, sem férias ou descanso.

Tudo isso corrobora um sonho ainda maior: tornar a Floryá uma referência de economia solidária e de cooperativismo feminino. O trabalho, que já gerou diversos impactos para as mulheres da região e suas famílias, objetiva o sucesso da economia colaborativa, ou seja, que todas as cooperadas vivenciem de fato uma ascensão financeira. A totalidade dessas ações incidirá no empoderamento feminino no meio rural, colocando-as em destaque como produtoras, empreendedoras e fortalecedoras do seio familiar. E, desde as suas raízes, a Cooperativa está baseada na relevância da família, já que o nome Floryá foi embasado no nome da filha da presidente Ihasminy, Maria Flor.





Mulher da vida

*Mulher da Vida,
Minha irmã.
De todos os tempos.
De todos os povos.
De todas as latitudes.
Ela vem do fundo imemorial das idades
e carrega a carga pesada
dos mais torpes sinônimos,
apelidos e ápodos:
Mulher da zona,
Mulher da rua,
Mulher perdida,
Mulher à toa.
Mulher da vida,
Minha irmã.*

Cora Coralina

Mulheres Coralinas



Através do trabalho e da união, as Mulheres Coralinas passaram a tomar consciência de seus direitos e dos espaços que poderiam ocupar.

O acolhimento e empoderamento que as Coralinas encontraram a partir da Associação foi tão significativo que muitas voltaram a estudar.

As Mulheres Coralinas seguem alimentando sonhos. Um dos principais desejos é conseguir propiciar condições de transformação social para mais mulheres em situação de vulnerabilidade.



A poetisa Cora Coralina foi uma das figuras mais marcantes da literatura goiana e brasileira. Nascida em 1889, em uma época em que a mulher vivia submetida ao patriarcado, Cora resolveu trilhar o próprio caminho e tomar decisões que contrariavam tudo aquilo que era aceito na época, a exemplo da literatura, que era um lugar de destaque exclusivo dos homens. Na adolescência, a poetisa teve que, inclusive, afirmar para a família que as produções eram realizadas por um primo, já que para eles era impensável o fato de Cora se dedicar à escrita.

Mais de 100 anos após seu nascimento, Cora Coralina continua inspirando mulheres que são donas dos seus próprios caminhos e que buscam a liberdade das amarras impostas pela sociedade. Esse é o caso das Mulheres Coralinas, um grupo que tem a poesia de Cora como item propulsor da articulação realizada por elas.

Com sede na Cidade de Goiás, localizada a 140 km da capital do estado, a Associação Mulheres Coralinas (As Coralinas) nasceu de um projeto de políticas públicas que objetivava capacitar mulheres da região tanto na produção de artesanatos (confeção de bonecas, itens de decoração em cerâmica e com fibras naturais do cerrado) quanto na encadernação e na gastronomia. Em 2016, após dois anos de capacitação, o coletivo foi formalizado e se tornou, de fato, a Associação Mulheres Coralinas.

Com o propósito de resgatar mulheres da Cidade de Goiás em situação de vulnerabilidade e violência doméstica, a Associação busca a promoção da autonomia intelectual e financeira das integrantes e, mais ainda, a promoção da consciência a respeito da cultura local, do compartilhamento de saberes e da independência da mulher. Isso se dá a partir do embasamento propiciado pelas poesias de Cora, já que as produções da poetisa são recitadas e analisadas a cada encontro do grupo.

Os artesanatos desenvolvidos por elas também contam com frases das poesias de Cora, e até mesmo o rosto da poetisa é estampado nos produtos. Toda a produção é comercializada na loja das Mulheres Coralinas, localizada no Mercado Municipal da Cidade de Goiás, um dos principais pontos turísticos do município, que é considerado pela Organização das Nações Unidas para a Educação, Ciência e Cultura (Unesco) como Patrimônio Histórico e Cultural da Humanidade.

A loja, doada pela Prefeitura local, possibilitou que as Coralinas expusessem e vendessem seus próprios produtos em um dos locais mais visitados da cidade, sem a necessidade de contar com terceiros. Antes da união do coletivo, muitas das associadas vendiam seus produtos a preços baixos para que outras pessoas revendessem no centro da cidade por valores maiores. O trabalho, completamente artesanal, não era valorizado e adquiria o valor que o revendedor queria pagar. As mulheres estavam fadadas a aceitar aquilo que os outros desejavam pagar e, pior, a não serem reconhecidas por aquilo que elas se dedicavam a produzir.

Além disso, nos anos anteriores à Associação, havia uma separação daquilo que as classes altas e as classes mais baixas consumiam na região. Os doces finos, por exemplo, eram consumidos de forma exclusiva por aqueles que detinham maior poderio econômico. Na atualidade, as Mulheres Coralinas se dedicam a popularizar os saberes que antes eram reduzidos a poucas pessoas. Com isso, os doces finos se tornaram itens comuns na gastronomia local, e todos os goianos podem consumi-los, uma vez que uma parcela significativa dos moradores da Cidade de Goiás aprendeu a produzi-los.

A força da ancestralidade de Cora e a determinação das Coralinas fez com que mulheres de periferia conquistassem seus próprios espaços. Através do trabalho e da união, as Mulheres Coralinas passaram a tomar consciência de seus direitos e dos espaços que poderiam ocupar. Aquelas que estavam em situação de vulnerabilidade contaram, inclusive, com apoio psicológico e jurídico para que pudessem compreender as possibilidades de mudança da realidade na qual estavam inseridas.

O acolhimento e empoderamento que as Coralinas encontraram a partir da Associação foi tão significativo que muitas voltaram a estudar. O incentivo propiciado através do grupo permitiu que as mulheres percebessem os voos que poderiam alçar, e o estudo foi um ponto de partida importante para isso, principalmente ao analisar a vivência e a inspiração de Cora Coralina, uma mulher que buscou a liberdade, que foi doceira por muitos anos (assim como boa parte das associadas) e que fez da literatura e da escrita o cerne de sua vida.

Desde 2016, muitas conquistas podem ser catalogadas. Além do resgate da autoestima, do reconhecimento e da independência, as Mulheres Coralinas já publicaram dois livros, e um terceiro está sendo produzido.



As integrantes do coletivo já foram convidadas para palestrar em outros estados, para participar de feiras gastronômicas e de programas de televisão. Conquistaram uma sede própria com espaços dedicados aos estudos da poesia de Cora, às produções culinárias, aos cursos e à socialização. Além disso, as associadas já conquistaram equipamentos de primeira linha (como um ateliê de cerâmica e um ateliê de costura) que permitem o melhor desenvolvimento do trabalho.

Mesmo com as conquistas e a visibilidade de uma cidade histórica, as Mulheres Coralinas seguem alimentando sonhos e imaginando o futuro da Associação. Um dos principais desejos que o grupo nutre em conjunto é conseguir converter as ações desenvolvidas em políticas públicas para propiciar condições de transformação social para mais mulheres em situação de vulnerabilidade, para além daquelas que fazem parte das Coralinas. Nos próximos anos, muito se ouvirá falar da Associação Mulheres Coralinas e das mudanças sociais percebidas na Cidade de Goiás a partir do resgate de memórias e do pioneirismo que o coletivo promove. Como dito no poema “Aninha e suas Pedras”, de Cora Coralina, cuja história é propulsora desse projeto: “Recria tua vida, sempre, sempre. Remove pedras e planta roseiras e faz doces. Recomeça.”.



Capítulo 4 *

Determinantes Contextuais do Empreendedorismo por Mulheres em Goiás

Autores:

Daiane Martins Teixeira – Mestre em Administração pela Universidade Federal de Goiás - UFG, na linha de pesquisa em Estratégia, Empreendedorismo e Inovação. Membro pesquisadora do Laboratório de Pesquisa em Empreendedorismo e Inovação.

Daniel do Prado Pagotto – Mestre em Administração, com ênfase em estratégia, empreendedorismo e inovação, pela Universidade Federal de Goiás (UFG). Atualmente cursa doutorado em Administração na Universidade de Brasília (UnB). Coordenador adjunto do Laboratório de Pesquisa em Empreendedorismo e Inovação da UFG (Lapei/UFG).

Felipe Pureza Cardoso – Mestre em Economia, com ênfase em modelos econômicos e políticas públicas aplicadas ao contexto socioeconômico, pela Universidade Federal de Goiás (UFG). Atualmente cursa doutorado em Economia no Centro de Desenvolvimento e Planejamento Regional da Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG). É pesquisador no Laboratório de Análise de Microdados, da FACE/UFG.

Jessica Borges de Carvalho – Doutoranda em Administração (PPGADM/UFG). Mestre em Administração pela Universidade Federal de Goiás - linha de pesquisa Estratégia, Empreendedorismo e Inovação, com foco em Aprendizagem do Empreendedorismo. Bacharela em Administração pela Universidade Federal de Goiás. Pesquisadora do Laboratório de Pesquisa em Empreendedorismo e Inovação da UFG (Lapei/UFG) e do Grupo de Pesquisa em Aprendizagem nas Organizações (GPAO/UFG).

Fernanda Paula Arantes Manso – Doutoranda em Administração (PPGADM/UFG). Mestre em Administração pela Universidade Federal de Goiás - linha de pesquisa Estratégia, Empreendedorismo e Inovação, com foco em Aprendizagem do Empreendedorismo. Bacharela em Administração pela Universidade Federal de Uberlândia. Pesquisadora do Laboratório de Pesquisa em Empreendedorismo e Inovação da UFG (Lapei/UFG) e do Grupo de Pesquisa em Aprendizagem nas Organizações (GPAO/UFG).

Cândido Borges – Ph.D. em Administração pela HEC Montréal, Canadá, com Pós-Doutorado pela EAESP-FGV. Professor da Faculdade de Administração, Ciências Contábeis e Ciências Econômicas (FACE/UFG). Coordenador do Laboratório de Pesquisa em Empreendedorismo e Inovação da UFG (Lapei/UFG).



No capítulo dois deste estudo, foi possível identificar a distribuição do empreendedorismo por mulheres pelos municípios goianos. No entanto, por qual razão algumas cidades têm maiores taxas de mulheres empreendedoras do que outras? Quais fatores podem estar associados ao empreendedorismo por mulheres nos municípios goianos? O desenvolvimento do empreendedorismo depende e pode ser influenciado por um conjunto de fatores, entre eles fatores contextuais. Especificamente para as mulheres empreendedoras, esses fatores podem ser impulsores ou inibidores da decisão de criar um negócio e do desenvolvimento deste.

Por isso, além de compreender qual o perfil da mulher empreendedora e mostrar a distribuição delas no estado goiano, este estudo também se propôs a compreender a associação entre determinantes contextuais com a taxa de empreendedorismo por mulheres nos municípios do estado. Diferentes determinantes contextuais podem estar associados à taxa de empreendedorismo por mulheres. Neste estudo, o foco é em dois deles: a educação e a infraestrutura.

Para fazer a análise da influência dos aspectos contextuais selecionados sobre o empreendedorismo por mulheres, foi realizada uma aplicação estatística com base em duas informações: 1) Taxas de empreendedorismo por mulheres, a partir de dados do Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica (CNPJ), da Receita Federal; 2) Índices de Desempenho dos Municípios (IDM), sendo eles Educação e Infraestrutura. Ambos fazem parte da base de dados do Instituto Mauro Borges de Estatísticas e Estudos Socioeconômicos (IMB) e são compostos por indicadores que estão descritos no Apêndice 3 deste relatório. Os procedimentos metodológicos utilizados neste capítulo também foram relatados neste Apêndice.

Com base nesses dois dados (Educação e Infraestrutura), foi estimado modelo de regressão múltipla, cujos resultados estão dispostos na Tabela 4.



Tabela 4 – Resultado do modelo econométrico

Determinantes analisados	Resultados econométricos
Índices de Desempenho Educação	0,063** (0,03)
Índices de Desempenho Infraestrutura	0,146*** (0,02)
Constante	1,081*** (0,17)
Número de observações	246 municípios do estado de Goiás
R2 Ajustado	0,3547
F	60,84
Prob>F	0,00

Erros padrão entre parênteses

* p<0,10, ** p<0,05, *** p<0,01

Fonte: elaborado pelos autores a partir da base de dados Instituto Mauro Borges de Estatísticas e Estudos Socioeconômicos (2020) e Dados da Receita Federal do Brasil.

Os resultados descritos na Tabela 4 mostram que os dois determinantes contextuais analisados apresentaram resultado significativo ($p < 0,05$) e coeficiente positivo. Isso possibilita a seguinte interpretação:

- O aumento de um ponto no índice de educação do município está associado a um crescimento na taxa de empreendedorismo por mulheres na ordem de 6,3%;
- O aumento de um ponto no índice de infraestrutura do município está associado a um crescimento na taxa de empreendedorismo por mulheres na ordem de 14,6%.

4.1 DETERMINANTES CONTEXTUAIS – EDUCAÇÃO E INFRAESTRUTURA

A escolaridade é frequentemente listada como um fator que contribui para o empreendedorismo^[1, 2, 3 e 4]. Mulheres com maior grau de escolaridade tendem a possuir maior amplitude de habilidades^[5], e isso facilita na identificação e exploração de novas oportunidades de negócio^[6]. No lado oposto, pessoas que possuem menor grau de escolaridade podem enfrentar dificuldades na execução de algumas tarefas rotineiras, como buscar alguma informação, comunicar-se com grupos de interesse e lidar com algum processo burocrático (ex.: leitura e compreensão de contratos, formalização)^[7, 8].

Mas não é só o grau de escolaridade da mulher que importa para melhores resultados nas taxas locais de empreendedorismo. Estudos mostram que empreendedores com maior grau de escolaridade tendem a se fixar também em lugares cuja população local possui maior escolaridade, podendo ser, portanto, um fator de atração de empreendedorismo^[9]. O acesso a consumidores e empregados com maior grau de escolaridade também traz efeitos positivos para o empreendimento. Empregados em locais de maior escolaridade tendem a ser mais produtivos e consumidores deste perfil buscam maior variedade de produtos e serviços, o que, conseqüentemente, pode representar novas oportunidades de negócios para empreendedores^[10].

A relevância da educação se mostra presente com frequência nos casos narrados no capítulo 3 deste estudo. A professora Maria Helena, a Tuya – da comunidade quilombola Tinguizal – ficou um tempo fora da comunidade estudando. Durante este período em que ficou distante, notou que era importante retornar ao território a fim de potencializar oportunidades para outras pessoas da comunidade. Algumas mulheres da comunidade começaram a dar os primeiros passos para a confecção de vestimentas que resgatam a identidade dos Kalunga. Em paralelo, cursos e capacitações em empreendedorismo, design, costura apoiaram este grupo de empreendedoras nascentes.

Outro caso narrado, Mulheres Coralinas, descreve a história de uma associação que nasceu a partir de uma política pública que visava capacitar mulheres da região para a produção de artesanatos,

encadernação e gastronomia. Mas muito além da confecção destes produtos, a Associação Mulheres Coralinas sempre buscou promover a consciência sobre a cultura local – alicerçada nos ensinamentos da poetisa Cora Coralina – a fim de que as mulheres conquistassem maior autonomia intelectual e financeira. Todo este acolhimento foi tão importante que muitas voltaram a estudar. O estudo, conforme narrado no caso, foi determinante para que elas percebessem que poderiam alcançar voos ainda mais elevados.

Como visto acima, o desempenho educacional municipal é um fator importante para impulsionar a atividade empreendedora exercida por mulheres. Porém, não é o único determinante que as influenciam, pois os resultados do modelo econométrico mostram que fornecer uma infraestrutura de qualidade também está relacionado positivamente com o crescimento do empreendedorismo por mulheres em Goiás.

Mas quais elementos compõem uma infraestrutura de qualidade? Uma infraestrutura pode envolver elementos básicos, como acesso a transporte (estradas e rodovias), geração de energia elétrica, água, saneamento, acesso a recursos de conectividade, como é o caso da internet, um meio de facilitar serviços utilizados para a comunicação e obtenção da informação necessária ao empreendedorismo^[11, 12, 13]. A presença desses elementos contribui para criar um ambiente propício para negócios^[13].

Para mulheres empreendedoras, a infraestrutura é um aspecto crucial, e a sua ausência pode afetá-las. No capítulo 3 deste estudo, foi possível perceber essa relação nos relatos compartilhados. A história da Associação Mulheres de Pedra Branca exemplifica a relação entre a infraestrutura e o desenvolvimento do empreendedorismo. Essas empreendedoras encontram dificuldades para ampliação de suas atividades e atuação, considerando as adversidades no acesso que liga a cidade ao povoado onde a Associação está localizada, o que torna difícil a aquisição de insumos. Além disso, as empreendedoras enfrentam problemas com quedas de energia e falta de água.

Aspectos de infraestrutura também afetam o desenvolvimento do empreendedorismo na comunidade Tinguizal, a 65 km do município de Monte Alegre de Goiás, cujo acesso se dá a partir de um longo percurso sem asfalto. No mesmo caso, foi narrada a importância da internet para a população da comunidade, sobretudo no período da pandemia. Estes e outros fatores levam a um esvaziamento do local por pessoas que buscam acesso à informação e oportunidades de estudo e trabalho.

A partir dos resultados do teste econométrico e a verificação prática por meio dos relatos das mulheres empreendedoras que compartilharam suas histórias neste estudo, torna-se evidente que considerar a influência de aspectos contextuais é uma ação necessária. Quando se entende que esta influência existe e é relevante, percebe-se que, além de compreender quem são as mulheres empreendedoras, sua localização e o perfil dos seus empreendimentos, também devemos avançar em políticas públicas que promovam a melhoria do ambiente em que elas estão inseridas^[14], através da promoção dos principais determinantes contextuais que influenciam o empreendedorismo por mulheres.

O apoio em termos de formação empresarial e financiamento, por exemplo, são tidos como importantes para mulheres que empreendem no meio rural. Mas além disso, elas precisam da prestação de bons serviços públicos, incluindo, por exemplo, escolas, assistência social e infraestrutura. Estes são alguns dos aspectos que viabilizam suas atividades no empreendedorismo^[15].

Os resultados sobre a influência de aspectos contextuais no empreendedorismo por mulheres não finalizam aqui. Ainda existe necessidade de se aprofundar sobre a influência de outros fatores contextuais, bem como compreender a complexa relação entre eles. Uma visão ampliada sobre estes elementos permite compreender o que pode inibir ou impulsionar o empreendedorismo por mulheres, qualificando formuladores de políticas públicas para criação de ações mais aderentes às necessidades deste público.

Os relatos compartilhados no capítulo 3 ratificaram o quanto alguns elementos contextuais foram importantes para os primeiros passos do empreendedorismo. Todavia, apesar de toda a resiliência para enfrentar adversidades ainda presentes no cotidiano, políticas públicas podem ser criadas para permitir que estes primeiros passos se tornem uma maratona. O apoio por meio de instituições como o Sebrae Goiás e a viabilização de uma infraestrutura mais digna são fatores que podem contribuir para a ação empreendedora destas mulheres. Assim, cada passo leva a maior emancipação, autonomia e fortalecimento.



Considerações finais



Goiás possui 3,7 milhões de mulheres, entre as quais, 371 mil são empreendedoras. Quarenta e sete por cento delas se declaram brancas e 46% se declaram pardas, e a idade média é de 42 anos. Com relação à escolaridade, a maior parte das empreendedoras (43%) possui ensino superior incompleto ou completo. A renda média da empreendedora goiana em 2022 foi de R\$2.516, enquanto os homens recebem mensalmente R\$4.135,00.

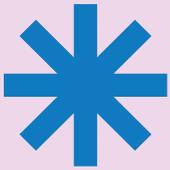
Em Goiás, a maioria das mulheres que possui um empreendimento atua sem a presença de sócios. Essa situação representa 80% de empreendedoras no estado. A capital Goiânia concentra 29% das mulheres empreendedoras do estado, e a Região Metropolitana (exceto a capital) concentra 15%. Com relação ao local onde exercem suas atividades, quase a metade das empreendedoras (49%) possuem empreendimento funcionando em loja, escritório ou galpão, 48% estão empreendendo em outros locais, como é o caso das mulheres (71%) que estão usando o espaço das suas casas para trabalhar como empreendedoras.

Sobre a evolução da constituição de empresas considerando o gênero dos sócios, nos últimos anos (período de 1983 a 2023), observa-se que houve um aumento na proporção de empresárias. Em 1983, 77% das empresas foram constituídas por homens. Uma década depois, a proporção se mantinha no patamar. Já em 2003, ou seja, 20 anos depois, a proporção foi reduzida a 62% de constituição por homens e 38% por mulheres. Nos últimos anos, a diferença entre homens e mulheres se estabilizou.

Os municípios com maiores taxas de empreendedorismo por mulheres para cada 100 habitantes do sexo feminino são: Santo Antônio de Goiás (20,7%), Alto Paraíso de Goiás (20,6%), Campos Verde (13,3%) e São João da Paraúna (12,9%). Em empreendimentos liderados por mulheres, o comércio varejista é a atividade econômica mais comum (28%). Como segunda e terceira maiores participações, encontram-se, respectivamente, outras atividades de serviços pessoais (12%) e as atividades de alimentação (10%).

O presente estudo também trouxe a análise de determinantes do empreendedorismo, sendo eles educação e infraestrutura. Destaca-se que o desempenho educacional e uma infraestrutura adequada nos municípios goianos são aspectos necessários para a criação de empresas por mulheres.

Referências



- 1 Figueiredo, V., & Brochado, A. O. (2015). Assessing the main determinants of entrepreneurship in Portugal. *Tourism & Management Studies*, 11(1), 182-190.
- 2 Razmi, M. J., & Firoozabadi, S. R. (2016). Investigating the effect of education on women's entrepreneurship. *International Journal of Learning and Intellectual Capital*, 13(2-3), 273-288. <https://doi.org/10.1504/IJLIC.2016.075693>
- 3 Huang, B., Tani, M., & Zhu, Y. (2021). Does higher education make you more entrepreneurial? Causal evidence from China. *Journal of Business Research*, 135, 543- 558. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.06.044>
- 4 Unger, J. M., Rauch, A., Frese, M., & Rosenbusch, N. (2011). Human capital and entrepreneurial sucesso: A meta-analytical review. *Journal of Business Venturing*, 26(3), 341-358. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2009.09.004>
- 5 Doms, M., Lewis, E., & Robb, A. (2010). Local labor force education, new business characteristics, and firm performance. *Journal of Urban Economics*, 67(1), 61-77. <https://doi.org/10.1016/j.jue.2009.10.002>
- 6 Razmi, M. J., & Firoozabadi, S. R. (2016). Investigating the effect of education on women's entrepreneurship. *International Journal of Learning and Intellectual Capital*, 13(2-3), 273-288. <https://doi.org/10.1504/IJLIC.2016.075693>
- 7 Balic, I., Mihanovic, A., & Trogrlic, B. (2015). Target acceleration method for analysis of RC structures. *Engineering Computations*, 32(8), 2235-2258. <https://doi.org/10.1108/EC-10-2014-0211>
- 8 Arenius, P., & Lenz, A. K. (2024). Beyond the paradigm of literacy—Developing a research agenda in entrepreneurship. *Journal of Business Venturing Insights*, 21, e00442. <https://doi.org/10.1016/j.jbvi.2023.e00442>
- 9 Doms, M., Lewis, E., & Robb, A. (2010). Local labor force education, new business characteristics, and firm performance. *Journal of Urban Economics*, 67(1), 61-77. <https://doi.org/10.1016/j.jue.2009.10.002>
- 10 Millan, J. M., Congregado, E., Roman, C., Van Praag, M., & Van Stel, A. (2014). The value of an educated population for an individual's entrepreneurship success. *Journal of Business Venturing*, 29(5), 612-632. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2013.09.003>

11 Azmi K, Azmi R. The impact of infrastructure and entrepreneurship support programs on the Female TEA Ratio: A PMG-ARDL approach in an urban context. E3S Web of Conferences. EDP Sciences 2023. <https://doi.org/10.1051/e3s-conf/202341804002>

12 Edoho, F. M. (2015). Entrepreneurship and Economic Change in a Developing Region: Opportunities and Challenges in Africa. *Review of Contemporary Business Research*, 4(2). <http://dx.doi.org/10.15640/rcbr.v4n2a1>

13 Ajide, F. M. (2020). Infrastructure and entrepreneurship: Evidence from Africa. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 25(03), 2050015. <https://doi.org/10.1142/S1084946720500156>

14 Foss, L., Henry, C., Ahl, H., & Mikalsen, G. H. (2019). Women's entrepreneurship policy research: a 30-year review of the evidence. *Small Business Economics*, 53, 409-429. <https://doi.org/10.1007/s11187-018-9993-8>

15 Ahl, H., Berglund, K., Pettersson, K., & Tillmar, M. (2023). Women's contributions to rural development: implications for entrepreneurship policy. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*. <https://doi.org/10.1108/IJEBr-11-2022-0973>

Fontes das informações utilizadas:

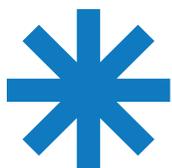
Global Entrepreneurship Monitor (GEM). Disponível em: <https://www.gemconsortium.org/data>. Acesso em: 12 de dezembro de 2023

Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE. Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua – Notas técnicas Versão 1.8. 2021.

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://cran.r-project.org/web/packages/genderBR/index.html> >

Receita Federal do Brasil. Dados públicos CNPJ, 2018. Disponível em: <https://dados.gov.br/dados/conjuntos-dados/cadastro-nacional-da-pessoa-juridica---cnpj>. Acesso: 10 de setembro de 2023

Apêndices



APÊNDICE 1 – NOTA METODOLÓGICA CAPÍTULO 1 – PERFIL DAS MULHERES EMPREENDEDORAS EM GOIÁS

O Capítulo 1 deste relatório foi desenvolvido por meio da 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. Foram utilizados os dados do quarto trimestre de 2022 da PNADc.

Descrição das variáveis utilizadas nas análises:

A seguir, serão descritas algumas variáveis da PNADc que foram selecionadas a partir do dicionário de dados da pesquisa, disponível no site do IBGE. Todas que foram utilizadas estão resumidas no Quadro 1.

Variável Posição na Ocupação – São definidas cinco categorias de posição na ocupação:

- 1. Empregado:** Pessoa que trabalha para um empregador (pessoa física ou jurídica);
- 2. Trabalhador doméstico:** Pessoa que trabalha prestando serviço doméstico remunerado em uma ou mais unidades domiciliares;
- 3. Trabalhador por conta própria:** Pessoa que trabalha explorando o seu próprio empreendimento, sozinha ou com sócio, sem ter empregado;
- 4. Empregador:** Pessoa que trabalha em seu próprio empreendimento, com, pelo menos, um empregado;
- 5. Trabalhador familiar auxiliar:** Pessoa que trabalha sem remuneração durante, pelo menos, uma hora na semana de referência.

Neste estudo, o perfil da mulher empreendedora foi traçado considerando a soma dos grupos ocupacionais, a trabalhadora por conta própria e a empregadora. O primeiro grupo se caracteriza por serem mulheres que atuam individualmente para gerar a própria renda, enquanto o segundo é formado por mulheres que possuem pelo menos um funcionário.

Variável Escolaridade – A escolaridade, conforme classificação do IBGE, se apresenta da seguinte forma:

1. Sem instrução e menos de um ano de estudo;
2. Fundamental incompleto ou equivalente;
3. Fundamental completo ou equivalente;
4. Médio incompleto ou equivalente;
5. Médio completo ou equivalente;
6. Superior incompleto ou equivalente;
7. Superior completo ou equivalente.

Para as análises conduzidas, os níveis de escolaridade foram agrupados, mantendo a seguinte classificação para o presente relatório: 1) sem instrução a ensino fundamental completo; 2) ensino médio incompleto a médio completo e 3) ensino superior incompleto a superior completo.

Variável Rendimento Mensal Habitual – Rendimento que a pessoa habitualmente recebe por um mês completo de trabalho.

Ao analisar o rendimento mensal das empreendedoras nos últimos cinco anos (2018-2022), foi aplicado o processo de deflacionamento dos rendimentos. Neste processo são utilizadas as informações do Índice de Preços ao Consumidor Amplo (IPCA).³

Região do estado – essa variável é formada pelas seguintes alternativas:

- Resto da RM (Região Metropolitana, excluindo a capital);
- Resto da RIDE (Região Integrada de Desenvolvimento Econômico, excluindo a capital);

³ Esclarecimentos sobre o deflacionamento dos rendimentos anuais da PNAD Contínua: https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv101548_notas_tecnicas.pdf

- Resto da UF (Unidade da Federação, excluindo a região metropolitana e a RIDE).

Para este relatório o resto da UF e a RIDE foram integradas.

Variável Local de Funcionamento do Empreendimento – Tipo de local onde funciona o empreendimento é classificado em:

1. Loja, escritório, repartição pública, galpão, etc.;
2. Fazenda, sítio, granja, chácara;
3. Não tinha um estabelecimento para funcionar.

Quando a pessoa não tinha estabelecimento para o empreendimento funcionar, foi pesquisado o local em que normalmente trabalhava, categorizado da seguinte forma:

1. Estabelecimento de outro negócio/empresa;
2. Local designado pelo empregador, cliente ou freguês;
3. Domicílio de empregador, patrão, sócio ou freguês;
4. Domicílio de residência, em local exclusivo para o desempenho da atividade;
5. Domicílio de residência, sem local exclusivo para o desempenho da atividade;
6. Veículo automotor (táxi, ônibus, caminhão, automóvel, embarcação, etc.);
7. Em via ou em área pública;
8. Outro – para a pessoa que trabalhava em local que não se enquadra nas alternativas anteriores.

Para apresentação dos resultados encontrados nesta pesquisa, as categorias “*No domicílio de residência, em local exclusivo para o desempenho da atividade*” e “*No domicílio de residência, sem local exclusivo para o desempenho da atividade*” foram agrupadas, utilizando com referência apenas “*No domicílio*”.

Quadro 1 – Descrição das variáveis utilizadas – PNADc (2022)

Código PNADc	Variável	Descrição
UF	Unidade da Federação	Goiás
V2007	Sexo	Homem
		Mulher
VD4002	Condição de ocupação	Pessoas ocupadas
		Pessoas desocupadas
VD4007	Posição na ocupação	Empregadora
		Conta própria
VI023	Região do estado	Capital
		Resto da RM (Região Metropolitana, excluindo a capital)
		Resto da RIDE (Região Integrada de Desenvolvimento Econômico, excluindo a capital)
		Resto da UF (Unidade da Federação, excluindo a região metropolitana e a RIDE)
VD4016	Rendimento mensal habitual do trabalho principal para pessoas de 14 anos ou mais de idade (apenas para pessoas que receberam em dinheiro, produtos ou mercadorias no trabalho principal)	Valor em reais
V2010	Cor/raça	Branca
		Preta
		Amarela
		Parda
		Indígena
		Ignorado (Não informado)
VD3004	Escolaridade	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
		Não aplicável
V2009	Idade	Idade (em anos)
V4017	Tinha pelo menos um sócio que trabalhava nesse negócio/empresa	Sim
		Não
		Não aplicável

Código PNADc	Variável	Descrição
V4019	Negócio/empresa era registrado no Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica – CNPJ	Sim
		Não
		Não aplicável
V4020	Local que funcionava o empreendimento	Em loja, escritório, galpão, etc.
		Em fazenda, sítio, granja, chácara, etc.
		Não tinha estabelecimento para funcionar
V4022	Não tinha estabelecimento para o empreendimento funcionar	Em estabelecimento de outro negócio/empresa
		Em local designado pelo empregador, cliente ou freguês
		Em domicílio de empregador, patrão, sócio ou freguês
		No domicílio de residência, em local exclusivo para o desempenho da atividade
		No domicílio de residência, sem local exclusivo para o desempenho da atividade
		Em veículo automotor (táxi, ônibus, caminhão, automóvel, embarcação, etc.)
		Em via ou área pública (rua, rio, manguezal, mata pública, praça, praia, etc.)
V4043	Empreendedorismo como trabalho secundário	Empregadora
		Conta própria
V4071	Providência para conseguir trabalho	Sim
		Não
V4072A	Principal providência que tomou para conseguir trabalho	Entrou em contato com empregador
		Colocou ou respondeu anúncio de trabalho em jornal ou revista
		Consultou ou inscreveu-se em agência de emprego privada ou sindicato
		Consultou ou inscreveu-se em agência de emprego municipal, estadual ou no Sistema Nacional de Emprego (SINE)
		Fez ou inscreveu-se em concurso
		Consultou parente, amigo ou colega
		Tomou medida para iniciar o próprio negócio (recursos financeiros, local para instalação, equipamentos, legalização, etc.)
		Tomou outra providência, especifique:
Não tomou providência efetiva		

Fonte: Elaborado pelos autores, a partir do dicionário de dados da PNADc.

Os tratamentos dos dados e análises foram realizados usando a linguagem R, por meio da interface RStudio, pacotes survey e svyr. Para transformar os dados encontrados em gráficos, foi utilizado o software Microsoft Excel. O mapa de calor apresentado na Figura 1 foi desenvolvido via software aberto QGis.

APÊNDICE 2 – NOTA METODOLÓGICA CAPÍTULO 2 – CRIAÇÃO DE EMPRESAS POR MULHERES EM GOIÁS

O capítulo 2 deste relatório foi elaborado utilizando os dados públicos do Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica (CNPJ) da Receita Federal do Brasil. A base da Receita Federal do Brasil (RFB) contém múltiplas tabelas com registros de dados das empresas. Para a realização da pesquisa, utilizaram-se as seguintes tabelas: **“Estabelecimentos”, “Empresas” e “Sócios”**. Os dados são abertos, gerenciados pela Secretaria Especial da RFB e podem ser acessados em <https://dados.gov.br/dados/conjuntos-dados/cadastro-nacional-da-pessoa-juridica---cnpj>. Para a análise dos dados, considerou-se a atualização mais recente da base, dado o período de elaboração deste relatório, em 25 de setembro de 2023.

A tabela **“Estabelecimentos”** é formada pelo maior número de variáveis, sendo: CNPJ, nome fantasia, situação cadastral da empresa, data de início de atividade, CNAE, endereço do negócio, município, Unidade de Federação, dentre outras. Nesta tabela, foram filtrados os seguintes registros: empresas ativas, unidade da federação e tipo de estabelecimento (foram mantidas apenas as matrizes).

Após esse tratamento inicial na base **“Estabelecimentos”**, mantiveram-se 823.915 registros no estado de Goiás de empresas que se encontram ativas. Existe uma maior concentração de empresas que estão classificadas na natureza jurídica microempresa (código 213-5). Portanto, aplicaram-se tratamentos diferentes aos dados, a depender dessa natureza, conforme explicado a seguir.

a) Tratamento aplicado aos dados das microempresas:

Como é a natureza jurídica prevalente e possui uma estrutura de registro diferente, foi aplicado um tratamento de dados separadamente e, posteriormente, unida às demais naturezas jurídicas. Devido às tabelas da RFB não registrarem o sexo do empreendedor, foi necessário utilizar uma função do pacote genderBR, linguagem R, para predizer o sexo e superar essa problemática, a partir dos nomes dos empreendedores. Cabe esclarecer que nos registros de microempresas, o nome do empreendedor é registrado na razão social do empreendimento, sendo que essas variáveis “razão social” e “natureza jurídica” estão localizadas na Tabela **“Empresas”**. Por isso, foi necessário unir as bases **“Estabelecimentos”** (que contém os registros ativos) e **“Empresas”** (que contém a identificação da natureza jurídica e razão social).

Após o tratamento, identificaram-se 529.659 empresas da natureza jurídica microempresa e, ao predizer o sexo dos empreendedores, obteve-se a seguinte relação: 212.916 empreendimentos por mulheres (40,19%); 270.563 empreendimentos por homens (51,08%); e 46.180 observações (8,7%) que o algoritmo não conseguiu classificar. Ao final, mantiveram-se 483.479 observações de empresas/empreendedores. Na sequência, realizaram-se o agrupamento e a contagem do número de registros por município e sexo.

b) Tratamento aplicado aos dados de empresas de outras naturezas jurídicas:

Para o tratamento das empresas de outras naturezas jurídicas, foi acessada a Tabela **“Sócios”**. Foram mantidas as naturezas jurídicas, descritas no Quadro 2.

Quadro 2 – Naturezas jurídicas

Código	Descrição
2046	Sociedade Anônima Aberta
2054	Sociedade Anônima Fechada
2062	Sociedade Empresária Limitada
2076	Sociedade Mercantil em Nome Coletivo
2089	Sociedade Empresária em Comandita Simples
2097	Sociedade Empresária em Comandita por Ações
2100	Sociedade Mercantil de Capital e Indústria
2119	Sociedade Civil
2127	Sociedade em Conta de Participação
2143	Cooperativa
2151	Consórcio de Sociedades
2160	Grupo de Sociedades
2186	Sociedade Anônima em Garantia Solidária
2224	Clube/Fundo de Investimento
2232	Sociedade Simples Pura
2240	Sociedade Simples Limitada
2259	Sociedade Simples em Nome Coletivo
2267	Sociedade Simples em Comandita Simples
2283	Consórcio de Empregadores
2291	Consórcio Simples
2305	Empresa Individual de Responsabilidade Limitada (de Natureza Empresária)
2313	Empresa Individual de Responsabilidade Limitada (de Natureza Simples)
2321	Sociedade Unipessoal de Advogados
2330	Cooperativas de Consumo
2992	Outras Formas de Organização Empresarial
4014	Empresa Individual Imobiliária
4022	Segurado Especial
4030	Autônomo ou Equiparado
4049	Autônomo ou Equiparado, com Empregados (empregador rural, profissional liberal, etc.)
4081	Contribuinte individual
4111	Leiloeiro
4120	Produtor Rural (Pessoa Física)

Fonte: Elaborado pelos autores a partir da Base de Dados da Receita Federal do Brasil (2023).

Depois de todos os tratamentos iniciais, foram mantidas 432.293 observações de empreendedores, distribuídas em 260.662 empresas. No entanto, foram realizados alguns tratamentos adicionais, sendo:

1. Manutenção apenas de sócios que estavam no momento da abertura da empresa. Isso reduziu o número de registros para 231.467 observações;
2. Exclusão de empreendedores que tinham mais de um empreendimento na cidade. Tal medida foi tomada para evitar dupla contagem de empreendedores, resultando em 193.522 observações.

Após o uso da função do pacote *genderBR*, linguagem R, para prever o sexo, alcançou-se o seguinte resultado: 67.376 empreendedoras (34,8%), 111.429 empreendedores (57,57%) e 14.717 não classificados (7,60%).

Os tratamentos dos dados e análises foram realizados usando a linguagem R com a extensão RStudio e, para transformar os dados encontrados em gráficos, foi utilizado o software Microsoft Excel. Os mapas de calor apresentados nas Figuras 1 e 2 foram desenvolvidos via software aberto QGIS.

APÊNDICE 3 – NOTA METODOLÓGICA CAPÍTULO 4 – DETERMINANTES CONTEXTUAIS NO EMPREENDEDORISMO POR MULHERES EM GOIÁS

Esta seção detalha os procedimentos metodológicos utilizados para elaboração do quarto capítulo deste relatório, que tem como proposta compreender a associação entre determinantes contextuais, sendo eles educação e infraestrutura – com a taxa de empreendedorismo por mulheres nos municípios do estado.

As análises estatísticas estão sendo realizadas com base em dados secundários, extraídos de duas fontes distintas: 1) a base do Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica (CNPJ), da Receita Federal, órgão do Governo Brasileiro; 2) a base do Instituto Mauro Borges de Estatísticas e Estudos Socioeconômicos (IMB), órgão do Governo do estado de Goiás.

Os determinantes contextuais são definidos com base no Índice de Desempenho de Municípios de Goiás (IDM), elaborado pelo IMB referente ao ano de 2019. A publicação do Instituto congrega índices sobre educação e infraestrutura nos municípios goianos. Podem ser acessados em <https://www.imb.go.gov.br/bde/>.

Os dois IDM são formados por indicadores que são padronizados por meio dos valores mínimos e máximos, resultando em valores de 0 a 10. Desta forma, os municípios com maiores valores apresentam melhor desempenho. Confira quais elementos foram os índices que estão sendo considerados nos testes (Cruvinel, Marinho & Satel, 2021):

Índice de Desempenho dos Municípios – Infraestrutura

Este índice é composto por quatro indicadores:

1. Abastecimento de Água;
2. Energia Elétrica;
3. Telefonia Fixa e Internet Banda Larga;
4. Esgotamento Sanitário.

Índice de Desempenho dos Municípios – Educação

O índice Educação é composto por nove indicadores, sendo:

1. Atendimento Educacional da População de 4 e 5 anos;
2. Atendimento Educacional da População de 6 a 14 anos;
3. Atendimento Educacional da População de 15 a 17 anos;
4. Infraestrutura dos Prédios das Escolas Públicas Urbanas;
5. Adequação do Professor no Ensino Infantil;
6. Adequação do Professor no Ensino Fundamental;
7. Adequação do Professor no Ensino Médio;
8. Índice de Desenvolvimento da Educação Básica (IDEB) referente à/ao 4º série/5º ano do ensino fundamental;
9. IDEB referente ao ensino médio.

Em relação às taxas de empreendedorismo por mulheres, estas foram construídas com base nos dados da base do CNPJ, da Receita Federal do Brasil, sendo as mesmas utilizadas do capítulo 2 e representam o total de empreendedoras para cada 100 habitantes do sexo feminino do município. A sua construção está descrita no Apêndice 2 deste relatório.

O Quadro 3 a seguir apresenta o compilado das variáveis selecionadas para realização deste estudo.

Quadro 3 – Variáveis do estudo

Variável	Tipo da variável	Fonte da variável
Logarítimo das taxas de empreendedorismo por mulheres	Dependente	CNPJ da Receita Federal
Índice de Desempenho dos Municípios – Educação	Independente	IMB
Índice de Desempenho dos Municípios – Infraestrutura	Independente	IMB

Fonte: Elaborados pelos autores.

Com base nesses dados da base CNPJ, da Receita Federal e Índice de Desempenho de Municípios de Goiás (IDM), foi estimado modelo de regressão múltipla. Também foi utilizado o desvio-padrão robusto para correção da heterocedasticidade. Com base nas variáveis do estudo – IDM educação e IDM infraestrutura, a equação do modelo ficou expressa da seguinte forma:

$$\text{Empreendedorismo por mulheres} = \text{Constante} + \beta_0 \times \text{Educação} + \beta_1 \times \text{Infraestrutura} + \text{Erro}$$

APÊNDICE 4 – TAXA DE EMPREENDEDORISMO POR MULHERES**Quadro 4 – Taxa de empreendedorismo por mulheres por 100 habitantes do sexo feminino por município de Goiás (em ordem alfabética)**

Município	População (mulheres)	Taxa de empreendedorismo (por 100 habitantes do sexo feminino)	Ranking dos municípios com taxas de empreendedoras
Abadia de Goiás	4.768	10,5	9
Abadiânia	10.219	4,7	194
Acreúna	11.142	7,3	71
Adelândia	1.246	5,0	178
Água Fria de Goiás	2.814	4,0	219
Água Limpa	867	5,7	143
Águas Lindas de Goiás	111.251	4,6	200
Alexânia	13.995	6,4	107
Aloândia	980	7,4	61
Alto Horizonte	3.318	6,1	122
Alto Paraíso de Goiás	4.083	20,6	2
Alvorada do Norte	4.267	5,5	149
Amaralina	1.834	2,6	242
Americano do Brasil	2.978	5,4	156
Amorinópolis	1.510	3,2	240
Anápolis	202.949	9,1	19
Ananguera	580	6,6	97
Anicuns	10.750	6,7	91
Aparecida de Goiânia	306.642	6,7	92
Aparecida do Rio Doce	1.208	8,1	37
Aporé	2.005	7,3	69
Araçu	1.739	8,4	33
Aragarças	10.160	5,1	171
Aragoiânia	5.208	5,8	139
Araguapaz	3.887	4,0	220
Arenópolis	1.246	5,9	134
Aruanã	4.977	5,6	145
Aurilândia	1.486	6,2	117
Avelinópolis	1.200	8,1	38
Baliza	2.413	2,0	245
Barro Alto	5.403	4,8	183
Bela Vista de Goiás	15.242	7,0	78
Bom Jardim de Goiás	4.389	4,5	203

PERFIL DA EMPREENDEDORA GOIANA

Município	População (mulheres)	Taxa de empreendedorismo (por 100 habitantes do sexo feminino)	Ranking dos municípios com taxas de empreendedoras
Bom Jesus de Goiás	12.345	5,1	170
Bonfinópolis	5.179	6,3	111
Bonópolis	2.212	5,2	168
Brazabrantes	1.901	7,8	45
Britânia	2.855	7,4	62
Buriti Alegre	4.757	6,8	89
Buriti de Goiás	1.219	7,0	80
Buritinópolis	1.588	3,5	232
Cabeceiras	4.033	4,2	217
Cachoeira Alta	5.626	5,2	167
Cachoeira de Goiás	639	4,4	206
Cachoeira Dourada	4.025	6,0	127
Caçu	7.401	7,3	70
Caiapônia	9.392	4,8	188
Caldas Novas	48.513	11,3	7
Caldazinha	1.980	5,3	158
Campestre de Goiás	1.811	4,8	187
Campinaçu	1.746	3,8	221
Campinorte	6.271	7,9	43
Campo Alegre de Goiás	3.840	7,5	57
Campo Limpo de Goiás	4.052	5,3	161
Campos Belos	10.260	7,6	54
Campos Verdes	760	13,3	3
Carmo do Rio Verde	5.044	5,3	159
Castelândia	1.611	3,5	231
Catalão	56.064	9,5	15
Caturai	2.512	6,3	113
Cavalcante	4.688	5,8	136
Ceres	11.541	8,8	24
Cezarina	4.359	6,1	124
Chapadão do Céu	5.083	12,0	6
Cidade Ocidental	37.998	6,3	115
Cocalzinho de Goiás	10.142	4,3	210
Colinas do Sul	1.629	4,9	181
Córrego do Ouro	1.116	3,5	233
Corumbá de Goiás	5.282	4,6	196
Corumbáiba	4.812	5,5	147
Cristalina	29.940	5,9	135

PERFIL DA EMPREENDEDORA GOIANA

Município	População (mulheres)	Taxa de empreendedorismo (por 100 habitantes do sexo feminino)	Ranking dos municípios com taxas de empreendedoras
Cristianópolis	1.455	8,2	35
Crixás	8.241	5,5	152
Cromínia	1.741	6,5	98
Cumari	1.379	7,2	75
Damianópolis	1.590	5,9	132
Damolândia	1.533	8,5	32
Davinópolis	987	5,5	153
Diorama	1.248	3,7	226
Divinópolis de Goiás	2.288	4,4	205
Doverlândia	3.433	5,1	173
Edealina	1.776	7,2	77
Edéia	6.098	6,1	126
Estrela do Norte	1.543	8,0	41
Faina	3.155	5,2	163
Fazenda Nova	2.716	6,7	94
Firminópolis	6.956	7,7	51
Flores de Goiás	7.612	1,7	246
Formosa	62.909	5,5	148
Formoso	2.018	8,6	29
Gameleira de Goiás	1.889	3,7	227
Goianápolis	5.523	7,3	72
Goiandira	2.841	7,4	66
Goianésia	35.237	7,6	55
Goiânia	814.398	10,8	8
Goianira	23.085	8,6	28
Goiás	11.396	6,5	102
Goiatuba	17.266	7,2	74
Gouvelândia	2.915	7,0	81
Guapó	7.210	6,5	101
Guaraíta	971	4,2	214
Guarani de Goiás	1.764	2,3	243
Guarinos	765	6,4	105
Heitorai	1.848	4,6	197
Hidrolândia	11.070	7,4	63
Hidrolina	1.706	6,3	110
Iaciara	6.824	3,6	228
Inaciolândia	3.088	5,2	164
Indiara	7.820	6,0	128

PERFIL DA EMPREENDEDORA GOIANA

Município	População (mulheres)	Taxa de empreendedorismo (por 100 habitantes do sexo feminino)	Ranking dos municípios com taxas de empreendedoras
Inhumas	27.541	7,4	65
Ipameri	13.572	7,0	79
Ipiranga de Goiás	1.438	4,2	216
Iporá	16.000	8,3	34
Israelândia	1.381	4,3	212
Itaberaí	22.024	6,8	87
Itaguari	2.332	9,6	14
Itaguaru	2.569	7,2	76
Itajá	2.254	9,1	20
Itapaci	11.693	6,0	129
Itapirapuã	2.164	8,9	22
Itapuranga	13.044	7,8	47
Itarumã	3.496	5,0	175
Itauçu	4.543	8,2	36
Itumbiara	54.334	8,6	27
Ivolândia	1.082	4,6	195
Jandaia	2.956	5,6	144
Jaraguá	25.886	6,2	118
Jataí	51.379	8,8	25
Jaupaci	1.432	6,9	83
Jesúpolis	1.264	3,5	234
Joviânia	3.687	5,8	137
Jussara	9.178	8,8	23
Lagoa Santa	827	10,4	10
Leopoldo de Bulhões	3.806	4,8	191
Luziânia	108.143	5,5	151
Mairipotaba	1.157	6,7	95
Mambaí	4.589	4,2	215
Mara Rosa	4.551	10,3	11
Marzagão	1.138	6,9	86
Matrinchã	2.164	5,5	154
Maurilândia	6.919	3,4	235
Mimoso de Goiás	1.193	3,6	229
Minaçu	14.178	5,0	179
Mineiros	33.314	7,6	53
Moiporá	752	6,5	99
Monte Alegre de Goiás	4.276	2,2	244
Montes Claros de Goiás	3.964	7,9	42

PERFIL DA EMPREENDEDORA GOIANA

Município	População (mulheres)	Taxa de empreendedorismo (por 100 habitantes do sexo feminino)	Ranking dos municípios com taxas de empreendedoras
Montividiu	6.698	6,3	112
Montividiu do Norte	2.253	3,6	230
Morrinhos	23.371	7,5	59
Morro Agudo de Goiás	1.120	4,4	207
Mossâmedes	2.062	6,2	121
Mozarlândia	7.962	5,7	141
Mundo Novo	2.113	5,5	150
Mutunópolis	1.818	5,0	177
Nazário	4.707	5,1	172
Nerópolis	15.811	6,8	90
Niquelândia	23.255	5,0	176
Nova América	1.154	5,5	146
Nova Aurora	1.117	4,8	185
Nova Crixás	6.341	5,3	160
Nova Glória	4.066	4,8	184
Nova Iguaçu de Goiás	1.437	6,7	93
Nova Roma	1.574	3,3	238
Nova Veneza	5.089	7,7	50
Novo Brasil	1.367	9,4	17
Novo Gama	60.905	3,8	224
Novo Planalto	2.195	4,4	204
Orizona	7.782	6,2	120
Ouro Verde de Goiás	1.917	4,8	190
Ouvidor	3.436	8,0	40
Padre Bernardo	17.468	4,1	218
Palestina de Goiás	1.597	4,5	202
Palmeiras de Goiás	14.773	7,2	73
Palmelo	1.232	9,4	16
Palminópolis	1.821	6,0	130
Panamá	1.286	6,4	108
Paranaiguara	4.938	4,6	198
Paraúna	5.491	8,8	26
Perolândia	1.495	5,8	140
Petrolina de Goiás	4.791	7,7	52
Pilar de Goiás	1.025	6,1	123
Piracanjuba	12.307	6,9	84
Piranhas	5.035	6,4	103
Pirenópolis	12.438	8,5	31

PERFIL DA EMPREENDEDORA GOIANA

Município	População (mulheres)	Taxa de empreendedorismo (por 100 habitantes do sexo feminino)	Ranking dos municípios com taxas de empreendedoras
Pires do Rio	16.378	7,8	46
Planaltina	46.076	6,1	125
Pontalina	8.967	7,7	49
Porangatu	22.749	5,9	133
Porteirão	1.805	6,6	96
Portelândia	1.959	6,3	114
Posse	18.611	5,2	166
Professor Jamil	1.571	6,0	131
Quirinópolis	24.894	6,5	100
Rialma	5.455	9,7	13
Rianópolis	2.389	5,3	157
Rio Quente	2.319	6,9	82
Rio Verde	119.479	7,5	60
Rubiataba	10.036	7,4	67
Sanclerlândia	3.825	9,0	21
Santa Bárbara de Goiás	3.286	9,9	12
Santa Cruz de Goiás	1.374	4,9	182
Santa Fé de Goiás	2.846	5,0	180
Santa Helena de Goiás	19.398	6,9	85
Santa Isabel	1.860	4,2	213
Santa Rita do Araguaia	4.394	5,1	169
Santa Rita do Novo Destino	1.522	4,3	209
Santa Rosa de Goiás	1.124	5,4	155
Santa Tereza de Goiás	1.636	7,5	58
Santa Terezinha de Goiás	4.092	7,8	44
Santo Antônio da Barra	2.314	6,2	119
Santo Antônio de Goiás	3.328	20,7	1
Santo Antônio do Descoberto	39.144	3,3	237
São Domingos	6.231	5,7	142
São Francisco de Goiás	3.080	4,5	201
São João da Paraúna	7.062	12,9	4
São João d'Aliança	683	4,8	189
São Luís de Montes Belos	17.568	8,6	30
São Luiz do Norte	2.611	4,7	192
São Miguel do Araguaia	10.757	5,3	162
São Miguel do Passa Quatro	2.045	6,4	104
São Patrício	1.064	2,6	241
São Simão	9.987	6,2	116

PERFIL DA EMPREENDEDORA GOIANA

Município	População (mulheres)	Taxa de empreendedorismo (por 100 habitantes do sexo feminino)	Ranking dos municípios com taxas de empreendedoras
Senador Canedo	60.877	8,1	39
Serranópolis	4.189	5,1	174
Silvânia	10.288	7,3	68
Simolândia	3.407	4,3	208
Sítio d'Abadia	1.437	3,8	222
Taquaral de Goiás	1.839	9,3	18
Teresina de Goiás	1.722	3,7	225
Terezópolis de Goiás	4.095	6,4	106
Três Ranchos	1.430	12,4	5
Trindade	67.231	7,4	64
Trombas	1.701	3,8	223
Turvânia	2.287	5,8	138
Turvelândia	2.606	4,3	211
Uirapuru	1.407	4,7	193
Uruaçu	20.294	7,5	56
Uruana	6.765	5,2	165
Urutaí	1.540	6,4	109
Valparaíso de Goiás	90.279	6,8	88
Varjão	1.893	4,6	199
Vianópolis	7.104	7,8	48
Vicentinópolis	4.223	4,8	186
Vila Boa	2.709	3,4	236
Vila Propício	2.889	3,3	239

Fonte: Elaborado pelos autores a partir da Base de Dados da Receita Federal do Brasil (2023).

APÊNDICE 5 – PROPORÇÃO DE MULHERES E HOMENS EMPREENDEDORES POR MUNICÍPIO

Quadro 5 – Proporção de mulheres e homens empreendedores por município em Goiás (em ordem alfabética)

Município	Mulheres	Homens	Ranking municipal pelo percentual de empreendedoras
Abadia de Goiás	37,3%	62,7%	223
Abadiânia	38,6%	61,4%	203
Acreúna	42,0%	58,0%	111
Adelândia	43,1%	56,9%	82
Água Fria de Goiás	37,4%	62,6%	220
Água Limpa	36,0%	64,0%	230
Águas Lindas de Goiás	39,3%	60,7%	186
Alexânia	39,5%	60,5%	181
Aloândia	48,7%	51,3%	10
Alto Horizonte	39,2%	60,8%	189
Alto Paraíso de Goiás	47,2%	52,8%	16
Alvorada do Norte	40,0%	60,0%	169
Amaralina	42,5%	57,5%	93
Americano do Brasil	42,6%	57,4%	91
Amorinópolis	38,1%	61,9%	214
Anápolis	43,5%	56,5%	71
Anhanguera	46,9%	53,1%	19
Anicuns	44,2%	55,8%	58
Aparecida de Goiânia	40,8%	59,2%	150
Aparecida do Rio Doce	41,7%	58,3%	117
Aporé	47,1%	52,9%	17
Araçu	45,2%	54,8%	41
Aragarças	36,7%	63,3%	227
Aragoiânia	36,9%	63,1%	225
Araguapaz	38,6%	61,4%	204
Arenópolis	45,9%	54,1%	29
Aruanã	41,4%	58,6%	133
Aurilândia	43,4%	56,6%	77
Avelinópolis	43,9%	56,1%	66
Baliza	36,8%	63,2%	226
Barro Alto	39,9%	60,1%	170
Bela Vista de Goiás	40,9%	59,1%	147

PERFIL DA EMPREENDEDORA GOIANA

Município	Mulheres	Homens	Ranking municipal pelo percentual de empreendedoras
Bom Jardim de Goiás	40,5%	59,5%	155
Bom Jesus de Goiás	43,3%	56,7%	80
Bonfinópolis	41,1%	58,9%	139
Bonópolis	39,3%	60,7%	188
Brazabrantes	49,8%	50,2%	7
Britânia	39,7%	60,3%	174
Buriti Alegre	41,0%	59,0%	141
Buriti de Goiás	40,9%	59,1%	145
Buritinópolis	37,1%	62,9%	224
Cabeceiras	39,4%	60,6%	182
Cachoeira Alta	44,7%	55,3%	48
Cachoeira de Goiás	34,6%	65,4%	239
Cachoeira Dourada	45,9%	54,1%	28
Caçu	40,9%	59,1%	144
Caiapônia	42,4%	57,6%	99
Caldas Novas	45,5%	54,5%	33
Caldazinha	43,0%	57,0%	83
Campestre de Goiás	38,7%	61,3%	201
Campinaçu	45,0%	55,0%	43
Campinorte	46,8%	53,2%	20
Campo Alegre de Goiás	42,7%	57,3%	89
Campo Limpo de Goiás	40,1%	59,9%	168
Campos Belos	44,0%	56,0%	61
Campos Verdes	35,3%	64,7%	237
Carmo do Rio Verde	45,7%	54,3%	31
Castelândia	38,5%	61,5%	208
Catalão	46,5%	53,5%	22
Caturaí	40,2%	59,8%	164
Cavalcante	44,5%	55,5%	53
Ceres	41,6%	58,4%	119
Cezarina	44,0%	56,0%	63
Chapadão do Céu	45,5%	54,5%	34
Cidade Ocidental	41,2%	58,8%	136
Cocalzinho de Goiás	38,6%	61,4%	207
Colinas do Sul	43,0%	57,0%	84
Córrego do Ouro	30,5%	69,5%	244
Corumbá de Goiás	36,0%	64,0%	231
Corumbaíba	39,1%	60,9%	195

PERFIL DA EMPREENDEDORA GOIANA

Município	Mulheres	Homens	Ranking municipal pelo percentual de empreendedoras
Cristalina	39,4%	60,6%	185
Cristianópolis	40,8%	59,2%	148
Crixás	46,3%	53,7%	25
Cromínia	38,5%	61,5%	209
Cumari	48,5%	51,5%	11
Damianópolis	42,7%	57,3%	87
Damolândia	42,5%	57,5%	92
Davinópolis	39,1%	60,9%	194
Diorama	35,4%	64,6%	235
Divinópolis de Goiás	49,5%	50,5%	8
Doverlândia	40,6%	59,4%	154
Edealina	44,6%	55,4%	51
Edéia	40,2%	59,8%	165
Estrela do Norte	45,4%	54,6%	36
Faina	39,0%	61,0%	197
Fazenda Nova	43,8%	56,2%	67
Firminópolis	47,8%	52,2%	13
Flores de Goiás	37,3%	62,7%	222
Formosa	39,2%	60,8%	191
Formoso	41,5%	58,5%	127
Gameleira de Goiás	35,9%	64,1%	232
Goianápolis	40,3%	59,7%	162
Goianira	50,0%	50,0%	6
Goianésia	43,4%	56,6%	78
Goiânia	43,4%	56,6%	76
Goianira	42,0%	58,0%	109
Goiás	44,5%	55,5%	52
Goiatuba	41,6%	58,4%	120
Gouvelândia	51,4%	48,6%	5
Guapó	39,7%	60,3%	176
Guaraíta	32,0%	68,0%	242
Guarani de Goiás	29,7%	70,3%	245
Guarinos	39,5%	60,5%	180
Heitorai	42,9%	57,1%	85
Hidrolândia	39,4%	60,6%	183
Hidrolina	45,4%	54,6%	37
Iaciara	35,4%	64,6%	236
Inaciolândia	43,5%	56,5%	70

PERFIL DA EMPREENDEDORA GOIANA

Município	Mulheres	Homens	Ranking municipal pelo percentual de empreendedoras
Indiara	41,6%	58,4%	123
Inhumas	40,1%	59,9%	167
Ipameri	43,3%	56,7%	79
Ipiranga de Goiás	44,8%	55,2%	45
Iporá	40,7%	59,3%	152
Israelândia	41,0%	59,0%	142
Itaberaí	41,0%	59,0%	140
Itaguari	45,3%	54,7%	39
Itaguaru	45,3%	54,7%	38
Itajá	44,1%	55,9%	60
Itapaci	45,5%	54,5%	32
Itapirapuã	41,6%	58,4%	118
Itapuranga	44,7%	55,3%	49
Itarumã	38,1%	61,9%	215
Itauçu	41,6%	58,4%	121
Itumbiara	44,4%	55,6%	55
Ivolândia	38,2%	61,8%	212
Jandaia	40,4%	59,6%	159
Jaraguá	39,8%	60,2%	173
Jataí	39,6%	60,4%	179
Jaupaci	43,6%	56,4%	69
Jesúpolis	42,3%	57,7%	101
Joviânia	41,9%	58,1%	112
Jussara	39,2%	60,8%	192
Lagoa Santa	51,5%	48,5%	4
Leopoldo de Bulhões	44,3%	55,7%	57
Luziânia	41,4%	58,6%	132
Mairipotaba	44,8%	55,2%	46
Mambaí	42,1%	57,9%	105
Mara Rosa	41,5%	58,5%	126
Marzagão	44,6%	55,4%	50
Matrinchã	37,8%	62,2%	218
Maurilândia	45,8%	54,2%	30
Mimoso de Goiás	53,8%	46,3%	1
Minaçu	46,4%	53,6%	23
Mineiros	39,7%	60,3%	177
Moiporá	35,0%	65,0%	238
Monte Alegre de Goiás	43,4%	56,6%	75

PERFIL DA EMPREENDEDORA GOIANA

Município	Mulheres	Homens	Ranking municipal pelo percentual de empreendedoras
Montes Claros de Goiás	43,5%	56,5%	72
Montividiu	40,7%	59,3%	151
Montividiu do Norte	42,9%	57,1%	86
Morrinhos	43,5%	56,5%	73
Morro Agudo de Goiás	47,1%	52,9%	18
Mossâmedes	40,4%	59,6%	158
Mozarlândia	38,1%	61,9%	213
Mundo Novo	35,9%	64,1%	233
Mutunópolis	46,7%	53,3%	21
Nazário	37,7%	62,3%	219
Nerópolis	39,6%	60,4%	178
Niquelândia	48,8%	51,2%	9
Nova América	41,6%	58,4%	122
Nova Aurora	35,8%	64,2%	234
Nova Crixás	36,5%	63,5%	228
Nova Glória	41,0%	59,0%	143
Nova Iguaçu de Goiás	52,2%	47,8%	3
Nova Roma	39,4%	60,6%	184
Nova Veneza	39,7%	60,3%	175
Novo Brasil	46,4%	53,6%	24
Novo Gama	42,2%	57,8%	103
Novo Planalto	38,6%	61,4%	202
Orizona	41,5%	58,5%	130
Ouro Verde de Goiás	42,4%	57,6%	98
Ouvidor	46,2%	53,8%	26
Padre Bernardo	41,5%	58,5%	128
Palestina de Goiás	37,3%	62,7%	221
Palmeiras de Goiás	42,3%	57,7%	102
Palmelo	44,4%	55,6%	54
Palminópolis	46,2%	53,8%	27
Panamá	39,8%	60,2%	172
Paranaiguara	41,3%	58,7%	135
Paraúna	42,4%	57,6%	100
Perolândia	36,1%	63,9%	229
Petrolina de Goiás	44,1%	55,9%	59
Pilar de Goiás	48,5%	51,5%	12
Piracanjuba	44,9%	55,1%	44
Piranhas	41,5%	58,5%	125

PERFIL DA EMPREENDEDORA GOIANA

Município	Mulheres	Homens	Ranking municipal pelo percentual de empreendedoras
Pirenópolis	43,5%	56,5%	74
Pires do Rio	44,0%	56,0%	62
Planaltina	41,8%	58,2%	114
Pontalina	41,8%	58,2%	113
Porangatu	42,5%	57,5%	95
Porteirão	43,2%	56,8%	81
Portelândia	38,1%	61,9%	216
Posse	38,4%	61,6%	210
Professor Jamil	41,8%	58,2%	115
Quirinópolis	42,7%	57,3%	88
Rialma	38,6%	61,4%	206
Rianópolis	38,7%	61,3%	199
Rio Quente	38,6%	61,4%	205
Rio Verde	40,8%	59,2%	149
Rubiataba	44,8%	55,2%	47
Sanclerlândia	42,5%	57,5%	96
Santa Bárbara de Goiás	39,3%	60,7%	187
Santa Cruz de Goiás	39,9%	60,1%	171
Santa Fé de Goiás	42,5%	57,5%	94
Santa Helena de Goiás	40,9%	59,1%	146
Santa Isabel	41,1%	58,9%	138
Santa Rita do Araguaia	44,4%	55,6%	56
Santa Rita do Novo Destino	42,0%	58,0%	108
Santa Rosa de Goiás	33,3%	66,7%	240
Santa Tereza de Goiás	33,1%	66,9%	241
Santa Terezinha de Goiás	42,4%	57,6%	97
Santo Antônio da Barra	41,4%	58,6%	131
Santo Antônio de Goiás	38,7%	61,3%	200
Santo Antônio do Descoberto	40,3%	59,7%	160
São Domingos	53,0%	47,0%	2
São Francisco de Goiás	38,8%	61,2%	198
São João da Paraúna	47,6%	52,4%	14
São João d'Aliança	42,6%	57,4%	90
São Luís de Montes Belos	42,2%	57,8%	104
São Luiz do Norte	40,3%	59,7%	161
São Miguel do Araguaia	39,2%	60,8%	190
São Miguel do Passa Quatro	40,7%	59,3%	153
São Patrício	31,5%	68,5%	243

PERFIL DA EMPREENDEDORA GOIANA

Município	Mulheres	Homens	Ranking municipal pelo percentual de empreendedoras
São Simão	45,0%	55,0%	42
Senador Canedo	40,5%	59,5%	157
Serranópolis	42,1%	57,9%	106
Silvânia	41,3%	58,7%	134
Simolândia	39,2%	60,8%	193
Sítio d'Abadia	45,5%	54,5%	35
Taquaral de Goiás	47,2%	52,8%	15
Teresina de Goiás	40,3%	59,7%	163
Terezópolis de Goiás	40,2%	59,8%	166
Três Ranchos	41,5%	58,5%	124
Trindade	40,5%	59,5%	156
Trombas	38,2%	61,8%	211
Turvânia	37,9%	62,1%	217
Turvelândia	41,2%	58,8%	137
Uirapuru	45,2%	54,8%	40
Uruaçu	41,8%	58,2%	116
Uruana	39,0%	61,0%	196
Urutaí	43,9%	56,1%	64
Valparaíso de Goiás	43,6%	56,4%	68
Varjão	43,9%	56,1%	65
Vianópolis	41,5%	58,5%	129
Vicentinópolis	42,1%	57,9%	107
Vila Boa	42,0%	58,0%	110
Vila Propício	29,6%	70,4%	246
Total			

Fonte: Elaborado pelos autores a partir da Base de Dados da Receita Federal do Brasil (2023).

APÊNDICE 6 – PROPORÇÃO DE MULHERES E HOMENS POR CNAE**Quadro 6 – Proporção de mulheres e homens por CNAE em Goiás (em ordem decrescente da participação feminina)**

CNAE	Número de Empreendedores			Participação (%)	
	Mulheres	Homens	Total	Mulheres	Homens
Serviços de assistência social sem alojamento	80	1	81	99%	1%
Serviços domésticos	6.750	487	7.237	93%	7%
Atividades de atenção à saúde humana integradas com assistência social prestadas em residências coletivas e particulares	2.826	600	3.426	82%	18%
Fabricação de celulose papel e produtos de papel	521	146	667	78%	22%
Outras atividades de serviços pessoais	33.815	10.572	44.387	76%	24%
Confecção de artigos do vestuário e acessórios	11.488	4.048	15.536	74%	26%
Fabricação de produtos têxteis	1.812	1.019	2.831	64%	36%
Fabricação de produtos alimentícios	6.495	4.098	10.593	61%	39%
Fabricação de produtos diversos	2.195	1.505	3.700	59%	41%
Administração pública defesa e seguridade social	12	9	21	57%	43%
Atividades de atenção à saúde humana	10.237	8.439	18.676	55%	45%
Atividades ligadas ao patrimônio cultural e ambiental	15	13	28	54%	46%
Alimentação	26.676	24.016	50.692	53%	47%
Educação	10.797	9.765	20.562	53%	47%
Comércio varejista	79.211	76.021	155.232	51%	49%
Atividades veterinárias	370	358	728	51%	49%
Alojamento	1.201	1.292	2.493	48%	52%
Agências de viagens operadores turísticos e serviços de reservas	1.104	1.199	2.303	48%	52%
Serviços de escritório de apoio administrativo e outros serviços prestados principalmente às empresas	14.232	16.034	30.266	47%	53%
Seleção agenciamento e locação de mão de obra	72	83	155	46%	54%
Edição e edição integrada à impressão	1.904	2.262	4.166	46%	54%
Atividades de sedes de empresas e de consultoria em gestão empresarial	2.384	2.950	5.334	45%	55%

PERFIL DA EMPREENDEDORA GOIANA

CNAE	Número de Empreendedores			Participação (%)	
	Mulheres	Homens	Total	Mulheres	Homens
Atividades de organizações associativas	24	31	55	44%	56%
Publicidade e pesquisa de mercado	12.107	15.821	27.928	43%	57%
Atividades de serviços financeiros	3.128	4.125	7.253	43%	57%
Pesquisa e desenvolvimento científico	39	53	92	42%	58%
Atividades auxiliares dos serviços financeiros seguros previdência complementar e planos de saúde	762	1.202	1.964	39%	61%
Atividades imobiliárias	2.515	4.238	6.753	37%	63%
Atividades de prestação de serviços de informação	431	733	1.164	37%	63%
Aluguéis não imobiliários e gestão de ativos intangíveis não financeiros	2.221	3.794	6.015	37%	63%
Atividades esportivas e de recreação e lazer	1.006	1.756	2.762	36%	64%
Outras atividades profissionais científicas e técnicas	2.056	3.659	5.715	36%	64%
Fabricação de produtos de borracha e de material plástico	179	322	501	36%	64%
Preparação de couros e fabricação de artefatos de couro artigos para viagem e calçados	373	672	1.045	36%	64%
Impressão e reprodução de gravações	775	1.507	2.282	34%	66%
Atividades jurídicas de contabilidade e de auditoria	2.304	4.572	6.876	34%	66%
Fabricação de produtos químicos	115	234	349	33%	67%
Fabricação de outros equipamentos de transporte exceto veículos automotores	13	28	41	32%	68%
Metalurgia	13	28	41	32%	68%
Atividades cinematográficas produção de vídeos e de programas de televisão gravação de som e edição de música	801	1.726	2.527	32%	68%
Serviços de arquitetura e engenharia testes e análises técnicas	1.521	3.387	4.908	31%	69%
Fabricação de máquinas aparelhos e materiais elétricos	29	65	94	31%	69%

PERFIL DA EMPREENDEDORA GOIANA

CNAE	Número de Empreendedores			Participação (%)	
	Mulheres	Homens	Total	Mulheres	Homens
Comércio por atacado exceto veículos automotores e motocicletas	4.560	10.241	14.801	31%	69%
Esgoto e atividades relacionadas	55	129	184	30%	70%
Fabricação de produtos de minerais não metálicos	743	1.749	2.492	30%	70%
Fabricação de produtos do fumo	14	33	47	30%	70%
Descontaminação e outros serviços de gestão de resíduos	2	5	7	29%	71%
Fabricação de coque de produtos derivados do petróleo e de biocombustíveis	13	33	46	28%	72%
Fabricação de bebidas	56	143	199	28%	72%
Agricultura pecuária e serviços relacionados	2.405	6.233	8.638	28%	72%
Fabricação de máquinas e equipamentos	59	158	217	27%	73%
Seguros resseguros previdência complementar e planos de saúde	7	19	26	27%	73%
Atividades de exploração de jogos de azar e apostas	4	11	15	27%	73%
Coleta tratamento e disposição de resíduos recuperação de materiais	505	1.394	1.899	27%	73%
Atividades de rádio e de televisão	36	101	137	26%	74%
Construção de edifícios	2.038	5.878	7.916	26%	74%
Pesca e aquicultura	32	101	133	24%	76%
Extração de minerais não metálicos	120	391	511	23%	77%
Fabricação de equipamentos de informática produtos eletrônicos e ópticos	13	43	56	23%	77%
Produção florestal	50	169	219	23%	77%
Obras de infraestrutura	226	771	997	23%	77%
Atividades de vigilância segurança e investigação	156	541	697	22%	78%
Atividades artísticas criativas e de espetáculos	703	2.481	3.184	22%	78%
Fabricação de veículos automotores reboques e carrocerias	94	338	432	22%	78%
Captação tratamento e distribuição de água	15	54	69	22%	78%

PERFIL DA EMPREENDEDORA GOIANA

CNAE	Número de Empreendedores			Participação (%)	
	Mulheres	Homens	Total	Mulheres	Homens
Não identificado	37	135	172	22%	78%
Fabricação de produtos de madeira	293	1.091	1.384	21%	79%
Serviços para edifícios e atividades paisagísticas	849	3.215	4.064	21%	79%
Fabricação de produtos farmoquímicos e farmacêuticos	5	19	24	21%	79%
Telecomunicações	341	1.305	1.646	21%	79%
Atividades dos serviços de tecnologia da informação	568	2.428	2.996	19%	81%
Comércio e reparação de veículos automotores e motocicletas	6.647	28.765	35.412	19%	81%
Extração de minerais metálicos	18	78	96	19%	81%
Transporte aquaviário	17	75	92	18%	82%
Eletricidade gás e outras utilidades	50	228	278	18%	82%
Transporte terrestre	4.420	21.629	26.049	17%	83%
Atividades de apoio à extração de minerais	10	49	59	17%	83%
Manutenção reparação e instalação de máquinas e equipamentos	1.217	5.978	7.195	17%	83%
Reparação e manutenção de equipamentos de informática e comunicação e de objetos pessoais e domésticos	1.794	8.942	10.736	17%	83%
Fabricação de móveis	689	4.066	4.755	14%	86%
Fabricação de produtos de metal exceto máquinas e equipamentos	1.045	6.713	7.758	13%	87%
Armazenamento e atividades auxiliares dos transportes	1.045	7.017	8.062	13%	87%
Correio e outras atividades de entrega	788	6.132	6.920	11%	89%
Serviços especializados para construção	3.943	40.220	44.163	9%	91%
Transporte aéreo	1	19	20	5%	95%
Extração de carvão mineral	0	1	1	0%	100%
Extração de petróleo e gás natural	0	1	1	0%	100%
Total	280.292	381.992	662.284		

Fonte: Elaborado pelos autores a partir da Base de Dados da Receita Federal do Brasil (2023).

APÊNDICE 7 – DETERMINANTES CONTEXTUAIS – INFRAESTRUTURA E EDUCAÇÃO – NOS MUNICÍPIOS DO ESTADO DE GOIÁS

Quadro 7 – Índice de Desempenho de Municípios de Goiás – Infraestrutura e Educação (IDM/IMB)

Município	Infraestrutura	Educação
Abadia de Goiás	4,58	6,49
Abadiânia	2,09	5,27
Acreúna	3,19	5,33
Adelândia	2,71	5,59
Água Fria de Goiás	1,59	5,27
Água Limpa	2,66	5,91
Águas Lindas de Goiás	3,22	5,93
Alexânia	2,9	6,26
Aloândia	2,97	5,3
Alto Horizonte	2,43	6,55
Alto Paraíso de Goiás	3,77	5,93
Alvorada do Norte	3,19	5,14
Amaralina	1,21	4,87
Americano do Brasil	3,13	5,35
Amorinópolis	2,45	6,03
Anápolis	4,91	6,63
Anhanguera	4,12	3,66
Anicuns	3,33	5,61
Aparecida de Goiânia	4,05	5,37
Aparecida do Rio Doce	5,54	6,89
Aporé	2,11	6,4
Araçu	3,3	6,95
Aragarças	2,71	5,25
Aragoiânia	2,67	5,65
Araguapaz	3,18	4,32
Arenópolis	3,12	6,47
Aruanã	3,99	5,25
Aurilândia	2,96	6,11
Avelinópolis	3,28	6,57
Baliza	0,58	2,92
Barro Alto	2,2	5,19
Bela Vista de Goiás	4,25	6,33
Bom Jardim de Goiás	2,47	5,83
Bom Jesus de Goiás	4,46	6,3

PERFIL DA EMPREENDEDORA GOIANA

Município	Infraestrutura	Educação
Bonfinópolis	3,03	5,6
Bonópolis	1,24	4,92
Brazabrantes	3,32	6,48
Britânia	4,99	5,73
Buriti Alegre	4,19	5,86
Buriti de Goiás	3,35	6,22
Buritinópolis	1,47	4,68
Cabeceiras	2,32	5,14
Cachoeira Alta	3,46	5,54
Cachoeira de Goiás	3,03	5,81
Cachoeira Dourada	4,48	5,58
Caçu	3,98	5,6
Caiapônia	3,58	4,99
Caldas Novas	5,57	6,36
Caldazinha	2,04	6,16
Campestre de Goiás	1,83	6,34
Campinaçu	2,28	5,08
Campinorte	3,01	5,87
Campo Alegre de Goiás	2,09	4,55
Campo Limpo de Goiás	1,79	5,19
Campos Belos	4,3	6,64
Campos Verdes	4,09	6,45
Carmo do Rio Verde	2,28	5,53
Castelândia	2,96	6,33
Catalão	5,14	6,04
Caturaí	2,49	5,79
Cavalcante	1,81	4,17
Ceres	5,26	7,07
Cezarina	2,28	5,96
Chapadão do Céu	4,96	6,27
Cidade Ocidental	4,77	6,25
Cocalzinho de Goiás	2,36	6,93
Colinas do Sul	1,33	4,71
Córrego do Ouro	3,2	6,13
Corumbá de Goiás	1,74	4,94
Corumbaíba	4,28	6,43
Cristalina	2,78	6,12
Cristianópolis	3,41	6,34
Crixás	1,95	6,47
Cromínia	2,72	6,13

PERFIL DA EMPREENDEDORA GOIANA

Município	Infraestrutura	Educação
Cumari	3,1	5,52
Damianópolis	2,36	6,34
Damolândia	2,78	5,65
Davinópolis	2,69	4,46
Diorama	1,77	4,67
Divinópolis de Goiás	2,22	5,25
Doverlândia	2,48	5,77
Edealina	2,59	6,88
Edéia	4,41	5,92
Estrela do Norte	2,73	5,93
Faina	1,64	4,46
Fazenda Nova	2,26	4,94
Firminópolis	2,34	5,12
Flores de Goiás	0,23	3,82
Formosa	4,13	5,69
Formoso	3,03	5,24
Gameleira de Goiás	1,36	5,98
Goianápolis	3,06	6,75
Goiandira	3,1	5,36
Goianésia	4,02	6,44
Goiânia	6,53	6,02
Goianira	4,7	6,81
Goiás	4,62	5,52
Goiatuba	2,88	5,6
Gouvelândia	1,93	4,58
Guapó	4,69	5,94
Guaraíta	2,29	5,71
Guarani de Goiás	0,98	5,74
Guarinos	2,58	5,43
Heitoraí	2,18	5,58
Hidrolândia	2,77	5,92
Hidrolina	2,22	6,36
Iaciara	1,57	4,32
Inaciolândia	2,98	6,15
Indiara	1,6	6,2
Inhumas	3,43	6,93
Ipameri	3,21	5,93
Ipiranga de Goiás	1,85	5,27
Iporá	5,13	6,84
Israelândia	2,33	5,67

PERFIL DA EMPREENDEDORA GOIANA

Município	Infraestrutura	Educação
Itaberaí	3,61	6,24
Itaguari	1,75	6,58
Itaguaru	1,42	6,23
Itajá	4,86	5,38
Itapaci	2,35	5,41
Itapirapuã	3,82	5,79
Itapuranga	4,53	6,24
Itarumã	1,82	5,31
Itauçu	3,85	6,28
Itumbiara	6,21	6,61
Ivolândia	2,02	5,75
Jandaia	2,5	5,59
Jaraguá	2,8	5,69
Jataí	5,38	6,65
Jaupaci	2,61	6,56
Jesúpolis	2,69	6,28
Joviânia	4,66	5,77
Jussara	4,94	6,48
Lagoa Santa	5,79	6,3
Leopoldo de Bulhões	2,08	5,23
Luziânia	2,86	5,79
Mairipotaba	2,64	6,65
Mambaí	1,58	5,63
Mara Rosa	4,31	6,43
Marzagão	3,28	6,33
Matrinchã	2,35	5,62
Maurilândia	2,09	4,52
Mimoso de Goiás	2,32	5,66
Minaçu	3,45	5,96
Mineiros	5,22	6,43
Moiporá	2,45	5,45
Monte Alegre de Goiás	1,08	3,77
Montes Claros de Goiás	4,12	6,13
Montividiu	2,99	6,28
Montividiu do Norte	1,22	4,16
Morrinhos	4,61	5,89
Morro Agudo de Goiás	3,02	5,53
Mossâmedes	3,55	6,23
Mozarlândia	2,22	5,7
Mundo Novo	2,34	6

PERFIL DA EMPREENDEDORA GOIANA

Município	Infraestrutura	Educação
Mutunópolis	2,07	6,45
Nazário	2,85	5,91
Nerópolis	2,83	6,4
Niquelândia	2,5	5,02
Nova América	2	5,31
Nova Aurora	2,86	5,13
Nova Crixás	2,72	4,94
Nova Glória	2,57	5,34
Nova Iguaçu de Goiás	2,24	6,71
Nova Roma	0,89	5,07
Nova Veneza	2,48	5,6
Novo Brasil	3,86	6,49
Novo Gama	2,65	4,51
Novo Planalto	1,79	6,18
Orizona	2,4	6,13
Ouro Verde de Goiás	2,19	6,88
Ouvidor	3,31	6,53
Padre Bernardo	2,45	5,5
Palestina de Goiás	1,78	6,37
Palmeiras de Goiás	5,06	6,38
Palmelo	3,08	4,76
Palminópolis	2,56	6,89
Panamá	2,98	5,46
Paranaiguara	4,87	5,8
Paraúna	4,4	5,73
Perolândia	2,21	5,6
Petrolina de Goiás	1,86	6,42
Pilar de Goiás	1,73	4,23
Piracanjuba	4,6	6,04
Piranhas	3,61	6,23
Pirenópolis	3,03	5,87
Pires do Rio	4,28	6,09
Planaltina	4,05	6,59
Pontalina	4,51	6,38
Porangatu	2,98	5,41
Porteirão	2,82	5,9
Portelândia	3,79	6,46
Posse	3,18	6,1
Professor Jamil	2,87	5,9
Quirinópolis	4,66	6,32

PERFIL DA EMPREENDEDORA GOIANA

Município	Infraestrutura	Educação
Rialma	3,14	5,72
Rianópolis	2,49	5,6
Rio Quente	5,17	5,57
Rio Verde	4,45	5,77
Rubiataba	4,54	5,92
Sanclerlândia	5,06	5,89
Santa Bárbara de Goiás	2,77	5,34
Santa Cruz de Goiás	1,46	4,77
Santa Fé de Goiás	2,55	5,66
Santa Helena de Goiás	4,99	6,36
Santa Isabel	2,34	5,11
Santa Rita do Araguaia	2,44	4,43
Santa Rita do Novo Destino	0,66	5,05
Santa Rosa de Goiás	2,92	7,1
Santa Tereza de Goiás	2,88	5,48
Santa Terezinha de Goiás	2,26	5,97
Santo Antônio da Barra	1,89	5,7
Santo Antônio de Goiás	3,47	6,56
Santo Antônio do Descoberto	2,9	5,55
São Domingos	1,17	3,79
São Francisco de Goiás	2,4	6,44
São João da Paraúna	1,42	3,19
São João d'Aliança	5,93	6,49
São Luís de Montes Belos	5,17	6,45
São Luiz do Norte	2,56	6,52
São Miguel do Araguaia	3,42	6,21
São Miguel do Passa Quatro	2,53	5,94
São Patrício	2,2	6,42
São Simão	5,53	5,34
Senador Canedo	3,93	6,63
Serranópolis	2,2	5,09
Silvânia	3,93	6,01
Simolândia	1,79	4,82
Sítio d'Abadia	0,89	4,56
Taquaral de Goiás	3,36	7,72
Teresina de Goiás	1,67	4,13
Terezópolis de Goiás	3,8	5,09
Três Ranchos	4,56	5,76
Trindade	4,56	6,69
Trombas	2,06	6,09

PERFIL DA EMPREENDEDORA GOIANA

Município	Infraestrutura	Educação
Turvânia	2,48	6,09
Turvelândia	2,34	6,32
Uirapuru	1,92	5,71
Uruaçu	4,45	6,15
Uruana	2,58	5,87
Urutaí	3,5	6,73
Valparaíso de Goiás	4,49	6,23
Varjão	2,04	5,16
Vianópolis	2,59	6,14
Vicentinópolis	1,57	5,64
Vila Boa	1,4	5,17
Vila Propício	1,05	4,7

Fonte: Elaborado pelos autores utilizando dados base de dados Instituto Mauro Borges de Estatísticas e Estudos Socioeconômicos - Índice de Desempenho de Municípios de Goiás (IDM/IMB) (2020).



