

PERFIL DA EMPREENDEDORA GOIANA

O empreendedorismo
por mulheres e seus desafios

2020



SEBRAE GOIÁS

CONSELHO DELIBERATIVO ESTADUAL

Ubiratan da Silva Lopes (FACIEG)

Presidente

Osvaldo Moreira Guimarães (FAEG)

Vice-Presidente

Pedro Alves de Oliveira (FIEG)

Marcelo Baiocchi Carneiro (FECOMÉRCIO)

Rivael Aguiar Pereira (GOIÁS FOMENTO)

Marcelo de Oliveira Moura (AGPE)

Felipe Tawerney Favero Zanella (BANCO DO BRASIL)

Evandro Narciso de Lima (CAIXA)

Adriano Rocha de Lima (SED)

Valdir Ribeiro da Silva (FCDL/GO)

Elizabeth Soares de Holanda (SEBRAE/NA)

Bruno Magalhães D'Abadia (SEGPLAN)

Edward Madureira Brasil (UFG)

CONSELHO FISCAL

Divina Marcelo da Silva (FAEG)

João Carlos Gouveia (FIEG)

Tarcísio Alves de Souza (CAIXA)

DIRETORIA EXECUTIVA

Derly Cunha Fialho

Diretor Superintendente

Wanderson Portugal Lemos

Diretor Técnico

Igor Montenegro Celestino Otto

Diretor de Administração e Finanças

Gerência Executiva de Governança Corporativa

Fernando de Paula Gomes Ferreira | Gerente

Gerência Executiva de Atendimento

Camilla Carvalho Costa | Gerente

Unidade de Projetos

Priscila Vilarinho de Menezes | Coordenadora

Vera Lúcia Elias de Oliveira | Gestora do Projeto

Sebrae Delas

EQUIPE TÉCNICA DO ESTUDO

Sebrae Goiás

Polyanna Marques Cardoso

Vera Lúcia Elias de Oliveira

Cynnara Maria Bretas Vasconcelos (Consultora Credenciada Sebrae)

Lis Gonçalves Carneiro (Consultora Credenciada Sebrae)

Universidade Federal de Goiás – UFG

Faculdade de Administração, Ciências Contábeis e Ciências Econômicas - FACE

Laboratório de Pesquisa em Empreendedorismo e Inovação - LAPEI

Cândido Borges

Daiane Martins Teixeira

Daniel do Prado Pagotto

Fernanda Paula Arantes

Jessica Borges de Carvalho

Patrícia Cabral de Almeida

Junta Comercial do Estado de Goiás – JUCEG

Silvio S. Miranda Filho

Escola Superior Associada de Goiânia - ESUP

Caroline Vargas Barbosa

Marina Zava

Projeto Gráfico e Diagramação

Ideorama Comunicação



EDITORIAL

Derly Cunha Fialho

Diretor Superintendente do Sebrae Goiás

É impossível deixar de admirar a força das mulheres. Elas são criadoras da vida, cuidadoras dos entes queridos e, cada vez mais, fazem o papel de provedoras para si mesmas e seus lares. A luta por igualdade de condições se estende a diversos aspectos de sua vida e, ao longo dos anos, encontrou no empreendedorismo um terreno fértil.

A sua força e resiliência tem o poder de transformar a vida das pessoas, seja aos milhares, como é o caso de Luiza Helena Trajano, do Magazine Luiza, que transformou a loja fundada pelos tios em uma enorme rede varejista, ou em um círculo menor de pessoas, como a Maria de Fátima Dutra, a Fatinha, que criou dois filhos, com os resultados de sua obra e dedicação ao artesanato, no interior de Goiás.

É papel do Sebrae Goiás garantir que seja possível que mais Marias consigam criar suas famílias e que mais Luizas possam despontar e contribuir para o crescimento e desenvolvimento do nosso Estado.

Estamos vivendo hoje um momento nunca experimentado. As medidas de isolamento para conter o avanço do novo coronavírus reverberam em toda a sociedade, sendo as mulheres as mais afetadas. Além de estarem na linha de frente dos cuidados com as crianças e idosos, as mulheres são a maioria no setor de serviços, que foi fortemente afetado pela pandemia e, também, de acordo com o IBGE (2019), estão mais sujeitas à informalidade do que os

homens. Além disso, segundo a diretora executiva da ONU, Phumzile Mlambo-Ngcuka, “as empresas chefiadas por mulheres têm menos capacidade financeira para lidar com a crise e obter autofinanciamento”, fato reforçado pelo acompanhamento realizado pelo Sebrae, que aponta que a maioria (52%) das empresas que fecharam “temporariamente” ou “de vez” era comandada por mulheres.

Entretanto, não se trata somente de retomar o atendimento normal das atividades produtivas, mas de entender que muitas mudanças ocorrerão na sociedade a partir deste momento. Algumas mudanças que estavam em curso, como a transformação digital, serão aceleradas, as empreendedoras estando prontas ou não. É hora de a mulher mostrar mais uma vez sua força, garra, determinação e transformar os últimos acontecimentos em oportunidades, e o Sebrae Goiás está aqui para apoiá-las.

Este estudo, resultado de uma parceria entre a Universidade Federal de Goiás e o Sebrae Goiás, traz dados atualizados importantes sobre o empreendedorismo por mulheres no Estado. Espera-se fomentar análises que contribuam com o debate entre os atores à frente da elaboração de projetos, programas, políticas e trazer informações àqueles que desejam inteirar-se sobre os desafios vividos pelas mulheres que empreendem.



PREFÁCIO

Elaine Maria de Moura Souza

*Membro do Colegiado de Líderes do Grupo Mulheres do Brasil – Núcleo Goiânia
Coordenadora de Articulação Institucional e Políticas Públicas do Sebrae Goiás*

Estamos no século XXI! Deste tempo e lugar em que nos encontramos, avistamos uma trajetória de grandes conquistas e avanços quando o assunto é a condição da mulher na sociedade. Para termos uma visão concreta desses avanços, basta uma breve consulta nas constituições brasileiras desde 1824. Fica aí uma tarefa para cada um de nós: conhecer as conquistas femininas, especialmente as constitucionais!

Mas vamos falar de empreendedorismo por mulheres. Por vários motivos, empreender está longe de ser uma profissão fácil para qualquer indivíduo, especialmente no Brasil, onde são altos os índices de empreendedorismo por necessidade, em detrimento do empreendedorismo por oportunidade. Tudo bem, ainda assim, as mulheres continuam empreendendo, aprimorando a capacidade de gestão empresarial e se destacando nos negócios, a despeito de todas as dificuldades decorrentes da condição feminina: dupla jornada que precisam cumprir, da desconfiança dos agentes financiadores quando o assunto é crédito, dentre tantas outras.

Por sua vez, o Sebrae Goiás e seus parceiros se destacam na vanguarda dos projetos estruturantes, especialmente para as mulheres empreendedoras, tanto é que, irmanado com o Sebrae Mato Grosso do Sul e Distrito Federal, iniciou em 2017 um projeto que pouco tempo depois seria nacionalizado pelo Sistema Sebrae, batizado com o sugestivo nome Delas e

beneficiaria centenas de mulheres Brasil afora. Particularmente, sonho com o dia em que soará muito estranho falar de projetos exclusivos ou específicos para recortes de gênero ou raça. Mas, por ora, tais projetos são imprescindíveis, relevantes e muito bem-vindos.

A força da mulher empreendedora é instigante, e, neste estudo, encontramos elementos que nos ajudam a compreender esta força, porque quando se trata do quesito desejos e anseios das empreendedoras, questões como aumentar ou complementar a renda, autorrealização, desenvolvimento de habilidades empresariais ou alcançar independência econômica são importantes para mais de 90% delas. Ou seja, a cada 100 empreendedoras, mais de 90 buscam realizar esses desejos, com a força, o talento e a persistência que lhes são tão peculiares.

Com alegria, assino o prefácio deste estudo denominado **Perfil da Empreendedora Goiana: o empreendedorismo por mulheres e seus desafios**, que, de forma impecável, organiza e disponibiliza conteúdo sobre o empreendedorismo por mulheres em Goiás. Certamente este estudo traz uma grande contribuição para que outras organizações formulem políticas de atenção ou projetos especiais para as mulheres empreendedoras. Boa leitura!



AGRADECIMENTO

Ana Maria Carvalho Santos

12 de Outubro de 2020

O Sebrae Goiás é muito mais do que uma instituição que apoia o empreendedorismo em todas as suas formas. Ele é feito de pessoas. Um emaranhado rico e diverso de especialistas em negócios, analistas, consultores, parceiros, empreendedores e potenciais empreendedores, enfim, de pessoas que vivenciam diariamente desafios e buscam encontrar o melhor caminho para alcançar melhores resultados para as micro e pequenas empresas do Estado.

Infelizmente, nós perdemos uma peça relevante dessa estrutura. Ana Maria Carvalho Santos nos deixou, no dia 12 de outubro de 2020, em decorrência da Covid-19. Nascida em Jataí, professora de matemática por formação, ativista dos direitos das mulheres negras por vocação, Ana Maria deixou sua última contribuição para o afroempreendedorismo ao dar um depoimento sobre o assunto para este estudo.

Ela conciliava seu trabalho na Escola Municipal Frei Nazareno Confaloni, em Goiânia, com seu ativismo em prol da comunidade negra. Ana Maria atuava em frentes diversas. Era dirigente do Instituto Inaô e, a partir dele, tornou-se membro da Câmara Técnica de Enfrentamento ao Racismo e Diversidade do Conselho Estadual da Mulher. Participante de várias redes e coletivos, como a Rede Goiana das Mulheres Negras e o Coletivo Novembro Negro. Atualmente era consultora da Associação Nacional dos Coletivos de Empresários e Em-

preendedores Afro-Brasileiros – ANCEABRA e militante do movimento negro.

Com o Sebrae Goiás, a sua história começou há pouco tempo, em 2019, no início do Projeto Sebrae Delas. Acredite que ela não enxergava que o Sebrae era lugar para ela. É um caso comum entre mulheres que, mesmo que extremamente valorosas e competentes, não conseguem enxergar todo seu potencial. Acanhada a princípio, ela foi apresentada ao projeto e entendeu prontamente, que sim, ela tinha um lugar no Projeto Sebrae Delas e que o empreendedorismo poderia ajudar na pauta das mulheres por meio do empoderamento econômico.

Ana Maria compreendeu que é necessário elevar a autoestima das mulheres para que elas alcancem seus objetivos, e essa passou a ser sua luta. Ela alinhavou contatos, fez articulações e foi decisiva para que uma turma exclusiva para Mulheres Negras fosse realizada e para que 15 vidas se transformassem. Ela se enxergou também como empreendedora e estruturava um negócio social, o Espaço Empreender Mulher Negra, um local que, em suas palavras “valoriza a mulher negra, oferta autocuidado e trabalha na qualificação da mulher negra”. Então a pandemia aconteceu.

Porque ela acreditou, persistiu e se desafiou, ela deixa um legado. Ela será lembrada por todos nós pela sororidade, pela sua força e determinação, pela sua energia que contagiava

o grupo, pelo amor a sua causa. Sentiremos falta da Aninha, como era chamada pelos amigos, pessoa generosa e gentil que parte tão cedo, com apenas 56 anos. Cabe a nós que

ficamos, honrarmos sua luta e contribuirmos para que mais mulheres negras tenham seu espaço. Conte conosco!

SUMÁRIO

CAPÍTULO I	
EMPREENDEDORISMO POR MULHERES E SEUS DESAFIOS	10
1.1 O Empreendedorismo por mulheres	12
1.2 Empoderamento da mulher por meio do empreendedorismo	16
CAPÍTULO II	
PERFIL DAS MULHERES EMPREENDEDORAS EM GOIÁS	20
2.1 Mulheres por perfil ocupacional	22
2.2 Mulheres empreendedoras por região do Estado.....	24
2.3 Cor/Raça das mulheres empreendedoras	29
2.4 Idade das mulheres empreendedoras	34
2.5 Escolaridade das mulheres empreendedoras	35
2.6 Renda média das mulheres empreendedoras	38
CAPÍTULO III	
A EVOLUÇÃO DO EMPREENDEDORISMO POR MULHERES EM GOIÁS	40
3.1 Primeiros registros de criação de empresas por mulheres	40
3.2 Evolução da criação de empresas por setor e municípios	43
CAPÍTULO IV	
O SEBRAE E O EMPREENDEDORISMO POR MULHERES	52
4.1 Características da Gestão Empresarial por Mulheres	53
4.2 Projeto Delas: estímulo ao empreendedorismo por mulheres.....	57
4.3 Características das mulheres que empreendem	60
4.4 A mulher e os desafios de uma nova realidade	70
REFERÊNCIAS	76
APÊNDICES.....	79
APÊNDICE 1 - Nota Metodológica – Capítulo II.....	79
APÊNDICE 2 - Nota Metodológica – Capítulo III.....	81
APÊNDICE 3 - Proporção de mulheres por CNAE	84
APÊNDICE 4 - Proporção de mulheres por município	88
APÊNDICE 5 - Taxa de empreendedorismo por mulheres para cada 100 habitantes por município	94



INTRODUÇÃO

Quando se trata de empreendedorismo, as diferenças entre homens e mulheres são significativas, e o Sebrae Goiás, atendendo à demanda das mulheres em empreender, vem estimular, inspirar e desenvolver cada vez mais os seus negócios. Fomentar práticas empresariais para tornar os negócios liderados por mulheres mais competitivos, bem como promover a sensibilização e a articulação de atores estratégicos relacionados ao tema de empreendedorismo feminino são estratégias que o Sebrae adotou para a disseminação da cultura empreendedora e a promoção da competitividade empresarial de pequenos negócios geridos por mulheres.

Para contribuir para o debate, o estudo **Perfil da empreendedora goiana: o empreendedorismo por mulheres e seus desafios**, uma parceria entre a Universidade Federal de Goiás e o Sebrae, com colaboração da Escola Superior Associada de Goiânia e da Junta Comercial do Estado de Goiás (JUCEG), traz uma análise a partir de um recorte estadual que traça o perfil das mulheres empreendedoras e a evolução do empreendedorismo por mulheres no Estado de Goiás, além de trazer informações complementares com o objetivo de refletir sobre o

papel do empreendedorismo na vida das mulheres e seus principais desafios. O conteúdo aqui disposto pretende contribuir para a construção de conhecimento, projetos, políticas e programas dos atores interessados no empreendedorismo por mulheres.

Além de explicitar o caminho percorrido pelo empreendedorismo por mulheres no Estado e visualizar o perfil destas, é possível antever possíveis desdobramentos que ameaçam as conquistas desse grupo. É importante considerar as informações e refletir sobre os rumos a serem tomados.

A proposta metodológica deste estudo contempla indicadores advindos de fontes oficiais ligadas ao governo (IBGE, JUCEG, Receita Federal) e suas decorrentes análises, de acordo com metodologia delineada especialmente para esse fim (notas metodológicas nos Apêndices) e fontes secundárias de autores e estudiosos do tema empreendedorismo por mulheres, assim como assuntos correlatos que se fizeram necessários para a construção de um conteúdo sobre a temática. Algumas empreendedoras e profissionais que trabalham com a temática deixaram sua con-

tribuição, com suas histórias e depoimentos para enriquecer o estudo.

O capítulo I apresenta o caminho das mulheres em busca do protagonismo em suas vidas e do papel do empreendedorismo em sua trajetória. Fala também das dificuldades e desafios que elas enfrentam e da necessidade de se trabalhar com sua autoestima para reverter anos da construção de um status quo que coloca a mulher em um papel de desigualdade social.

O capítulo II foi desenvolvido pela Universidade Federal de Goiás com base em dados da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílio Contínua (PNADc) de 2019, com o objetivo de traçar o perfil sociodemográfico e econômico das mulheres empreendedoras no Estado de Goiás, segundo perfis ocupacionais.

O capítulo III, também desenvolvido pela Universidade Federal de Goiás, utiliza os dados da Junta Comercial de Goiás (JUCEG) e a base de dados públicos do Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica (CNPJ) da Receita Federal e apresenta a evolução da criação de empresas por mulheres em Goiás e a distribuição delas

pelo Estado, quanto à atividade empresarial e município.

O capítulo IV apresenta dados referentes ao atendimento ao público feminino do Sebrae Goiás e faz uma análise quanto à evolução do número de mulheres atendidas e as temáticas de suas principais demandas. Ainda neste capítulo, o Sebrae Goiás apresenta o Projeto Sebrae Delas, que apoia as mulheres por meio de atividades customizadas para o empreendedorismo por mulheres, seu desenvolvimento enquanto líderes de pequenos negócios e a análise do perfil da empreendedora participante do projeto. Para finalizar o estudo, foi realizada uma análise do panorama atual, impactado pela pandemia do novo coronavírus, as mudanças que estão batendo à porta dessa empreendedora, trazendo reflexões para a construção de ações que possam mitigar os efeitos da pandemia nos negócios dessas mulheres.



CAPÍTULO I

EMPREENDEDORISMO POR MULHERES E SEUS DESAFIOS

O papel de provedor dentro de uma família há muito tempo deixou de ser exclusivamente masculino. Cada vez mais ele cabe parcialmente ou, em muitos casos, exclusivamente, às mulheres. O número de mulheres que são responsáveis financeiramente por seus domicílios vem se expandindo ano a ano e, em 2019, alcançou 34,8 milhões, o equivalente a 48,2% das unidades domésticas do país (em 2012, esse percentual era de 37%) (Sidra IBGE, PNADc). Segundo o Ipea, em 1995, esse número equivalia a 23%.

Muitas são as questões sociais e econômicas que levaram a essa transformação estrutural nas famílias, mas o fato é que a mulher tem

buscado novos caminhos para encontrar uma forma de ganhar o seu sustento e arcar ou contribuir com a manutenção financeira de suas famílias e ter satisfação pessoal e profissional. Um deles é o empreendedorismo.

Pesquisa do IBGE mostra o crescimento da participação das mulheres à frente dos domicílios em Goiás, que, embora crescente, ainda não alcançou a média nacional.

2012	2019	
32,2%	44,2%	
37,0%	48,2%	

Fonte: IBGE, PNADc.

De cada **10** brasileiros (homens e mulheres), que não são considerados empreendedores, **3** deles gostariam de abrir um negócio nos próximos três anos.



Em números absolutos, estima-se que haja **53,5** milhões de brasileiros (18-64 anos) à frente de alguma atividade empreendedora, envolvidos na criação de um novo empreendimento, consolidando um novo negócio ou realizando esforços para manter um empreendimento já estabelecido.

A estimativa do número de mulheres empreendedoras no Brasil em 2019 foi de **26** milhões, muito próxima dos **29** milhões de homens.

Fonte: PESQUISA GEM/ Empreendedorismo no Brasil, 2019

Cabe dizer aqui que o Brasil segue tendências mundiais no que diz respeito a sua postura em relação aos caminhos buscados pelas mulheres nessa perspectiva. O país, como muitos outros, vem experimentando o que alguns especialistas chamam de feminização do mercado de trabalho. A verdade é que, sem a grande pressão com relação ao casamento e o consequente adiamento da maternidade (ou a total desistência de alcançar ambos objetivos), as mulheres passaram a se permitir focar tanto em objetivos pessoais quanto em suas carreiras profissionais.

Entretanto, sabe-se que em muitos casos não há liberdade de escolha. Existem muitas mulheres que ainda não conseguiram estabelecer o papel de protagonista de suas existências. Algumas buscam o empreendedorismo, já que não conseguem se encaixar no mercado de trabalho de outra forma, pois não têm com quem deixar os filhos, ou porque deixaram a escola mais cedo, obrigadas a cuidar da casa e dos irmãos, entre outros motivos.

A-Z Pesquisa GEM
Pesquisa anual realizada mundialmente que avalia o nível nacional da atividade empreendedora. No Brasil ela é realizada pela equipe do IBQP com o apoio do Sebrae.



E A PALAVRA É DELAS



“Quando uma mulher é dona do seu dinheiro, ela tem mais chances de ser protagonista da sua vida, de se desenvolver em todo o seu potencial. Os ganhos são para ela, para a família e para toda a sociedade”.

Renata Malheiros

Coordenadora Nacional do Empreendedorismo Feminino do Sebrae

Existem também casos em que mulheres conseguiram sua inserção formal no mercado de trabalho, mas se viram ganhando menos do que seus colegas homens pelo mesmo serviço realizado, ou ainda, foram preteridas continuamente na hora de uma promoção no emprego e buscam o empreendedorismo como meio de ascensão na carreira e uma chance de obter melhores ganhos.

Existem por trás da estrutura social vigente

A-Z Patriarcado

O patriarcado é um sistema social no qual o homem (no papel de marido ou de pai) é o ator fundamental da organização social, exercendo autoridade e controle sobre as mulheres, os filhos e os bens materiais e culturais.

Empreendedores iniciais

Consideram-se empreendedores iniciais os empreendedores nascentes, aqueles que “estão envolvidos na estruturação de um negócio do qual são proprietários, mas que ainda não pagou salários, pró-labores ou qualquer outra forma de remuneração aos proprietários por mais de três meses”, e os empreendedores novos “são proprietários de um novo negócio, que pagou salários, pró-labores ou qualquer outra forma de remuneração aos proprietários por mais de três meses e menos de 42 meses (3,5 anos).

Empreendedores estabelecidos

São aqueles que administram e são proprietários de um negócio tido como consolidado, que pagou salários, pró-labores ou qualquer outra forma de remuneração aos proprietários por mais de 42 meses. Pesquisa GEM 2019.

resquícios do **patriarcado**, formando uma conjuntura histórica que influencia ainda hoje os resultados das mulheres no empreendedorismo. Elas passaram a ser líderes de suas casas muito recentemente, antes somente auxiliavam na economia familiar. Antes de 1962 e a promulgação do Estatuto da Mulher Casada, as mulheres nem mesmo podiam ter CPF – Cadastro de Pessoa Física. Elas precisavam de autorização do marido para trabalhar fora, viajar, abrir conta no banco ou ter uma

empresa. Entretanto, foi somente com a Constituição de 1988 que ficou expressa a igualdade de direitos e deveres entre homens e mulheres.

Segundo a Pesquisa GEM (2019), ao longo dos anos, a proporção de empreendedores à frente de seus negócios já consolidados (empreendedorismo estabelecido) é maior entre os homens. É importante ressaltar que, no passado, a presença maior de homens na atividade empreendedora pode ter contribuído para a criação de um estoque de **empreendedores estabelecidos** com forte presença de homens. Entretanto, as proporções entre os **empreendedores iniciais** são semelhantes, indicando que a inserção da mulher em atividade empreendedora tem crescido ao longo dos anos, o que tem aumentado a sua proporção.

1.1 O EMPREENDEDORISMO POR MULHERES

É importante ressaltar que, por mais que existam brechas na estrutura social que tragam possibilidades que antes as mulheres não tinham, a realidade é ainda muito desigual. Nem todas as oportunidades alcançam as mulheres, nem todas aquelas que as alcançam são tratadas com igualdade de direitos. Como vimos acima, o empreendedorismo foi terreno primordialmente masculino durante muito tempo, e a luta das mulheres por espaço sempre foi mais árdua do que para os homens em diversos aspectos da vida (as mulheres só tiveram direito a voto em 1932, por exemplo), e não seria diferente ao empreender.

Independentemente do gênero, ser empreendedor é uma tarefa difícil, com riscos e desafios diários. A necessidade constante de transformação da sociedade impulsiona inovações em seus estilos de vida, nos métodos de produção e nas formas de consumo, trazendo uma pressão contínua para o aprimoramento e a renovação dos produtos e serviços. Tanto os homens quanto as mulheres superam continuamente desafios em busca do aprimoramento e do consequente sucesso de

A-Z **Status quo**
Estado atual das coisas. Desafiar o status quo seria questionar o mundo como ele é.

seus negócios, entretanto, o cenário não é igual para esses dois grupos.

Existe um **status quo** que ainda vigora nos dias de

hoje, que apresenta desafios enfrentados principalmente por elas, como a jornada contínua de trabalho, devido aos afazeres domésticos, aos cuidados e à educação dos filhos, à preocupação com outras pessoas da família, enfim, às diversas responsabilidades que as mulheres assumem tanto no que diz respeito a sua casa quanto ao seu trabalho, que trazem uma carga física e emocional alta. Elas também sofrem preconceito, em menor ou maior grau, dependendo do tipo de negócio que pretendem empreender. Apesar dos progressos conquistados na luta das mulheres para alcançar a paridade entre os gêneros, estamos falando aqui de mudanças culturais, que ocorrem de forma lenta. A pressão social para mudanças estruturais tem levado ao progresso, mas ainda há muito a conquistar.

“Estamos falando de uma mudança cultural, que precisa de mais tempo que uma mudança econômica para efetivamente acontecer. Para chegar a uma economia capaz de incluir verdadeiramente as mulheres, será preciso alterar a forma como nos organizamos também como sociedade”.

Maíra Liguori

Diretora da ONG Think Olga, extraído do artigo O Futuro que não chega, Tab Uol/2019.

Segundo a Pesquisa GEM (2019), o nível de escolaridade média das mulheres na população é de um ano superior à média dos homens, mas apesar de as mulheres terem mais escolaridade que os homens, as condições no mercado de trabalho ainda não estão a seu favor. Segundo o Fórum Econômico Mundial (2019), a desigualdade de gênero no trabalho somente acabará daqui a 257 anos, se continuarmos nesse ritmo. Abaixo, seguem dados compilados pelo Dieese, referentes ao quarto trimestre de 2019 da **PNADc**, que deixam bastante claro o panorama da mulher no mercado de trabalho

A-Z **PNADc**

Pesquisa realizada continuamente destinada a investigar os temas definidos como de maior importância para medir o nível e acompanhar a evolução socioeconômica da população do País.





A INSERÇÃO DAS MULHERES NO MERCADO DE TRABALHO NO BRASIL

Dados da PNADc/IBGE, 4º trimestre 2019



ELAS GANHAM MENOS:

O rendimento médio mensal das mulheres foi **22%** menor que o dos homens. Mesmo quando tem o mesmo cargo, o seu rendimento ainda é, em média, **29%** menor (cargos de diretores e gerentes). Ainda que com a mesma escolaridade (ensino superior), em média, elas ganham **38%** menos.



QUANDO APOSENTADAS, RECEBEM MENOS:

A aposentadoria das mulheres foi **17%** menor do que a dos homens, impactadas pela menor contribuição.



DESEMPREGO É MAIOR ENTRE ELAS:

A taxa de desocupação das mulheres é de **13,1%**, enquanto a dos homens é de **9,2%**.



EM CASA, OS AFAZERES DOMÉSTICOS FICAM POR CONTA DELAS:

Elas gastaram **95%** mais tempo em afazeres domésticos que os homens. Em média, foram **541** horas a mais por ano.



FALTA DE CRECHE TIRA A MULHER DO TRABALHO REMUNERADO:

Das mulheres com filhos na creche, **67%** tinham trabalho remunerado. Já entre as mulheres cujos filhos não tiveram acesso à creche, somente **41%** estavam trabalhando.

Fonte: Dieese, 2020.

A-Z Pandemia causada pelo novo coronavírus

Em 2020, o Brasil experimentou a maior paralisação de negócios já vista. Com o avanço da pandemia provocada pelo novo coronavírus, as entidades governamentais utilizaram-se de medidas de isolamento e quarentena que impactaram fortemente o mercado, já que grande parte de empresas teve que fechar temporariamente suas portas, ou se adaptar para continuar atendendo.



Vamos conhecer um pouco da história inspiradora da Fatinha, estrela no Palco do Empreendedorismo por Mulheres em Goiás

Maria de Fátima Dutra Bastos tem a sua história entrelaçada com a do Sebrae Goiás. A Fatinha, nome pelo qual é mais conhecida, cresceu em meio à tradição do artesanato em Olhos d'Água, povoado localizado no interior de Goiás. Não tinha recursos para comprar brinquedos quando era criança e passou a fazer bonecas da palha do milho. Ela ainda não sabia, mas o artesanato em palha ia mudar a sua vida. Em 1999, ao participar da primeira Rodada de Negócios de Artesanato, que ia acontecer em São Paulo, perto do fim do ano, foi o começo da mudança. "Tânia Bastos, consultora na época, viu um presépio antigo de capim e palha de milho que eu tinha feito, no canto da sala, todo empoeirado. Ela quis levar aquela peça para o evento. A surpresa foi ao saber que aquele velho presépio tinha feito a artesã aqui, recordista em pedidos naquela rodada de negócios", relata Fatinha.

Foi naquele momento em que ela percebeu que teria que aprender a empreender. "Eu não estava dando conta das encomendas. Eram muitas. Então eu pensei... já que Deus me deu o dom da arte, eu vou ensinar algumas pessoas e vou aumentar a produção. Foi ali que tudo começou", lembra Fatinha.

Após esse primeiro contato com o Sebrae, em meados de 2000, Fatinha nunca mais deixou

de frequentar ou ser parceira. Ela é atualmente uma artista reconhecida no Brasil e premiada no exterior.

O maior desafio que encontrou em sua jornada foi equilibrar a atividade artesanal ao empreendedorismo. "A produção é manual, minuciosa, delicada e muito lenta. Não existem duas peças exatamente iguais. É fazer arte. Não é uma indústria que você produz em série", destaca a artesã. Apesar de difícil, ela encarou o desafio e acreditou no seu trabalho, mas levou um tempo até fazer esses ajustes. "É preciso ter algo que te incentive dentro de você, acreditar que vai dar certo", completa ela.

Gerenciar seu próprio negócio traz à Fatinha um sentimento muito forte, de mais segurança, como mulher. As questões arte x empreendedorismo são especialmente difíceis. "É necessário aprender a gerenciar e ao mesmo tempo ser artista. É um sentimento de sempre estar querendo renovar, mudar e sempre estar acreditando na sua arte", diz ela.

Fatinha também participou do Projeto Sebrae Delas. "Este ano de 2020, com o Projeto Sebrae Delas, tivemos mais do que o apoio de capacitação, foi um apoio emocional neste momento tão difícil que estamos passando com a **pandemia causada pelo novo coronavírus**. Serviu para abrir nossos horizontes e ver novas possibilidades de negócios e ampliar mercados. Só tenho a agradecer. O Sebrae sempre vai nos dar o caminho das pedras. Sempre tem a sensibilidade de colocar pessoas que olham para o artesanato com muito carinho", afirma ela.

"Cada mulher deve desabrochar esse lado empreendedor, que é muito forte dentro delas. Não devem se sentir diminuídas. Elas devem acreditar em si mesmas".

Maria de Fatima Bastos Dutra
Fatinha Fibras e Fios Ltda.

1.2 EMPODERAMENTO DA MULHER POR MEIO DO EMPREENDEDORISMO

O termo empoderamento tem sido amplamente utilizado no combate à desigualdade. Mas o que isso quer dizer no contexto do empreendedorismo por mulheres?

O empoderamento está ligado a uma consciência coletiva sobre as possibilidades que um indivíduo tem de moldar e alterar a sua própria realidade, da maneira que deseja. É muito mais do que conselhos e incentivos, é a mudança de um status quo, de uma realidade estrutural, que passa a permitir que as mulheres busquem o caminho que desejarem, sem restrições pelo seu gênero. O empreendedorismo é um dos principais vetores do empoderamento feminino, já que pode proporcionar independência financeira, uma rede de apoio e a satisfação pessoal que fortalecem e dão opções de escolha, nem sempre comuns às mulheres.

A falta de autoconfiança é uma companheira constante das mulheres. Desde pequenas elas escutam o que podem e não podem fazer. Grande parte das mulheres não é educada para arriscar, comandar, liderar. Elas não se veem com o mesmo sucesso que os homens, têm uma autoestima empreendedora menor. Existe um estudo da HP (empresa multinacional de tecnologia), realizado em 2014, que aponta a diferença de postura entre os gêneros em um processo seletivo. Enquanto elas tendem a

se candidatar somente se possuírem 100% dos atributos exigidos, os homens já se arriscam com 60%. É uma questão de autocrítica severa com relação às suas habilidades (VITÓRIO, 2019).

Apesar de a curva de participação das mulheres nesse meio empreendedor ter aumentado consideravelmente, os negócios comandados por elas ainda são mais vulneráveis, já que elas trabalham com produtos de menor valor agregado, acesso mais dificultado ao crédito e à tecnologia. Muitas vezes, elas se veem colocando o sustento dentro de casa, mas não como potenciais empresárias ou como empreendedoras de fato. Elas não se reconhecem nesse lugar. Elas estão ali empreendendo por necessidade, não veem tantas oportunidades, não agregam nesse mercado tradicional. Elas utilizam muitas vezes as habilidades que elas construíram durante a vida e não agregam tecnologia. Elas veem o seu negócio só para sustentar aquela família e não conseguem ter visão de futuro, vislumbrar que aquela empresa pode ser estruturada, consolidada (CONEXÃO, 2019).

Ao se conhecer os obstáculos e o impacto dos benefícios do empreendedorismo por mulheres, fica mais fácil traçar novos caminhos. Mesmo que a igualdade de gênero ainda seja um objetivo a ser alcançado, o fato é que o empreendedorismo por mulheres cresce a cada dia. Se devidamente aproveitada, essa conquista das mulheres pode trazer resultados para todos.



ANOTA AÍ

Não deixe para amanhã. Seja protagonista do seu futuro. O Sebrae tem **CURSOS ON-LINE** sobre diversos temas para ajudar na sua capacitação. Do mais básico ao mais avançado, para

aquelas que só têm uma ideia de negócio e ainda não partiram para a ação, ou para aquelas que têm uma dúvida específica.

Clique aqui e aproveite! São gratuitos!



SAIBA MAIS

Conscientes da dificuldade de se alcançar as conquistas desejadas, e de que estas levam tempo, vários grupos voltados aos direitos das mulheres reconhecem que é necessário um trabalho intenso de conscientização, e que esse começa em casa, na criação das crianças, com igualdade entre os sexos desde pequenos, desde a divisão de tarefas (nada de meninas lavando a louça exclusivamente) à aceitação de que comportamentos como fragilidade e sensibilidade não são coisas só de menina (chorar e expressar sentimentos, por exemplo).

A própria ONU reconhece o quão difícil é essa empreitada e assume o papel de disseminar a necessidade de políticas públicas enfatizando a educação das meninas. Segundo a entidade, a educação formal para meninas a partir dos 10 anos e a construção de projetos de vida que adiem a gravidez na adolescência são questões decisivas para o desenvolvimento socioeconômico mundial.

A autoconfiança das meninas é afetada

desde cedo e diminui conforme elas crescem. O declínio da autoconfiança durante a passagem da infância para a adolescência foi indicado em um estudo da Microsoft. Ele mostra que, aos 11 anos e meio, as meninas começam a se interessar por carreiras de ciência e tecnologia, mas aos 15 elas acham que não se encaixam nessas profissões. Elas citam como principal razão a falta de modelos do sexo feminino com que possam se identificar em carreiras ligadas a tecnologia, ciências, engenharia e matemática.

Publicado em 2017 pela revista científica Science, um estudo de três psicólogos mostrou que, a partir dos seis anos, as garotas começam a considerar que liderança e inteligência são características dos meninos, e não delas também.

Extraído de Estudo de Tendências e Oportunidades de Negócio do estado de Goiás, 2019, Tendência O poder da mulher no mercado.

Clique aqui para acessar o conteúdo completo.



Vamos conhecer um pouco da história inspiradora da Christiane, estrela no Palco do Empreendedorismo por Mulheres em Goiás

Christiane Santana sempre foi boa com as panelas. Ela considerava a atividade como um hobby, um passatempo, que ela dividia com sua família e amigos. A sua comida era extremamente apreciada, e ela sempre escutava “você precisa abrir algo para você”. Com o tempo, o hobby passou a ser uma renda extra, que ela conciliava com uma atividade administrativa. Quando percebeu que cozinhar era realmente sua paixão, ela resolveu se profissionalizar. Após trabalhar em alguns restaurantes, fazer algumas consultorias, surgiu uma oportunidade de empreender ao receber uma proposta de um sócio investidor. Foi unir o útil ao agradável.

Ao inaugurar o Gaia Ateliê Gastronômico no final de 2019, a empreendedora já esperava que os primeiros meses seriam difíceis, pois essa é uma época do ano em que as pessoas estão fora de sua rotina, mas nada a podia ter preparado para a pandemia do novo coronavírus, que mudou a vida de todos de uma hora para

outra, justamente quando a empresa ia acelerar o crescimento. Esse foi o seu maior desafio à frente do negócio. Um batismo de fogo. Ela relata que teve que “enfrentar desafios diários, matar um leão por dia, para conseguir permanecer no mercado e manter sua empresa viável”. Apesar das dificuldades, ela acredita que o enfrentamento à pandemia foi um desafio bom, pois a fez crescer muito nesse período. Ela atenta que o fato de a empresa sempre ter sido pensada para atender por meio de delivery contribuiu para eles estarem melhor preparados para esse momento difícil.

Christiane confessa que o sentimento de ter e gerir seu próprio negócio gera um misto de satisfação e preocupação diárias. “É uma satisfação muito grande, a gente tem um retorno muito positivo dos clientes que conhecem o nosso negócio, que dão um norte pra gente, dá aquele sentimento de que estamos no caminho certo. É desafiador”, diz ela.

“Nós mulheres lidamos com o empreendedorismo com a alma e com o coração. Eu não me sinto administrando em cima de conceitos contábeis, jurídicos, administrativos. Eu faço o que meu coração manda. Eu sonho com uma composição de um prato e eu coloco aquilo em prática e tenho o retorno disso. Nós mulheres temos a capacidade de enxergar um pouco além, enxergar o todo, o contexto. Ter uma visão mais holística do negócio”.

Christiane Santana
Gaia Ateliê Gastronômico





CAPÍTULO II

PERFIL DAS MULHERES EMPREENDEDORAS EM GOIÁS¹

Entender como esse grupo se apresenta em nosso território é de vital importância para que seja possível traçar iniciativas mais assertivas que possam cada vez mais contribuir para a missão dos negócios **DELAS**.

A Universidade Federal de Goiás, em mais uma importante parceria com o Sebrae Goiás, realiza um estudo apresentando o **Perfil da empreendedora goiana**. Neste capítulo disponibilizamos os resultados encontrados na íntegra.

A partir dos dados de 2019 da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílio Contínua (PNADc), realizada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), é apresentado o perfil sociodemográfico e econômico das mulheres empreendedoras no Estado de Goiás, com base nos três perfis ocupacionais descritos no quadro 1 (as notas metodológicas deste capítulo se encontram no Apêndice 1).

¹ Autores: Patrícia Cabral de ALMEIDA (LAPEI – UFG), Fernanda Paula ARANTES (LAPEI – UFG e Programa de Pós-Graduação em Administração / PPGADM – UFG), Daiane Martins TEIXEIRA (LAPEI – UFG e PPGADM – UFG), Jéssica Borges de CARVALHO (LAPEI – UFG), Cândido BORGES (LAPEI – UFG e PPGADM – UFG), e Daniel do Prado PAGOTTO (LAPEI – UFG).

Quadro 1 – Perfis ocupacionais

	Perfis Ocupacionais	Descrição
✔	Trabalhadoras por conta própria	Mulheres que atuam individualmente para gerar a própria renda.
✔	Empregadoras	Mulheres que possuem pelo menos um funcionário.
✘	Empregadas	Mulheres que trabalham para terceiros.

Fonte: IBGE (PNADc 2019).

Ressalta-se que, para os fins desta pesquisa, apenas os dois primeiros perfis se referem a mulheres que criam os próprios negócios. Sabe-se que empregadas podem ter um comportamento empreendedor e agir como **intraempreendedoras** nas organizações em que trabalham, mas o interesse aqui é naquelas que criam o próprio empreendimento. Os dados apresentados a seguir confrontam os percentuais de participação entre os três perfis ocupacionais, bem como com os dos empreendedores e empregados do sexo masculino, para que o leitor obtenha um panorama completo da situação das mulheres empreendedoras em Goiás.

A-Z Intraempreendedoras.

São colaboradoras que buscam, criam, implementam ideias dentro das organizações para as quais são contratadas. Elas passam a atuar como se fossem donas do negócio. Indispensável em ambientes que fomentam a inovação (Endeavor, 2016).

2.1 Mulheres por perfil ocupacional

De acordo com estimativas da PNADc, o Estado de Goiás possui 3.522.299 mulheres (50,87%) e 3.400.961 homens (49,12%). Entre as mulheres, 352.669 são empreendedo-

ras, sendo 297.649 **trabalhadoras por conta própria** e 55.020 **empregadoras**. Entre os homens, 695.722 são empreendedores, sendo 576.984 trabalhadores por conta própria e 118.738 empregadores, conforme pode ser visualizado na tabela 1.

Tabela 1 – Perfil ocupacional em Goiás por sexo

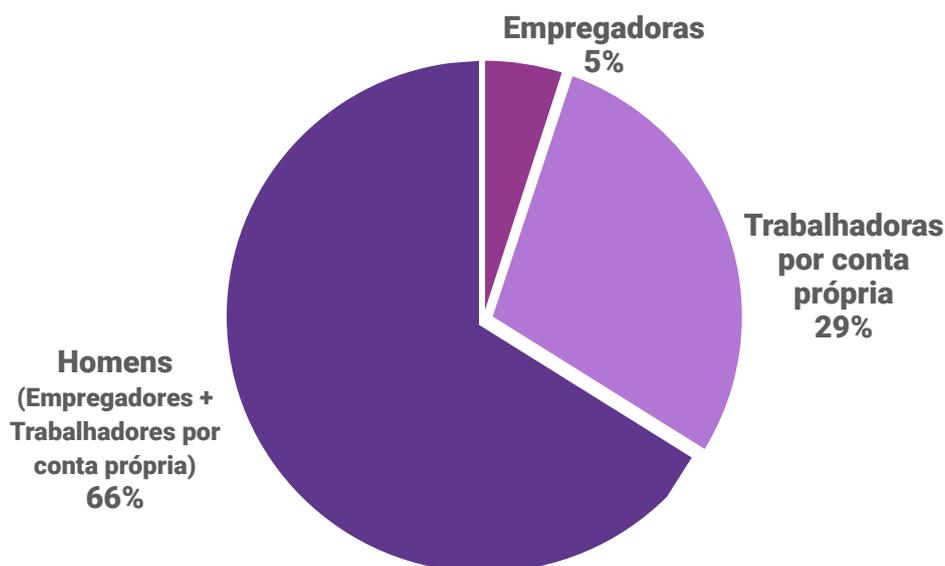
Posição na Ocupação	Mulher	%	Homem	%	Geral
Empregador(a)	55.020	32%	118.738	68%	173.758
Trabalhador(a) Conta Própria	297.649	34%	576.984	66%	874.633
Empregado(a)	1.094.980	47%	1.218.828	53%	2.313.808
Geral	1.447.649	43%	1.914.550	57%	3.362.199

Fonte: IBGE (PNADc 2019).

Percebe-se que, do total de empreendedores em Goiás (1.048.391), isto é, perfis ocupacionais empregadores e trabalhadores por conta própria, 66% (695.722) são do sexo mas-

culino, enquanto 34% são do sexo feminino (352.669), sendo 55.020 (5%) empregadoras e 297.649 (29%) trabalhadoras por conta própria (gráfico 1).

Gráfico 1 – Empreendedores por sexo em Goiás



Fonte: IBGE (PNADc 2019).



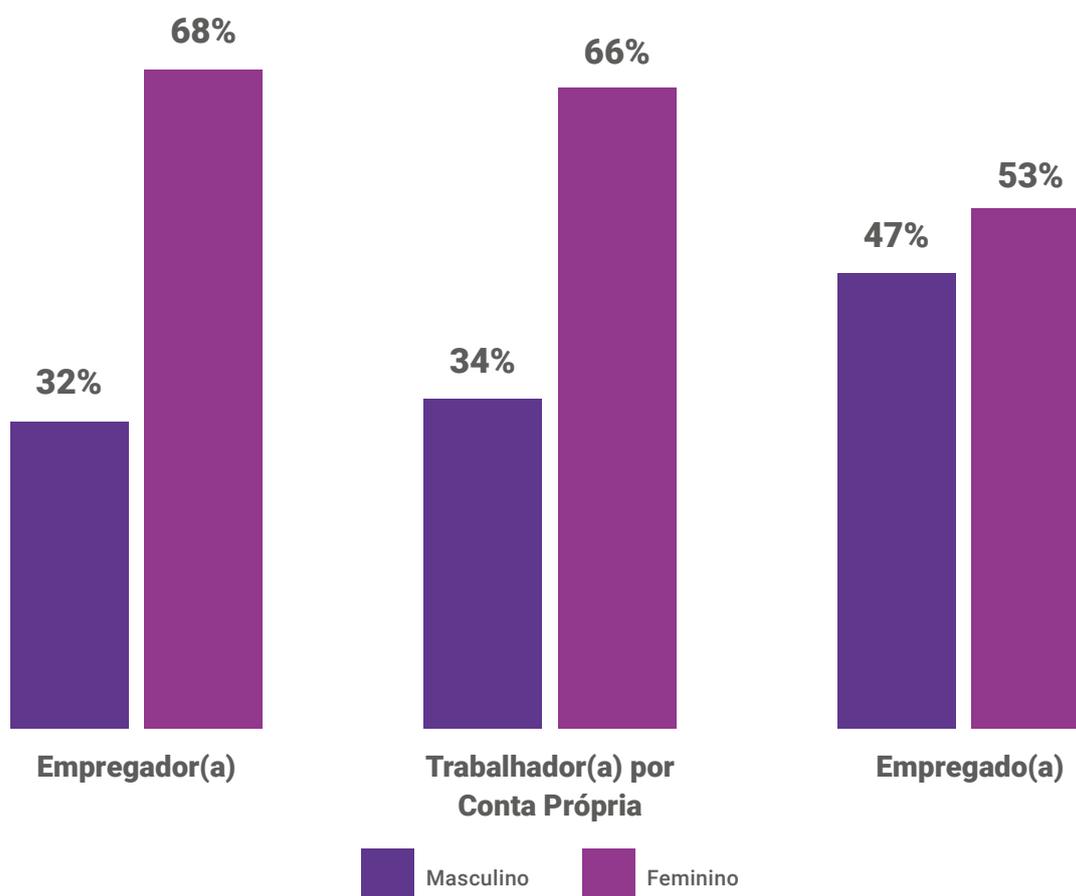
Quase 90% dos empreendedores iniciais concordam (total ou parcialmente) que a escassez de emprego constitui uma das razões para desenvolver a iniciativa empreendedora com a qual estão envolvidos.

Fonte: PESQUISA GEM/ Empreendedorismo no Brasil, 2019.

Conforme o gráfico 2, percebe-se que em todas as posições de ocupação – sejam como **empregadoras** (32%), **trabalhadoras por con-**

ta própria (34%) ou **empregadas** (47%) – as mulheres possuem menor percentual de participação em relação aos homens.

Gráfico 2 – Perfis ocupacionais por sexo em Goiás



Fonte: IBGE (PNADc 2019).

Observa-se, ainda, uma maior desproporcionalidade entre os sexos nos perfis “Empregador(a)” e “Trabalhador(a) por conta própria”,

se comparados ao perfil ocupacional “Empregado(a)”.

2.2 Mulheres empreendedoras por região do Estado

A tabela 2 apresenta a distribuição das mulheres empreendedoras por região do Estado

de Goiás: capital; RM (Região Metropolitana, exceto capital); RIDE (Região Integrada de Desenvolvimento Econômico, exceto capital e RM)²; e demais municípios.

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

Área da UF	Sexo	Empregadores	%	Trabalhadores por Conta Própria	%	Empregados	%	Geral	%
Capital	Mulher	13.397	31%	85.821	38%	239.851	49%	339.069	45%
	Homem	29.828	69%	137.959	62%	248.345	51%	416.132	55%
RM (Região Metropolitana, exceto capital)	Mulher	9.968	33%	62.742	39%	187.179	47%	259.889	44%
	Homem	19.874	67%	96.980	61%	209.067	53%	325.921	56%
RIDE (Região Integrada de Desenvolvimento Econômico, exceto capital e RM)	Mulher	2.939	17%	37.454	30%	189.470	47%	229.863	43%
	Homem	13.900	83%	86.548	70%	210.164	53%	310.611	57%
Demais municípios	Mulher	28.716	34%	111.633	30%	478.479	46%	618.827	42%
	Homem	55.136	66%	255.497	70%	551.252	54%	861.885	58%
Geral	Mulher	55.020	32%	297.649	34%	1.094.980	47%	1.447.649	43%
	Homem	118.738	68%	576.984	66%	1.218.828	53%	1.914.550	57%

Fonte: IBGE (PNADc 2019).



E A PALAVRA É DELAS



“Tratar o empreendedorismo feminino vai além de apoiar ou capacitar as mulheres para a aceleração de negócios. É melhorar a autoestima, ampliar o nível de consciência da importância da sororidade. É um incentivo à redução dos impactos socioculturais presentes na violência doméstica, nas jornadas duplas, no preconceito, na desigualdade entre os sexos”.

Sandra Méndez

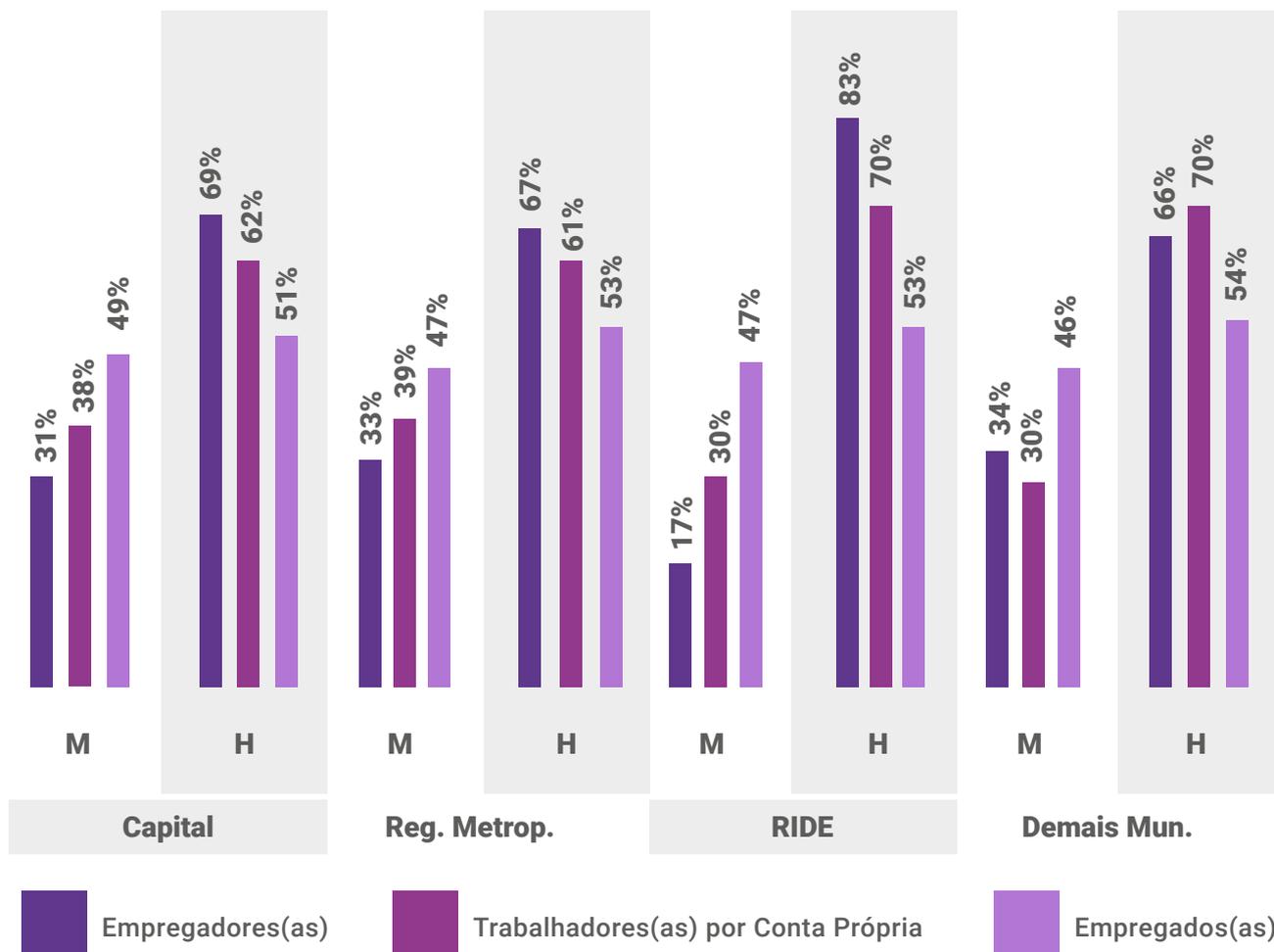
Líder do Grupo Mulheres do Brasil/Núcleo Goiânia

² Em Goiás, corresponde aos municípios que circundam o Distrito Federal, como Valparaíso, Águas Lindas, Luziânia, Planaltina de Goiás, Formosa, dentre outros.

Nota-se que em todas as regiões e perfis ocupacionais, as mulheres representam a minoria. Somente na ocupação empregados(as) essa diferença é menor (gráfico 3). Observa-

-se, ainda, uma diferença mais significativa entre os sexos nos perfis empregador(a) e trabalhador(a) por conta própria na RIDE.

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

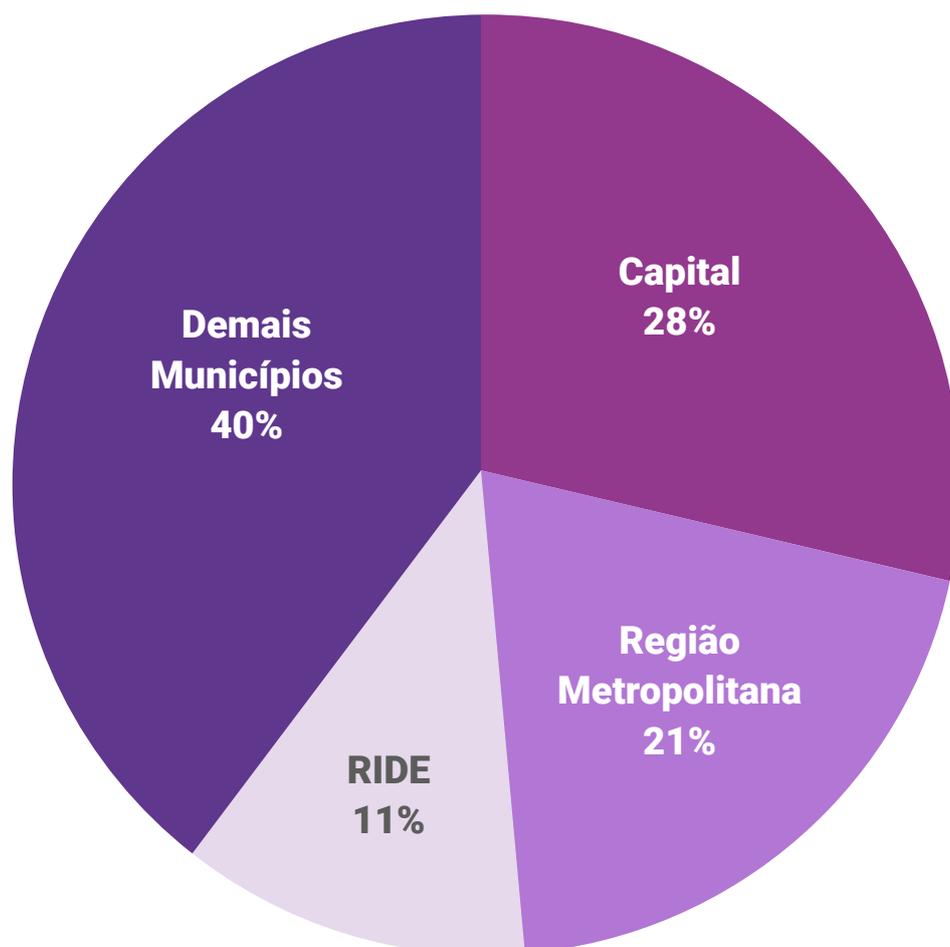


Fonte: IBGE (PNADc 2019).

Em se tratando separadamente do empreendedorismo por mulheres (empregadoras e trabalhadoras por conta própria), tem-se um total de 352.669 mulheres. Observa-se que, de forma isolada, a capital se destaca, com 99.218 empreendedoras (28%), seguida pela região metropolitana com 72.710 (21%), por

apresentar o maior índice de empreendedoras. Por outro lado, a RIDE traz o menor percentual de mulheres empreendedoras, 40.393 (11%). Os demais municípios, conjuntamente, contam com 140.349 (40%) empreendedoras. Tais dados são evidenciados pelo gráfico 4.

Gráfico 4 – Mulheres empreendedoras por região do Estado de Goiás

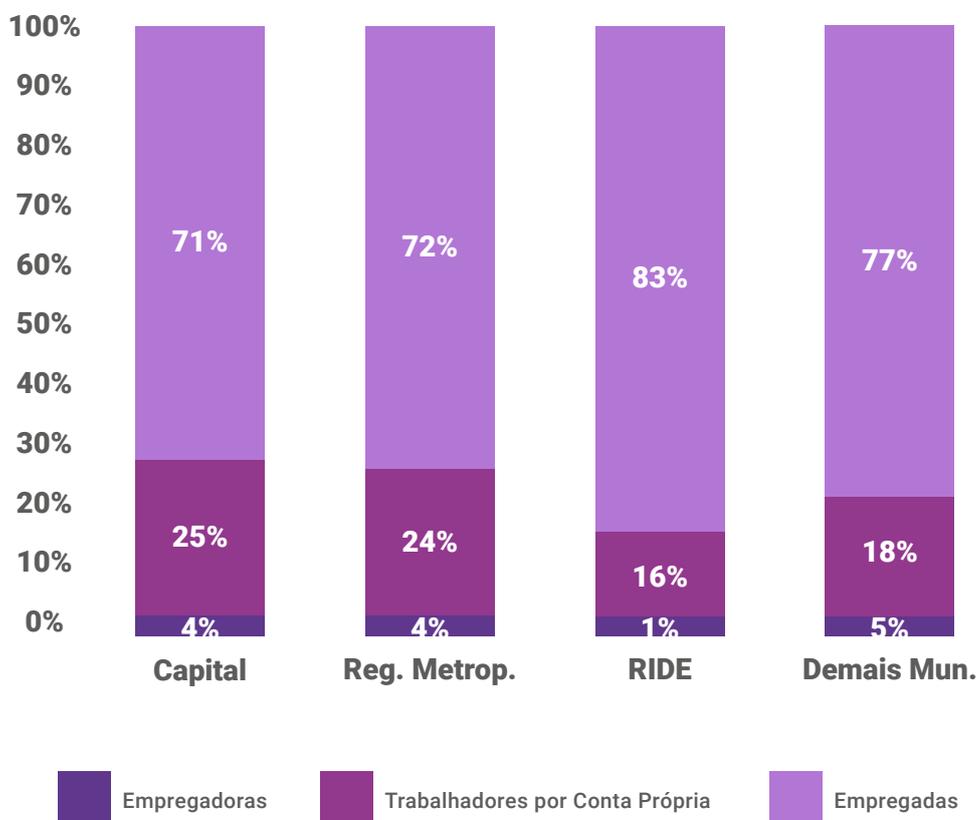


Fonte: IBGE (PNADc 2019).

Em todas as regiões, as **trabalhadoras por conta própria** tendem a ser maioria, se comparadas às **empregadoras**, mas ainda em me-

nor quantidade em relação às **empregadas** (gráfico 5).

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



Fonte: IBGE (PNADc 2019).



ANOTA AÍ

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

A metodologia foi criada pela ONU – Orga-

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



Vamos conhecer um pouco da história inspiradora da Paula, estrela no Palco do Empreendedorismo por Mulheres em Goiás

Quando estava grávida de seu segundo filho, Paula Garcia Magalhães, enquanto navegava pela internet, teve contato pela primeira vez com a fralda ecológica e já pensou que gostaria de usar nos cuidados com seu bebê. Ao se aprofundar no assunto, foi se questionando por que as pessoas não conheciam esse produto, por que não existiam fábricas no Brasil, por que era necessário importar se somos um país de dimensões continentais, e a ideia começou a se formar na sua cabeça. Nascia aí o embrião da Amor & Co. Fraldas Ecológicas. Como não tinha experiência em costura, ela chamou sua mãe, que é aposentada e apostou na ideia e se mudou para Piracanjuba, município sede da empresa. A empresa começou de forma tímida, com foco diretamente no consumidor final, por meio da internet e de feiras. Era ainda tudo mais artesanal. “Começamos a vender nossos produtos em novembro de 2019 e, virtualmente, em abril deste ano. Já havíamos traçado estratégias para vender o produto nos hotéis de Caldas Novas, mas com a pandemia, nada disso seria possível,

tivemos que optar por revendas, que conseguiram chegar com muito mais eficiência no cliente final”, relata a empresária. Esse foi o momento da virada.

No dia 1º de abril deste ano, a empresa tinha duas revendas, hoje, seis meses depois, já são mais de 30 e cada dia surgem mais pessoas interessadas. Já está sendo negociado para colocar o produto da empresa em São Paulo e no Rio de Janeiro.

Paula sempre procurou as orientações do Sebrae, desde que a empresa estava na fase de testes. Em janeiro deste ano, a empresária entrou nessa “incrível jornada que é o Sebrae Delas”. Segundo ela, “o projeto tem sido uma ajuda, um estudo, uma terapia, nos conectamos com outras mulheres, conhecemos suas histórias, nos reconhecemos em suas dores e nos inspiramos em suas superações! Pra gente é um orgulho poder dizer que fazemos parte desse time”.

“Ao tentar expressar os sentimentos que tenho ao gerir uma empresa, posso resumir em uma palavra: desafiador. Ainda estou em uma fase de validação do meu negócio. Tudo tem acontecido de forma muito rápida, simultaneamente, cuidar do negócio, das crianças, da casa. Todos os dias, um novo desafio”, afirma Paula.

“Empreender é desafiador, mas estando junto com outras mulheres, nos sentimos sempre mais fortes e mais amparadas”.

Paula Garcia Magalhães

Amor & Co. Fraldas Ecológicas

2.3 Cor/Raça das mulheres empreendedoras

A cor/raça é uma nomenclatura utilizada pelo próprio IBGE e se divide em branca, preta,

amarela, parda e indígena. Por meio da tabela 3, pode-se realizar uma comparação entre a quantidade de mulheres e de homens como empregadas(os) e empreendedoras(es).

Tabela 3 – Posição na ocupação por cor/raça e sexo em Goiás

Cor/ Raça	Sexo	Empre- gadores		Traba- lhadores por Conta Própria		Emprega- dos		Geral	
			%		%		%		%
Branca	Mulher	29.681	33%	108.653	34%	407.016	52%	545.350	46%
	Homem	60.777	67%	209.094	66%	382.468	48%	652.338	54%
Preta	Mulher	2.981	27%	16.807	24%	105.049	43%	124.836	38%
	Homem	8.261	73%	52.907	76%	138.404	57%	199.573	62%
Amarela	Mulher	1.162	73%	1.051	22%	6.923	52%	9.137	47%
	Homem	429	27%	3.703	78%	6.286	48%	10.418	53%
Parda	Mulher	20.702	31%	170.352	36%	572.231	45%	763.285	42%
	Homem	45.678	69%	308.516	64%	687.001	55%	1.041.194	58%
Indígena	Mulher	493	12%	786	22%	3.760	45%	5.039	31%
	Homem	3.593	88%	2.764	78%	4.669	55%	11.026	69%
Geral	Mulher	55.020	32%	297.649	34%	1.094.980	47%	1.447.649	43%
	Homem	118.738	68%	576.984	66%	1.218.828	53%	1.914.550	57%

Fonte: IBGE (PNADc 2019).

SAIBA MAIS

Além das dificuldades vividas pela diferença de gênero, alguns perfis apresentam outros desafios que impactam na sua estrada. Um deles é composto por afroempreendedores.

O estudo Empreendedorismo Negro no Brasil foi realizado pela aceleradora de empresários negros PretaHub, da Feira Preta, em 2019, para trazer maior compreensão sobre esses desafios, incluindo a discussão de perfis para melhor compreender e apoiar o pleno desenvolvimento dessas pessoas e negócios.

A pesquisa dividiu os empreendedores negros em três perfis, de acordo com suas motivações para empreender: necessidade, vocação e engajamento.

- NECESSIDADE:

Motivações: inadequação ao mercado de trabalho e desemprego;

Principais desafios: apoio mínimo para identificar oportunidades; organizar o negócio; apoio para formalização.

- VOCAÇÃO:

Motivações: sonho e percepção de oportunidade;

Principais desafios: organização da gestão; apoio para acessar crédito; trabalho de identificação e empoderamento de identidade racial.

- ENGAJAMENTO:

Motivações: identificação com a atividade, prazer e senso de oportunidade;

Principais desafios: organização da gestão; apoio para acessar crédito; formação de redes para melhorar acesso a clientes maiores; profissionalização das relações entre parceiros.

[Para ter acesso ao conteúdo completo clique aqui!](#)



“Como consultora da Associação Nacional dos Coletivos de Empresários e Empreendedores Afro-Brasileiros – ANCEABRA, venho falar sobre o afroempreendedorismo das mulheres negras. Desde o período da escravidão, mulheres negras são empreendedoras, quituteiras, lavadeiras, costureiras, por aí afora, e utilizavam o dinheiro para comprar a alforria de pessoas negras escravizadas. Muitas contribuíram para a organização de levantes contra a escravidão, assim como para as estratégias de manutenção de quilombos.

Afroempreendedorismo entre mulheres negras é de relevância social, apresenta-se como instrumento eficiente para a mulher negra conquistar o respeito social através de seu trabalho. Tal afirmação apoia-se na

constatação de que as mulheres negras enfrentam dupla dificuldade: salários mais baixos que mulheres brancas e homens brancos e negros, bem como maiores dificuldades de inserção no mercado de trabalho, optando, assim, pelo afroempreendedorismo. As mulheres negras e empreendedoras estão por toda a parte, em diferentes ramos de atividade e com diferentes perfis, no comando do salão de beleza, mercado da moda, restaurante, livraria especializada em autores negros ou à frente de um startup. Desencadeando uma revolução em que o empreendedorismo feminino encabeça e propõe a revisão do antigo pensamento e modelo social do homem como figura única de autoridade. Nós, mulheres afroempreendedoras, damos preferência às mudanças sociais.

Concluo com a fala de Viola Davis: “A única coisa que diferencia as mulheres negras de qualquer outra pessoa é a oportunidade”. Não basta sentar na cadeira principal e delegar, é preciso usar a influência e reverberar, é preciso exercitar a sororidade e proporcionar igualdade com equidade.

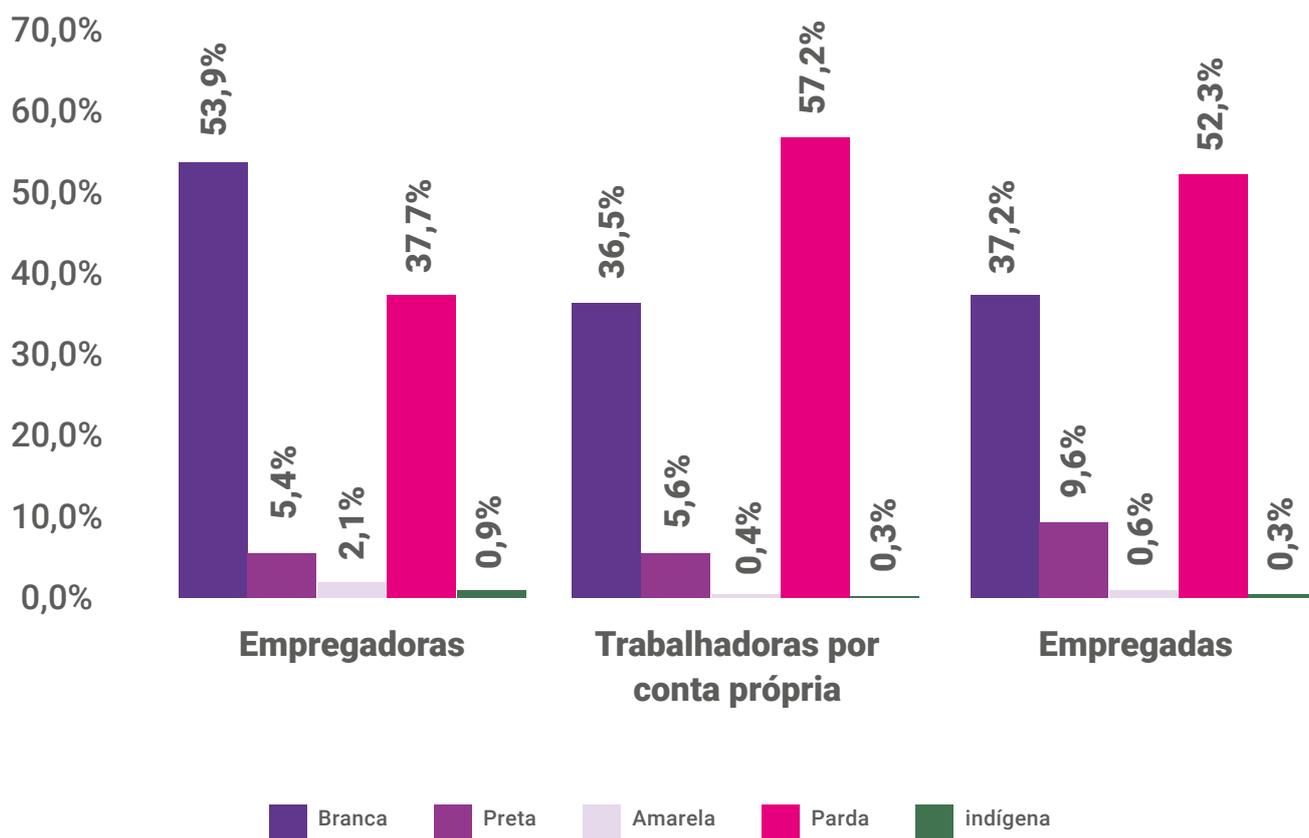
Ana Maria Carvalho Santos

Associação Nacional dos Coletivos de Empresários e Empreendedores Afro-Brasileiros – ANCEABRA

As mulheres possuem um menor percentual de participação por posição na ocupação, quando comparadas aos homens em todas as classificações, com exceção das **empregadas brancas** (52%) e **amarelas** (52%), e **empregadoras amarelas** (73%).

Analisando-se por perfil ocupacional, observa-se que, entre as empregadoras, as mulheres brancas são maioria (53,9%), enquanto entre as trabalhadoras por conta própria, as mulheres pardas se destacam (57,2%), assim como entre as empregadas (52,3%) (gráfico 6).

Gráfico 6 – Perfil ocupacional por cor/raça em Goiás



Fonte: IBGE (PNADc 2019).



Vamos conhecer um pouco da história inspiradora da Isabela, estrela no Palco do Empreendedorismo por Mulheres em Goiás

Isabela Cristina concretizou o primeiro grande sonho ao se formar, em 2016, em Ciências Biológicas. Ao entrar no mercado de trabalho, mesmo estando em sua área de formação, não estava feliz com o dia a dia da profissão e passou a procurar novos caminhos, até que, em 2018, começou a fazer doces como forma de sair da rotina. Era uma paixão que tinha desde a infância. O hobby virou projeto de vida ao perceber que fazer doces lhe trazia muita paz e alegria.

Ela começou a se profissionalizar e, em 2019, passou a fazer cursos online no Sebrae. Ela ainda não sabia bem como iria começar, mas pensou que estudar seria a forma mais assertiva, reduzindo o número de erros. Foi então que o Projeto Sebrae Delas entrou em sua vida.

Ao receber um e-mail de divulgação do projeto, se inscreveu sem nenhuma expectativa, mas ao entender a proposta, viu que era aquilo de que precisava. “Me apaixonei pelo projeto. Consegui confiar ainda mais em mim, nos meus planos, nos meus sonhos”, diz ela.

Ela conta um pouco de sua experiência na primeira etapa do Projeto Sebrae Delas, a fase de Inspiração: “A experiência me ajudou a melhorar minha autoestima, autoconfiança, a acreditar que, sim, é possível. Entendi que o desafio de empreender como mulher no Brasil não é só desafiador para mim, mas para todas do grupo. O grupo foi a melhor parte. Mulheres de todas as idades, de todas as profissões, com filosofias diferentes, projetos diferentes. Uma ajudando a outra, apoiando, compartilhando dificuldades (onde víamos que todas passavam por conflitos parecidos) e comemorando as pequenas conquistas!”.

A segunda parte do Projeto Sebrae Delas a motivou a formalizar sua empresa como MEI. Foi nesse momento em que aprofundou seu conhecimento nas áreas de gestão, finanças, liderança, marketing e vendas. As consultorias oferecidas pelo Projeto Sebrae Delas a ajudou a vencer suas dificuldades e a planejar melhorias.

Isabela escolheu atender seus clientes pelas redes sociais. Sonhadora, mas com foco na realidade, ela pretende ampliar a capacidade de produção da Chocolatudo, sua loja on-line.

Ao falar sobre o sentimento de gerir seu próprio negócio, Isabela diz se sentir livre. “É libertador saber que eu consigo, eu sou capaz. Consigo aprender coisas que jamais achei que aprenderia, entendi que eu posso alcançar muito mais do que eu imagino”.

“Empreender é um ato diário, é persistir e acreditar em você mesma, principalmente nos piores dias”

Isabela Cristina de Oliveira Santos

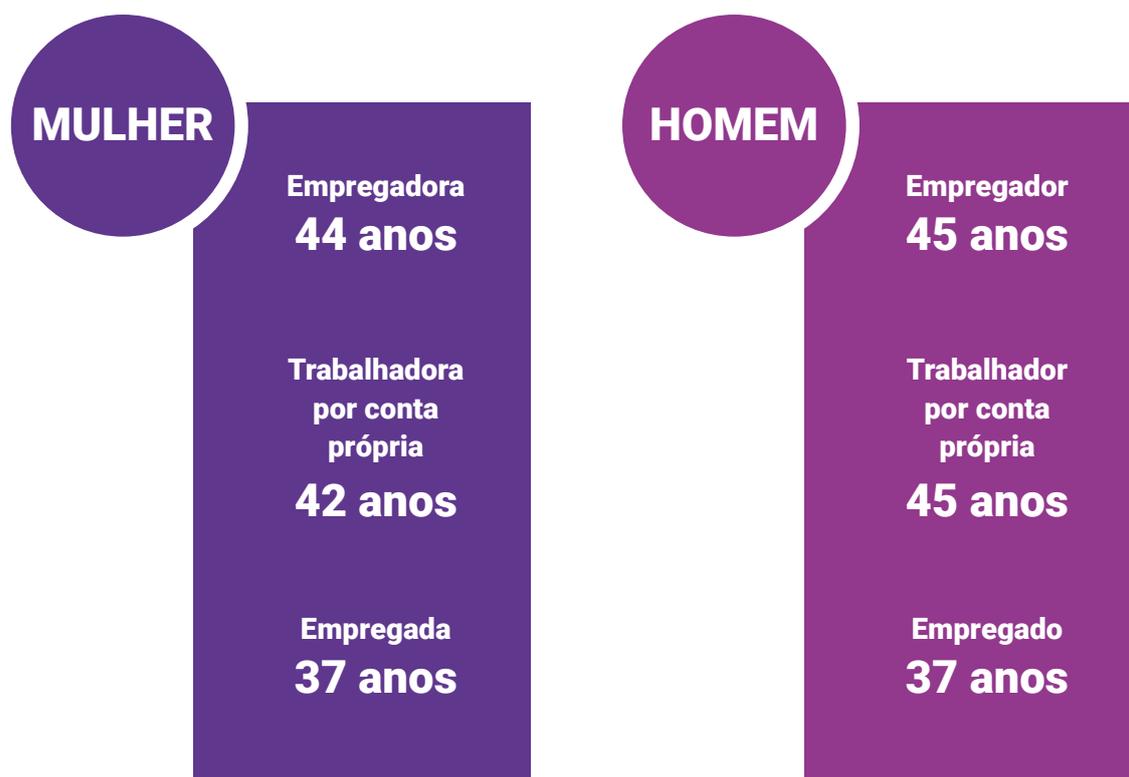
Chocolatudo

2.4 Idade das mulheres empreendedoras

Mulheres e homens apresentam médias de idade próximas, por perfil ocupacional, no

Estado de Goiás, conforme a figura 1. Dentre as empreendedoras (empregadoras e trabalhadoras por conta própria), a média de idade é de 43 anos.

Figura 1 – Idades médias por perfil ocupacional no Estado de Goiás



Fonte: IBGE (PNADc 2019).

As **empregadoras** possuem, em média, um ano a menos quando comparadas aos empregadores. Enquanto as **trabalhadoras por conta própria** apresentam uma ligeira diferença

de idade, sendo três anos mais jovens que os homens. Como **empregadas(os)**, a idade média de mulheres e homens são idênticas.



“No Brasil, Mesmo com a menor taxa, o contingente de pessoas com mais de **55** anos iniciando um negócio é de aproximadamente **2,5** milhões. [...] É de se supor que essas pessoas decidam empreender como forma de complementação de renda, dada a insuficiência do valor auferido por conta das aposentadorias recebidas, ou pela consciência dos obstáculos para obtenção de uma colocação no mercado de trabalho”.

Fonte: PESQUISA GEM/ Empreendedorismo no Brasil, 2019.

2.5 Escolaridade das mulheres empreendedoras

A escolaridade das posições na ocupação em Goiás apresenta os resultados estratificados segundo classificação do IBGE (PNADc) por: sem instrução e menos de um ano de estu-

do; Fundamental incompleto ou equivalente; Fundamental completo ou equivalente; Médio incompleto ou equivalente; Médio completo ou equivalente; Superior incompleto ou equivalente; Superior completo ou equivalente, conforme a tabela 4 a seguir.

Tabela 4 – Posição na Ocupação por Escolaridade e Sexo em Goiás

Escolaridade	Sexo	Empregadores		Trabalhadores por conta própria		Empregados		Geral	
			%		%		%		%
Sem instrução e menos de 1 ano de estudo	Mulher	373	21%	5.281	16%	11.635	27%	17.289	22%
	Homem	1.394	79%	27.102	84%	31.962	73%	60.458	78%
Fundamental incompleto ou equivalente	Mulher	4.411	18%	75.122	24%	180.825	37%	260.357	32%
	Homem	19.646	82%	231.944	76%	313.795	63%	565.385	68%
Fundamental completo ou equivalente	Mulher	3.026	24%	24.859	34%	60.471	38%	88.356	36%
	Homem	9.604	76%	49.184	66%	99.911	62%	158.700	64%
Médio incompleto ou equivalente	Mulher	4.145	38%	27.862	36%	74.618	40%	106.625	39%
	Homem	6.705	62%	49.176	64%	113.232	60%	169.113	61%
Médio completo ou equivalente	Mulher	20.635	32%	106.751	42%	372.711	48%	500.097	46%
	Homem	43.872	68%	145.666	58%	402.152	52%	591.690	54%
Superior incompleto ou equivalente	Mulher	4.808	43%	14.578	36%	87.670	52%	107.057	48%
	Homem	6.471	57%	25.451	64%	81.784	48%	113.706	52%
Superior completo ou equivalente	Mulher	17.621	36%	43.197	47%	307.049	64%	367.867	59%
	Homem	31.046	64%	48.461	53%	175.992	36%	255.498	41%
Geral	Mulher	55.020	32%	297.649	34%	1.094.980	47%	1.447.649	43%
	Homem	118.738	68%	576.984	66%	1.218.828	53%	1.914.550	57%

Fonte: IBGE (PNADc 2019).

Os percentuais que se destacam em termos de proporcionalidade entre os sexos são **trabalhadoras por conta própria** com nível de instrução “Superior completo ou equivalente” (47%) e “Ensino Médio completo ou equivalente” (42%) e, em relação às **empregadoras**, des-

taca-se “Ensino Superior incompleto” (43%).

Agrupando-se os dados apresentados na tabela 4, relativos às mulheres, por perfil ocupacional, tem-se a tabela 5.

Tabela 5 – Posição na Ocupação por Escolaridade das Mulheres em Goiás

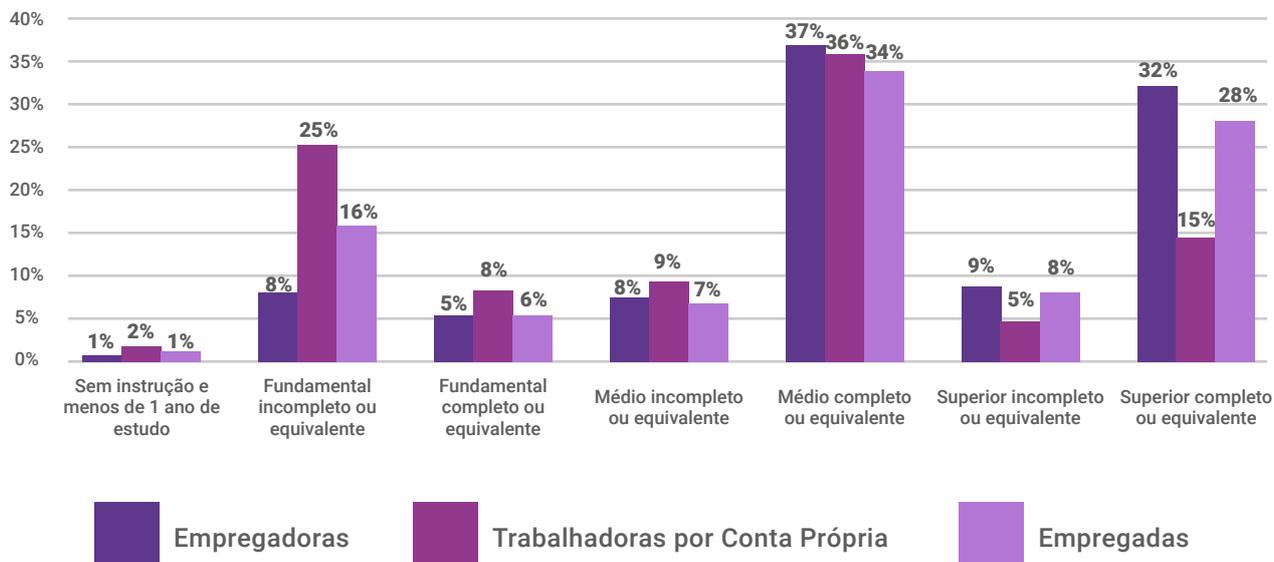
Escolaridade	Empregadoras		Trabalhadoras por conta própria		Empregadas		Geral	
		%		%		%		%
Sem instrução e menos de 1 ano de estudo	373	1%	5.281	2%	11.635	1%	17.289	1%
Fundamental incompleto ou equivalente	4.411	8%	75.122	25%	180.825	16%	260.357	18%
Fundamental completo ou equivalente	3.026	5%	24.859	8%	60.471	6%	88.356	6%
Médio incompleto ou equivalente	4.145	8%	27.862	9%	74.618	7%	106.625	8%
Médio completo ou equivalente	20.635	37%	106.751	36%	372.711	34%	500.097	35%
Superior incompleto ou equivalente	4.808	9%	14.578	5%	87.670	8%	107.057	7%
Superior completo ou equivalente	17.621	32%	43.197	15%	307.049	28%	367.867	25%
Geral	55.020	100%	297.649	100%	1.094.980	100%	1.447.649	100%

Fonte: IBGE (PNADc 2019).

Analisando-se os dados (gráfico 7), observa-se que a maior parte das empregadoras apresenta o nível de instrução “Ensino Médio completo ou equivalente” como maior grau de escolaridade (38%), seguido pelo “Ensino Superior completo ou equivalente” (32%). Algo similar acontece com as mulheres empregadas, pois 34% finalizaram o Ensino Médio, ou obtiveram formação equivalente, e 28% possuem “Ensino Superior completo ou equivalente” como maior grau de escolaridade.

Confirma-se a predominância do nível “Ensino Médio completo ou equivalente” nos três perfis como maior grau de escolaridade ao se observar os números relativos às trabalhadoras por conta própria, pois 36% delas finalizaram o Ensino Médio ou formação equivalente. Contudo, diferentemente dos perfis anteriores, somente 15% possuem “Ensino Superior completo ou equivalente”. Um quarto dessas mulheres (25%) não finalizaram o Ensino Fundamental ou formação equivalente.

Gráfico 7 – Perfil ocupacional das mulheres por nível de escolaridade



Fonte: IBGE (PNADc 2019).



ANOTA AÍ

Para aquelas empreendedoras que têm o interesse em se formalizar como **Microempreendedor Individual (MEI)** ou já se formalizaram, o Sebrae tem uma cartela de serviços especializados nessa modalidade jurídica. Ele oferece desde conteúdos online, que contribuem para a capacitação das empresárias, até o atendimento personalizado para lhe ajudar a tirar suas dúvidas em qualquer momento do seu negócio. Atendimento online, temos!

Clique aqui!

A-Z Microempreendedor Individual (MEI).

Figura jurídica criada pela Lei Complementar 128/08 que alterou a Lei Geral da Micro e Pequena Empresa e possibilitou a formalização de empreendedores que trabalham por conta própria, como quitandeiras, costureiras, cabelereiras, etc.

2.6 Renda média das mulheres empreendedoras

A renda média com o trabalho principal, por perfil ocupacional, é apresentada na figura 2.

Nota-se que, entre as mulheres que possuem negócio, aquelas que empregam apresentam renda média 162% maior do que as que trabalham por conta própria. O mesmo acontece com os homens, pois aqueles que empregam apresentam renda média 143% superior em relação à renda média daqueles que trabalham por conta própria.

Observa-se, ainda, que os homens possuem renda média maior que as mulheres em todas as posições de ocupação e que, mesmo dentre as pessoas que empreendem (empregadores e trabalhadores por conta própria), eles costumam ter uma renda média 35% maior que as das mulheres empreendedoras. Em relação aos empregados, a renda média dos homens tende a ser 30% maior que a renda média das mulheres.

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



Fonte: IBGE (PNADc 2019).



Vamos conhecer um pouco da história inspiradora da Darlei, estrela no Palco do Empreendedorismo por Mulheres em Goiás

Empreender na terceira idade... Sim, isso é possível e, ao mesmo tempo, é desafiador.

Essa é a história da Darlei Elizabeth, que resolveu empreender em uma etapa da vida em que muitas estão desacelerando. Com 60 anos de idade, já aposentada, depois de muito tempo dedicado à criação dos filhos e ao funcionalismo público, a empreendedora escolhe a cozinha, um de seus locais preferidos, para se reinventar.

Cozinheira de mão cheia, Darlei, como boa mineira, tem a cozinha como sinônimo de aconchego, família reunida, pão de queijo com café fresquinho. De repente, com a pandemia, houve a necessidade de complementar a renda. A Cozinha da Beth surgiu assim, despre-

tensiosamente, um peixe para degustação, os sobrinhos reunidos divulgando pelas redes sociais e os pedidos começando a chegar.

E com o passar do tempo, familiares adeptos à proposta foram se aproximando... E entre uma brincadeira e uma boa degustação, a proposta do negócio foi se solidificando. “Houve uma junção de gerações, onde os mais novos incentivam os mais velhos, fazendo com que a Cozinha da Beth pudesse caminhar”, relata a empreendedora.

Darlei avalia que o maior desafio até o momento foi iniciar um negócio baseado na intuição e com os olhos vendados, exatamente em um momento de colapso mundial, em que todas as áreas foram afetadas.

“Acredito que nossos desejos ficam no banco do universo e, no momento certo, a situação que te leva para o próximo passo, se faz presente”, relata a empreendedora quando fala de um encontro com Ana Maria, amiga que a apresentou ao curso Delas – Travessia Afroempreendedora do Sebrae, que proporcionou o conhecimento e a mentoria que possibilitou a formalização de seu negócio.

Para ela, gerenciar seu próprio negócio gera ao mesmo tempo um sentimento de realização por poder ver e atuar na realização de um sonho, de superação, por estar vencendo as adversidades e também de aprendizado, por estar ampliando seu know-how em áreas diferentes.

“Empreender é criar as oportunidades de impactar e agregar valor à sociedade!”

Darlei Elizabeth Ferreira

Cozinha da Beth



CAPÍTULO III

A EVOLUÇÃO DO EMPREENDEDORISMO POR MULHERES EM GOIÁS³

O presente capítulo tem como objetivo apresentar a evolução da criação de empresas por mulheres em Goiás, bem como a distribuição do empreendedorismo por mulheres no Estado. Para isso, foram consultadas a base de registro de empresas da Junta Comercial do Estado de Goiás (JUCEG) e a base de dados públicos de Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica (CNPJ) da Receita Federal.

O capítulo possui duas subseções. Na primeira, será apresentado o registro das primeiras empresas fundadas por mulhe-

res em Goiás. Em sequência, será exposta a distribuição de empresas formadas por mulheres, de acordo com atividade empresarial e município. As notas metodológicas deste capítulo se encontram no Apêndice 2.

3.1 Primeiros registros de criação de empresas por mulheres

A partir da base das empresas da JUCEG, foi possível identificar os registros de pri-

³ Autores: Daniel do Prado PAGOTTO (LAPEI – UFG), Daiane Martins TEIXEIRA (LAPEI – UFG e PPGADM – UFG), Silvio S. MIRANDA FILHO (JUCEG), Cândido BORGES (LAPEI – UFG e PPGADM – UFG) e Fernanda Paula ARANTES (LAPEI – UFG e PPGADM – UFG).

meiras empresas criadas por mulheres no Estado de Goiás, que ainda permanecem ativas, sendo o primeiro deles do ano de 1951. A figura 3 ilustra essa informação por meio de uma linha de tempo que considera os municípios, setores de atividade

e regiões de planejamento. Cabe ressaltar que as informações da figura se referem às empresas ativas. Eventualmente, empresas inativas podem ter registro de empreendedoras anteriores às apresentadas na imagem.



E A PALAVRA É DELAS



“As mulheres, quando unidas por um propósito coletivo, têm uma força gigante e ilimitada. Neste momento de pandemia, precisamos ser protagonistas, ter criatividade, valores e ética. O mundo pertence às mulheres que trabalham, e é assim que conquistamos nosso lugar, seja no esporte, na carreira executiva, empreendedorismo ou ações sociais”.

Lara Costa

Digital Influencer



Figura 3 – Registro de primeiras empresas criadas por mulheres

Primeiras empresas fundadas por mulheres por Regiões de Planejamento em Goiás



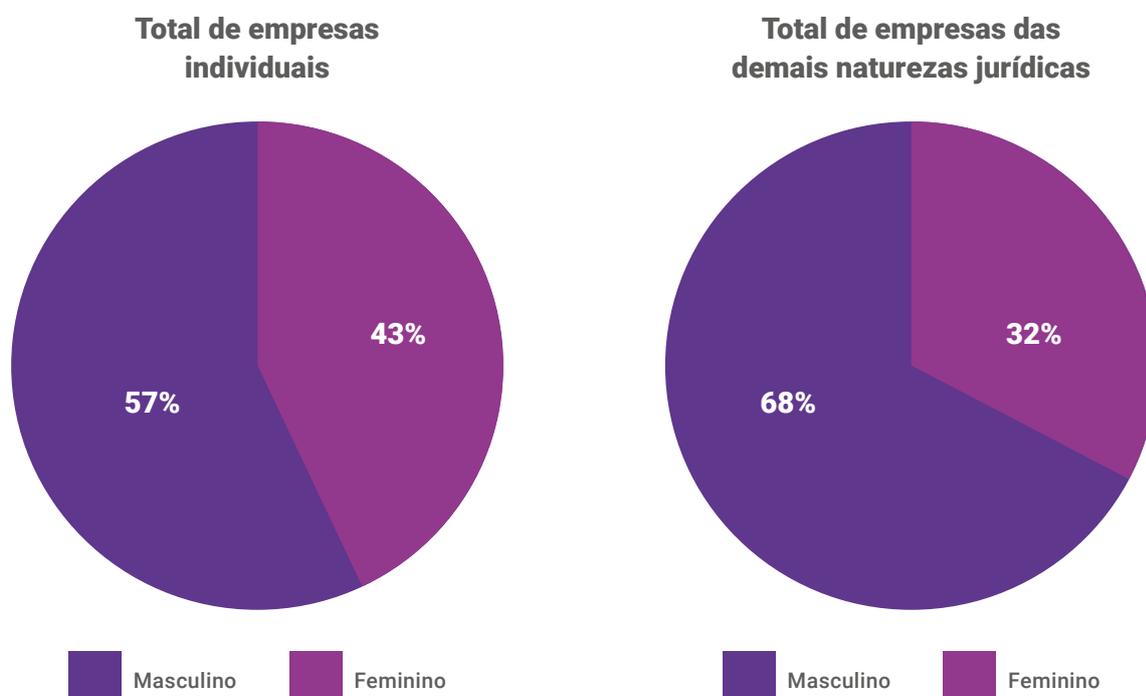
Fonte: UFG, 2020. Base de dados da Junta Comercial do Estado de Goiás (JUCEG).

3.2 Evolução da criação de empresas por setor e municípios

As análises a seguir foram baseadas em uma amostra de 634.166 empresas ativas no Estado de Goiás oriundas de dados públicos da Receita Federal. A natureza jurídica mais representativa foi de empresas individuais, com 400.493 empreendimentos. Estas foram

distribuídas entre 173.234 representantes do sexo feminino e 227.259 do sexo masculino. Já os empreendimentos das demais naturezas jurídicas apresentavam 159.212 mulheres e 330.861 homens entre os sócios. Conforme observado no gráfico 8, o percentual de empresas fundadas por mulheres foi superior nas empresas individuais em relação às demais naturezas jurídicas.

Gráfico 8 – Comparação da composição de empresas individuais e outras naturezas jurídicas por sexo

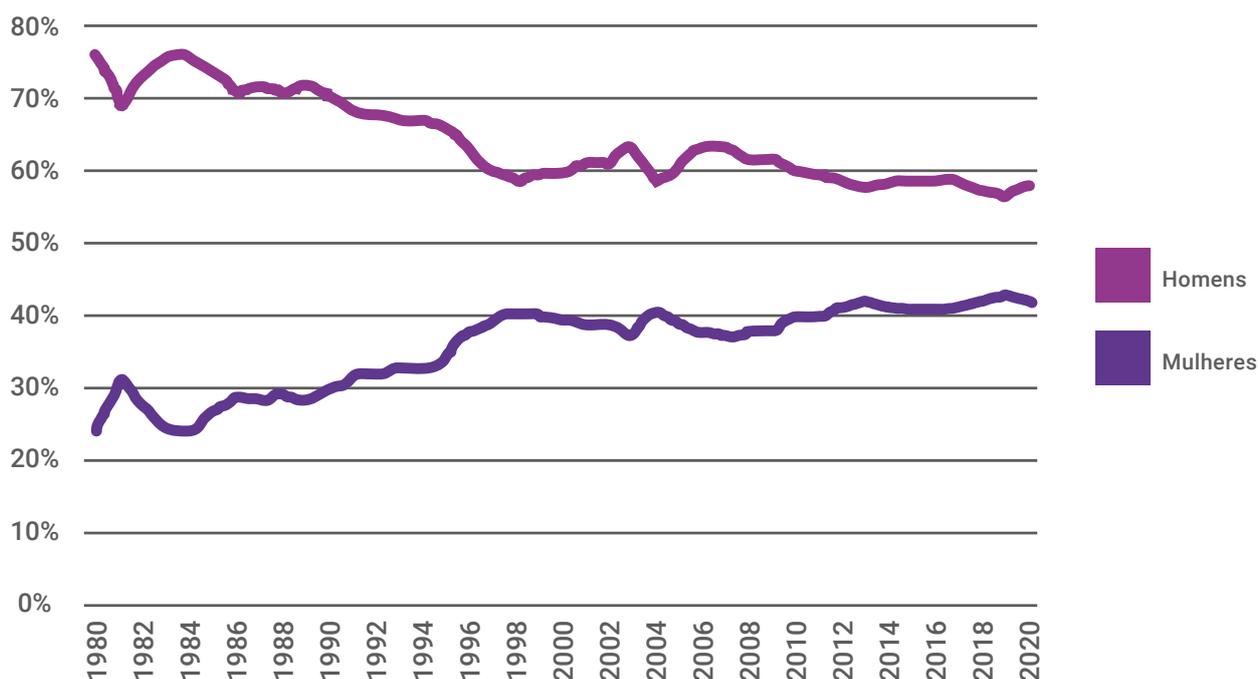


Fonte: UFG, 2020. Base de dados da Receita Federal.

A análise sobre a criação de empresas por mulheres em Goiás ao longo de 40 anos (1980-2020), em comparação à criação por homens, revela que, mesmo representando a minoria, as mulheres mantiveram um cresci-

mento constante, com uma proporção em torno de 30% até meados da década de 1990 e alcançado uma proporção média de 40% após os anos 2000 (gráfico 9).

Gráfico 9 – Evolução do empreendedorismo por mulheres em Goiás



Fonte: UFG, 2020. Base de dados da Receita Federal.

A tabela 6 lista as atividades com maior número de empresas no Estado de Goiás de acordo

com a Classificação Nacional de Atividades Econômicas (CNAE).

Tabela 6 – Atividades econômicas com maior número de empresas em Goiás

Div. CNAE	Atividade econômica	Número de empreendimentos
47	Comércio varejista	173.561
56	Alimentação	48.181
96	Outras atividades de serviços pessoais ⁴	36.948
45	Comércio e reparação de veículos automotivos	35.889
43	Serviços especializados para construção	35.336
49	Transporte terrestre	24.743
82	Serviços de escritório, de apoio administrativo e outros serviços prestados principalmente às empresas	20.690
46	Comércio por atacado, exceto veículos automotivos	19.706
73	Publicidade e pesquisa de mercado	18.491
85	Educação	17.257

Fonte: UFG, 2020. Base de dados da Receita Federal.

⁴ CNAE 96 – compreende serviços de cabeleireiros, tratamento de beleza, lavanderia, tinturaria e outras atividades relacionadas.

Considerando as atividades empresariais, foram consultadas aquelas que possuem menor e maior participação de mulheres na

composição das empresas. Tais informações são apresentadas nas tabelas 7 e 8, respectivamente.

Tabela 7 – Menores percentuais de participação de mulheres por divisão de CNAE em Goiás

Div. CNAE	Atividade econômica	Mulheres empreendedoras	Homens empreendedores
53	Correio e outras atividades de entrega	413 (6%)	6.037 (94%)
43	Serviços especializados para construção	4.281 (11%)	33.470 (89%)
51	Transporte aéreo	14 (11%)	108 (89%)
09	Atividades de apoio à extração de minerais	8 (14%)	51 (86%)
64	Atividades de serviços financeiros	10.896 (14%)	64.270 (86%)
99	Organismos internacionais e outras instituições extraterritoriais	6 (18%)	28 (82%)
25	Fabricação de produtos de metal, exceto máquinas e equipamentos	1.668 (19%)	7.003 (81%)
95	Reparação e manutenção de equipamentos de informática e comunicação e de objetos pessoais e domésticos	1.978 (19%)	8.256 (81%)
65	Seguros, resseguros, previdência complementar e planos de saúde	134 (19%)	556 (81%)
31	Fabricação de móveis	999 (20%)	4.038 (80%)

Fonte: UFG, 2020. Base de dados da Receita Federal.

Em sequência, na tabela 8, são apresentadas as divisões de CNAE com maiores proporções de mulheres empreendedoras.

Tabela 8 – Maiores percentuais da participação de mulheres por divisões de CNAE em Goiás

Div. CNAE	Atividade econômica	Mulheres empreendedoras	Homens empreendedores
97	Serviços domésticos	3.769 (93%)	273 (7%)
96	Outras atividades de serviços pessoais ⁵	28.295 (74%)	10.187 (26%)
87	Atividades de atenção à saúde humana integradas com assistência social, prestadas em residências coletivas e particulares	1.902 (70%)	818 (30%)
14	Confecção de artigos do vestuário e acessórios	12.798 (67%)	6.176 (33%)
35	Eletricidade, gás e outras utilidades	1.992 (66%)	1.004 (34%)
17	Fabricação de celulose, papel e produtos de papel	391 (60%)	266 (40%)
13	Fabricação de produtos têxteis	1.739 (58%)	1.241 (42%)
92	Atividades de exploração de jogos de azar e apostas	27 (55%)	22 (45%)
32	Fabricação de produtos diversos	2.165 (54%)	1.870 (46%)
85	Educação	11.486 (52%)	10.756 (48%)

Fonte: UFG, 2020. Base de dados da Receita Federal.

⁵ CNAE 96 – compreende serviços de cabeleireiros, tratamento de beleza, lavanderia, tinturaria, e outras atividades relacionadas.



Vamos conhecer um pouco da história inspiradora da Iliane, estrela no Palco do Empreendedorismo por Mulheres em Goiás

Iliane Armando da Fonseca Nunes foi demitida após oito anos de contrato com a TV Globo Catalão e se deu conta de que talvez esse fosse o momento de realizar o seu sonho e montar seu próprio negócio. Apesar de ter empreendido por necessidade, já que tinha que encontrar outro trabalho, ela vislumbrou uma oportunidade ao perceber que na sua cidade, Catalão, só havia jornais: não havia nenhuma revista que circulasse com periodicidade. Com a identificação desse nicho ainda não explorado, ela montou a Revista Portal Vip. “Eu sempre percebi que as pessoas gostam de se ver, de serem valorizadas, gostam de ser queridas e o que fazemos na Revista Portal VIP é isso: registramos histórias, criamos valor, trabalhamos a autoestima das pessoas, valorizamos legados!”, relata Iliane.

Ao olhar para sua jornada no empreendedorismo, Iliane aponta que seu maior desafio foi e é lidar com pessoas. No início, foi essa foi sua maior dificuldade. Perfeccionista, ela gostava de fazer as coisas do seu jeito e, ao seu tempo, segundo sua própria avaliação,

era impaciente para escutar e se colocar no lugar do outro. Foi necessário encontrar o equilíbrio, que só foi alcançado após um trabalho de autodesenvolvimento, e hoje ela lida com sua equipe de uma forma totalmente diferente, respeitando a individualidade de cada um, procurando desenvolver o que cada um tem de melhor. Ela entende que, no seu negócio, saber lidar com os diversos perfis de pessoas envolvidas no seu dia a dia é o mais importante e um desafio diário.

Liberdade! É a primeira palavra que lhe vem à mente ao pensar em seu sentimento em ter e gerenciar seu próprio negócio. Iliane aponta que fazer o que tem que ser feito e ser dona de suas escolhas, com a ajuda de sua equipe, é libertador. Além disso, ela destaca que não tem dinheiro que pague poder mudar a vida das pessoas por meio do seu sonho em ter a sua revista, fazer essa entrega de valor. É sua maior realização. Segundo ela, “tocar a vida de tantas pessoas, equipe, clientes, parceiros, é o seu maior estímulo em continuar a fazer com que a Portal Vip continue sendo o que é”.

“Gosto muito do dito popular: uma mulher não puxa o tapete de outra mulher, uma mulher arruma a coroa de outra mulher. Isso é sororidade, é liberdade, é construção, é realização, é sucesso.

Para mim, mulher é poder! Mulher pode ser o que ela quiser, onde ela quiser! E se uma mulher é poder, se juntarmos mais de três, nos tornamos uma fortaleza imbatível!

Mulheres, UNIDAS, são luz pro mundo!”

Iliane Armando da Fonseca Nunes

Revista Portal Vip

Comparando a distribuição dos dois perfis pelas atividades desempenhadas, nota-se que, por um lado, as mulheres são a maioria em atividades da categoria serviços domésticos, com participação de 93%, e serviços pessoais com 74%. Por outro lado, possuem pouca representatividade em serviços de correio e outras atividades de entrega, com 6% de participação; serviços especializados em construção, assim como as atividades no setor

de transportes aéreos correspondem a 11%. A lista completa dos percentuais encontra-se no Apêndice 3 deste capítulo.

Os dados sobre os municípios que possuem os menores percentuais de mulheres empreendedoras, em relação aos homens, estão descritos na tabela 9. Os municípios de Guarani de Goiás e Palestina de Goiás são os que apresentam menores proporções (22%).

Tabela 9 – Municípios com menores percentuais de mulheres empreendedoras

Municípios	Mulheres empreendedoras	Homens empreendedores
Guarani de Goiás	57 (22%)	207 (78%)
Palestina de Goiás	60 (22%)	211 (78%)
Santa Rosa de Goiás	73 (23%)	248 (77%)
Guarinos	52 (23%)	174 (77%)
Perolândia	106 (23%)	351 (77%)
Nova Roma	70 (24%)	226 (76%)
Buritinópolis	58 (24%)	187 (76%)
Baliza	70 (25%)	214 (75%)
Davinópolis	71 (25%)	217 (75%)
Nova América	65 (25%)	195 (75%)

Fonte: UFG, 2020. Base de dados da Receita Federal.

Em contrapartida, os municípios de Aporé, Lagoa Santa, Damolândia e Alto Paraíso de Goiás são os que apresentam os maiores percen-

tuais (45%) de mulheres empreendedoras, em relação à quantidade de homens que também empreendem (tabela 10).

Tabela 10 – Municípios com maiores percentuais de mulheres empreendedoras

Municípios	Mulheres empreendedoras	Homens empreendedores
Aporé	425 (45%)	514 (55%)
Lagoa Santa	90 (45%)	109 (55%)
Damolândia	190 (45%)	235 (55%)
Alto Paraíso de Goiás	942 (45%)	1.168 (55%)
Palmelo	135 (43%)	177 (57%)
Brazabrantes	185 (42%)	251 (58%)
Goiandira	259 (42%)	354 (58%)
São Domingos	419 (42%)	573 (58%)
Santa Isabel	116 (42%)	160 (58%)
Urataí	132 (42%)	184 (58%)

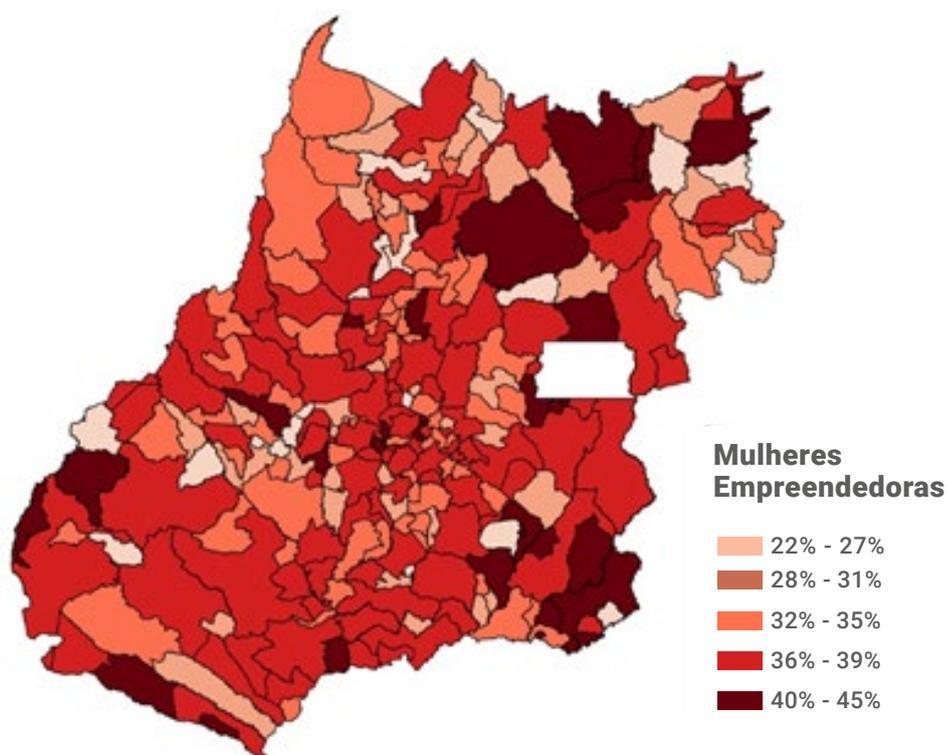
Fonte: UFG, 2020. Base de dados da Receita Federal.

Embora os homens empreendedores ainda sejam maioria em todos os 246 municípios do Estado de Goiás, nota-se pela lista apresentada na tabela 10 que em dez deles (Aporé, Lagoa Santa, Damolândia, Alto Paraíso de Goiás, Palmelo, Brazabrantes, Goiandira, São Domingos, Santa Isabel e Urataí) as mulheres ocupam uma melhor posição, aproximando-se em níveis percentuais dos homens. A tabela

completa dos municípios está disponível no Apêndice 4 do relatório.

A figura 4 traz um panorama da concentração de mulheres empreendedoras no Estado, sendo que as áreas mais escuras representam municípios com maiores proporções dessas mulheres.

Figura 4 – Proporções do empreendedorismo por mulheres em Goiás



Fonte: UFG, 2020. Base de dados da Receita Federal.

Outra forma de se avaliar o empreendedorismo por mulheres é utilizando uma ponderação pela população do município do sexo feminino. A tabela 11 apresenta os municípios

com menores taxas de empreendedorismo por mulheres para cada 100 habitantes, com percentuais de 3% a 5%.

Tabela 11 – Municípios com menores taxas de mulheres empreendedoras a cada 100 habitantes

Municípios	Taxa de mulheres empreendedoras (100 habitantes)	Taxa de homens empreendedores (100 habitantes)
Sítio d'Abadia	3%	6%
Flores de Goiás	4%	6%
Baliza	4%	9%
Guarani de Goiás	4%	13%
Palestina de Goiás	5%	15%
Buritinópolis	5%	14%
São Patrício	5%	11%
Amaralina	5%	12%
Montividiu do Norte	5%	13%
Ipiranga de Goiás	5%	9%

Fonte: UFG, 2020. Base de dados da Receita Federal.

Já os municípios de Santo Antônio de Goiás, Alto Paraíso de Goiás, Aporé e Cristianópolis são os que apresentam as maiores taxas de mulheres empreendedoras para cada 100 ha-

bitantes do sexo feminino, com valores entre 35% a 24% (tabela 12). A lista completa com essas taxas pode ser conferida no Apêndice 5.

Tabela 12 – Municípios com maiores taxas de mulheres empreendedoras a cada 100 habitantes

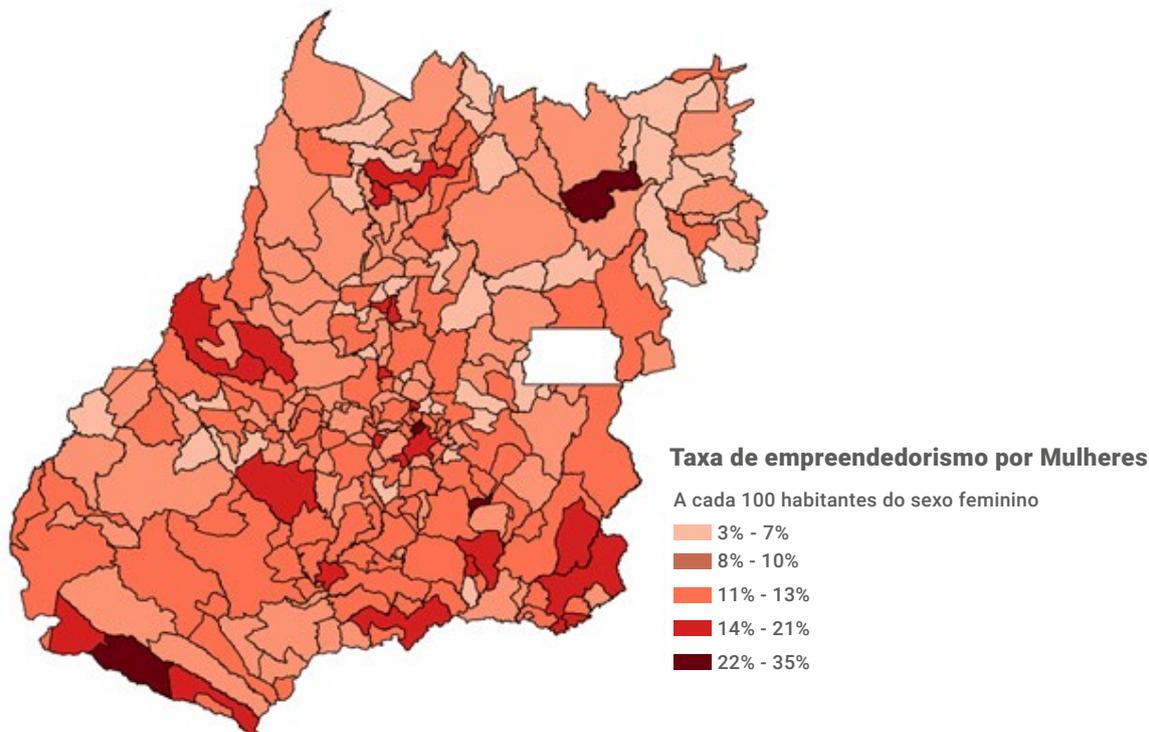
Municípios	Taxa de mulheres empreendedoras (100 habitantes)	Taxa de homens empreendedores (100 habitantes)
Santo Antônio de Goiás	35%	68%
Alto Paraíso de Goiás	30%	43%
Aporé	28%	30%
Cristianópolis	24%	37%
Chapadão do Céu	22%	31%
Três Ranchos	19%	29%
Campos Verdes	18%	46%
Santa Bárbara de Goiás	18%	29%
Caldas Novas	17%	26%
Itapirapuã	17%	28%

Fonte: UFG, 2020. Base de dados da Receita Federal.

A figura 5 apresenta a taxa de empreendedoras a cada 100 habitantes do sexo feminino em Goiás, congruente às informações das tabelas 11 e 12. As áreas mais escuras repre-

sentam municípios com melhores resultados sobre a taxa de empreendedorismo por mulheres.

Figura 5 – Taxa de empreendedorismo por mulheres em Goiás para cada 100 habitantes



Fonte: UFG, 2020. Base de dados da Receita Federal.



ANOTA AÍ

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

Nele você especifica cada aspecto do seu empreendimento com o intuito de antever como ele irá funcionar na prática, qual será o seu público-alvo, qual o valor do investimen-

to necessário para que você tire ele do papel, quais as ferramentas de marketing serão utilizadas para alcançar seus objetivos entre muitos outros aspectos. O Sebrae tem um grande acervo de informações que podem contribuir para a elaboração do seu plano de negócios (cursos online, cartilhas, manuais, estudos, etc.), mas se você quiser um apoio mais especializado, você pode contratar uma **CONSULTORIA** específica para esse fim. Entre em contato conosco e entenda como funciona. **Clique aqui!**



E O PALCO É DELAS



Vamos conhecer um pouco da história inspiradora da Juliana, estrela no Palco do Empreendedorismo por Mulheres em Goiás

Quando criança, Juliana Marques Moreira sempre dizia: “Vou ter todos os cachorros do mundo”. Não era uma pretensão por cursar Veterinária. Na verdade, ela escolheu a Administração de Empresas por amor e afinidade à profissão de administrador e se sentiu feliz na escolha. Com o passar do tempo, foi ganhando espaço na profissão, em especial, na área financeira, mas seus olhos se voltaram ao empreendedorismo.

A cachorrinha Rita Lee entrou na vida da Juliana e, com ela, a ideia do seu negócio: uma creche e hotel para os bichinhos, a Ritinha's House. O nome da empresa veio do apelido

da Rita, pois Juliana queria verdadeiramente que aquele local se transformasse na segunda casa dos amigos de sua cachorrinha. Era um momento complicado na saúde de Juliana, e a Rita, que teve problemas comportamentais, a ajudou a esquecer um pouco sua realidade. Ela, que já havia cuidado de outros cães de colegas de trabalho, se dedicou então a estudar a área comportamental de cães em grupo, se jogando de corpo, alma e coração na criação de seu negócio com a certeza de que isso era realmente o que ela queria.

A empresa é a primeira creche e hotel localizada em Aparecida de Goiânia, e a captação de clientes foi elencada como o principal desafio enfrentado na gestão do negócio, uma vez que a Ritinha's House está localizada fora da rota comercial de Aparecida de Goiânia e Goiânia.

Ao pensar em como se sente em relação a ter e gerenciar seu próprio negócio, Juliana resume: “Felicidade!” Mesmo sabendo que para se ter essa felicidade que sente hoje seja necessário muito suor, dedicação, compromisso, abdições, muita força e coragem, ela acredita que vale a pena. “Acordo muito feliz por ter realizado meu sonho. Hoje tenho todos os doguinhos do mundo (risos)”, diz Juliana.

“Parafaseando Walt Disney, se você pode sonhar, você pode fazer!”

Juliana Marques Moreira
Ritinha's House



CAPÍTULO IV

O SEBRAE GOIÁS E O EMPREENDEDORISMO POR MULHERES

Em resposta às necessidades da sociedade, o Sebrae Goiás tem ampliado sua atuação no estímulo ao empreendedorismo por mulheres, com o objetivo de estimulá-las a liderar, gerar negócios e transformar suas realidades, pois quando as mulheres empreendem, a economia melhora. Como vimos no capí-

tulo I, com uma maior inserção feminina no mercado de trabalho, o Estado pode caminhar para uma maior igualdade social. Contar com mais mulheres empreendendo gera mais renda para as famílias, mais empregos para os trabalhadores e mais confiança para elas.

**SE AS MULHERES
TIVESSEM MAIS
OPORTUNIDADES,
TODA A ECONOMIA
SERIA BENEFICIADA.**

**O PIB global
cresceria ao
menos 4%**

se o trabalho não remunerado
fosse mais bem distribuído.

**O PIB de um país
poderia aumentar
em média 35%**

sem as disparidades
por gênero no trabalho.

Fonte: FMI, 2018.

4.1 Características da Gestão Empresarial por Mulheres

Em 2019, o Sebrae Goiás atendeu 43.148 mulheres, o que representa 48% dos atendimentos realizados ao longo do ano. Os setores

de maior representatividade são: comércio (45%) e serviços (37%). Destaca-se que, ao longo dos últimos seis anos, houve um aumento de 80% das mulheres atendidas pelo Sebrae Goiás, representantes do agronegócios, ainda assim elas representam somente 3% dos atendimentos.

Tabela 13 – Evolução do número de atendimentos realizados pelo Sebrae Goiás, por setor da economia

Setor	Quantidade de mulheres atendidas						Representatividade em 2019	Crescimento em relação a 2014
	2014	2015	2016	2017	2018	2019		
Agronegócios	791	1.336	1.727	1.914	1.177	1.421	3%	80%
Comércio	18.026	17.872	21.227	25.591	25.295	19.254	45%	7%
Indústria	6.692	6.150	6.241	7.242	8.260	6.395	15%	-4%
Serviços	13.103	13.388	15.043	17.263	18.921	16.078	37%	23%
Total Geral	38.612	38.746	44.238	52.010	53.653	43.148	100%	12%

Fonte: Sebrae Goiás/2020.



E A PALAVRA É DELAS



“Desenvolver esforços para capacitar as mulheres que empreendem ou querem começar a empreender, seja nos negócios dentro ou fora da porteira, é uma prerrogativa importante para o fortalecimento da economia de Goiás. Desde a germinação, passando pela

lida diária, os desafios no agronegócio são inúmeros e, quando se é mulher, eles são ainda maiores.

O propósito de promover o crescimento e a união das mulheres, sejam elas do agro ou não, através da troca de conhecimentos tecnológicos e de experiências. É a união da força da comunicação com a expertise dos agentes de apoio à mulher, com o intuito de enaltecer a força e a determinação do empreendedorismo feminino, através da capacitação contínua”.

**Bruna Drummond de Azeredo
Coutinho Danella**

*Idealizadora do Projeto Mulheres de Raça do Agro
Membro da Liga do Agro Speaker em eventos
do agronegócio com foco em mulheres*

NEGÓCIOS DELAS PARA ELAS

A igualdade de condições no mercado de trabalho ainda está longe de ser alcançada, mas a melhoria é presente. E, se depender de um crescente grupo de mulheres e iniciativas para o benefício delas, esse futuro vai melhorar ainda mais.

Em um mundo onde o conservadorismo de empresas tradicionais passou a limitar a expressão das potencialidades de uma nova geração de mulheres, elas, desvalorizadas, começam seus próprios negócios, sob suas próprias regras, muitas delas ligadas a seus propósitos, que muitas vezes coincidem com os melhores interesses da sociedade.

Segundo Garwood (2016), cada vez mais mulheres decidem romper com empresas que limitam seu potencial e iniciam seu próprio negócio. A sororidade tem papel importante nesse movimento. Entre vários exemplos, o autor cita o MIA (Mulheres Investidoras Anjo), que promove o encontro entre mulheres visando a acrescentar mais mulheres ao ecossistema de investidoras e empreendedorismo de alto impacto; o Sampa Tattoo, empresa em que mulheres tatuam exclusivamente outras mulheres; e projetos de mentoria para mulheres, como o Jogo de Damas.

Aliás, mentorias e empreendimentos sociais com foco específico nesse público crescem em número e atuação, com a tarefa de ampliar a presença de mulheres no mercado de trabalho ou no empreendedorismo. Alguns são focados em nichos específicos, como mulheres negras e indígenas.

Em diversos grupos exclusivos para elas no Facebook, milhares de mulheres divulgam e trocam serviços, oferecem vagas de trabalho temporário ou permanente, indicam amigas e parceiras profissionais. Alguns são focados em áreas específicas, como comunicação e artes. Há outros com foco mais amplo, nos quais aparecem vagas para vendas, programação, reparos domésticos, entre outros. Há grupos em que só são publicadas oportunidades de trabalho, mas a maioria permite divulgação de workshops, cursos e palestras. Há também discussões sobre o mercado de trabalho.

Extraído de Estudo de Tendências e Oportunidades de Negócio do estado de Goiás, 2019, Tendência O poder da mulher no mercado.

Clique aqui para acessar o conteúdo completo.

As dez principais temáticas demandadas pelas mulheres que buscaram atendimento do Sebrae Goiás em 2019 foram, nesta ordem: aspectos gerais sobre abertura e gestão de pequenos negócios (36%), legislação sobre o Microempreendedor Individual (10%), pla-

nejamento (10%), abertura/ legalização de empresas (8%), estratégia empresarial (5%), vendas (4%), gestão financeira (3%), mercado (2%), visão organizacional sistêmica (2%) e plano de negócios (2%).

Tabela 14 – Principais temáticas demandadas pelas mulheres ao buscar o Sebrae Goiás – 2019

Temática	Quantidade de atendimento às mulheres	Percentual de participação em relação ao total de buscas
Aspectos gerais sobre abertura e gestão de pequenos negócios	43.536	36%
Legislação do MEI	12.603	10%
Planejamento	11.639	10%
Abertura/legalização de empresas	9.263	8%
Estratégia empresarial	6.440	5%
Vendas	4.597	4%
Gestão financeira	3.719	3%
Mercado	2.834	2%
Visão organizacional sistêmica	2.807	2%
Plano de negócio	2.772	2%

Fonte: Sebrae Goiás – 2019.



Microempreendedor Individual (MEI)

Visando melhorar o processo burocrático em relação à formalização, reduzindo a carga tributária tanto na apuração quanto no pagamento de tributos, em 2008, o Governo Federal criou o Microempreendedor Individual – MEI. É um importante instrumento para a inclusão social e o desenvolvimento econômico, sendo o caminho de entrada para os que vivem na informalidade para formalizar seus negócios e ter oportunidades que o mercado oferece para as empresas legalizadas, com melhores condições que as empresas que se enquadram nos critérios da lei, estão automaticamente na opção do Simples Nacional.

Além das vantagens diretamente ligadas à atividade comercial, alguns fatores trazem estabilidade para as mulheres, como auxílios para seguir com rendimentos durante a gestação e

primeiros meses de maternidade, auxílio-doença, previdência e outros.

Em setembro de 2020, havia **160.098** mulheres cadastradas no MEI no estado de Goiás, o equivalente a **44,5%** do total dos inscritos. As dez atividades mais procuradas pelas mulheres formalizadas como MEI no estado são: comércio varejista de artigos de vestuário e acessórios; cabeleireiros; lanchonetes e casas de chá, de sucos e similares; outras atividades de tratamento de beleza; promoção de vendas, comércio varejista de mercadorias em geral, com predominância de produtos alimentícios – mini-mercados, mercearias e armazéns; confecção de peças do vestuário, exceto roupas íntimas e as confeccionadas sob medida; fornecimento de alimentos preparados preponderantemente para consumo domiciliar; serviços domésticos e comércio varejista de bebidas.

Fonte: dados do Portal do Empreendedor em 26 de setembro de 2020.



E O PALCO É DELAS



Vamos conhecer um pouco da história inspiradora da Cleonice, estrela no Palco do Empreendedorismo por Mulheres em Goiás

Amante de scarpins, Cleonice Maria da Silva sempre associou o modelo à elegância, versatilidade e beleza, mas nem sempre encontrou exemplares que reunissem ao mesmo tempo conforto, qualidade e design. Ora encontrava maravilhosos modelos, mas que ofereciam pouco conforto; ora encontrava peças confortáveis, mas não tão bonitas.

Um dia, a vontade de empreender e a suspeita de que outras mulheres também concordariam com ela a fizeram pensar em investir nesse nicho de mercado e se especializar no modelo. Nasceu então, em abril de 2019, a Empodere Scarpin, loja virtual especializada em scarpins.

Na idealização do negócio ela pôs a mão na massa, utilizou a abordagem **Design Thinking** para

A-Z Design Thinking

é uma ferramenta utilizada para acompanhar o processo inovativo. É possível, por meio dela, gerar e organizar ideias, de modo a estimular a solução de problemas específicos.

conseguir estruturar o seu pensamento e foi a campo para ouvir das suas potenciais clientes o que elas pensavam do produto. Em suas entrevistas, ela concluiu que a mulher, quando usa scarpin, se sente mais bonita, com a autoestima elevada,

muito elegante, desejada e empoderada. Surge aí o insight para o nome da loja Empodere Scarpin. No processo, ela também confirmou o que já sabia, a falta de conforto afastava clientes do modelo.

Cleonice aponta a inserção no mercado o maior desafio que seu negócio enfrentou e enfrenta até hoje. “Entrar no mercado varejista, no meio de tantos concorrentes, é um desafio”, conta ela. Ela aposta na força da internet para alcançar suas clientes, além da possibilidade de alcançar todo o Brasil e, por isso, escolheu trabalhar somente com canais digitais e *e-commerce*.

A pandemia trouxe uma necessidade de adaptação para não perder terreno, já que houve um grande aumento de concorrentes migrando para a vitrine digital, aumentando ainda mais a concorrência. Com poucos recursos para publicidade, principalmente se comparada às grandes lojas, Cleonice foca no atendimento personalizado e trabalha de perto o relacionamento com suas clientes.

Gerenciar o próprio negócio é para Cleonice a realização de um sonho, que traz a ela o sentimento de que é possível ajudar as mulheres por meio do propósito de seu negócio: elevar a autoestima, empoderar as suas clientes. Ela sente como o empoderamento é importante para seu público-alvo e trabalha toda a comunicação de acordo com esse conceito. “Saber que estou contribuindo de alguma forma com minha cliente, reafirmando o seu valor, me traz um sentimento muito grande de satisfação pessoal”.

“Empreendedorismo por mulheres é a concepção de empreendimentos mais humanizados a partir da sensibilidade, da empatia, da força, da razão e da emoção da mulher”.

Cleonice Maria da Silva

Empodere Scarpin

4.2 – Projeto Sebrae Delas: estímulo ao empreendedorismo por mulheres

O Sebrae Goiás deu um grande passo rumo ao apoio às mulheres na liderança dos pequenos negócios, ao lançar, em 21/11/2018, o “Projeto Sebrae Delas – Desenvolvendo Empreendedoras Líderes Apaixonadas pelo Sucesso”, com o objetivo de fomentar práticas empresariais para tornar os negócios liderados por mulheres mais competitivos, bem como promover a sensibilização e a articulação de atores estratégicos relacionados ao tema

de empreendedorismo por mulheres. O projeto conta com mais de 370 empreendedoras dos municípios de Goiânia, Anápolis e Piracanjuba. Nesse projeto, o Sebrae Goiás faz interface com outras instituições formando a “Rede de Empre-



endedorismo Feminino⁶”.

No projeto, as empreendedoras tiveram acesso a uma “Jornada de Desenvolvimento”, com atividades totalmente customizadas para o empreendedorismo por mulheres, contemplando cursos, palestras, oficinas, mentorias e consultorias.

A fase inicial do desenvolvimento dessa jornada, já realizada, vislumbrou a **Jor-**

nada de Inspiração, que teve foco na promoção “EU”. Nesta etapa, as mulheres foram estimuladas a se verem como empreendedoras, a conhecerem o seu propósito, o autoconhecimento, o po-

tencial criativo, e a desenvolverem sua capacidade de liderança.

Na fase seguinte, foi realizada a **Jornada de Transpiração**, cujo foco é o “MEU”, em que foram trabalhadas questões empre-

⁶ A Rede de Empreendedorismo Feminino é composta pelas seguintes organizações: Sebrae Goiás, Codese – Conselho de Desenvolvimento Econômico, Sustentável e Estratégico de Goiânia, Rede da Mulher Empreendedora, Grupo Mulheres do Brasil, UFG – Universidade Federal de Goiás, ABMNE – Associação Brasileira das Mulheres de Negócios, Anceabra – Associação Nacional Dos Coletivos de Empresários e Empreendedores Afro-Brasileiros, BPW – Associação de Mulheres de Negócios Profissionais Goiânia/Goiás, CRA/Mulher, FIEG – Jovem, CDL – Jovem, ACIEG, FAJE/GO – Federação das Associações de Jovens Empreendedores, Movimento Mais pra Elas, Rede Solidária Berço das Águas, Banco do Brasil, Senai, Secretaria da Mulher – Prefeitura de Goiânia.

sariais particulares ao negócio de cada uma, com foco na gestão (finanças, estratégia, marca, mídias sociais, vendas), onde as mulheres são desafiadas a melhorar as práticas empresariais.

Na terceira e última fase, ainda em andamento, está a **Jornada de Aceleração**,

em que a dimensão a ser trabalhada é o “NÓS”, quando são abordadas temáticas direcionadas à alavancagem das oportunidades de negócio e estímulo para que a mulher possa ampliar seu horizonte empresarial e seu papel social.



SEBRAE DELAS

Mulheres trabalhando juntas para o desenvolvimento e aceleração de suas ideias e seus negócios.

Com o advento da Constituição Federal, no ano de 1988, surgiram disposições constitucionais que trouxeram ao cenário brasileiro a existência de algumas medidas e parâmetros que interferiram e afetaram diretamente o funcionamento, continuidade e existência do exercício das empresas e as ideias de empreendedorismo. Dentre essas mudanças está a garantia aos direitos fundamentais e essenciais de toda e qualquer pessoa, promovendo a busca pela igualdade entre homens e mulheres.

Apesar de todas essas mudanças no campo legislativo, ainda se verificava a falta de propostas concretas para a promoção da igualdade material. Assim sendo, tendo como foco o valor das mulheres no cenário do empreendedorismo brasileiro, pode-se afirmar que elas não foram automaticamente tratadas ou aceitas, dentro das suas diferenças, como pessoas iguais e que podem empreender sem a necessidade de auxílio ou de qualquer vigilância ou submissão, como ocorria durante a época de vigência do Código Civil de 1916, alterado apenas em 2002.

Apesar de a nova constituição trazer os princípios gerais da atividade econômica, tratando os princípios da livre iniciativa e da livre concorrência como direitos (COELHO, 2012), as mulheres ainda lutam para desconstruir empecilhos em seu caminho no empreendedorismo. É necessário que se respeitem as pluralidades e subjetividades das mulheres.

O empreendedorismo por mulheres precisa compreender as diferenças que as estruturam em sua construção social, para então propor a formação de uma cultura empreendedora

que implemente a sororidade, em busca de uma sociedade igualitária em gênero e, com a consequente desconstrução do patriarcado estrutural que distancia a possibilidade de mulheres gerirem suas vidas e negócios, garantindo o empoderamento e a liberdade psicológica, financeira e sentimental de estruturas familiares, sociais e profissionais que as negam em suas subjetividades.

Assim, percebe-se que inúmeras foram, e continuam sendo, as lutas das mulheres na busca por efetivar suas garantias e poder concorrer por um espaço no empreendimento brasileiro.

E em 2019, formalizou-se um Comitê Gestor do Projeto SEBRAE DELAS, liderado por dezesseis entidades que atuam e contribuem para a temática de empreendedorismo por mulheres em Goiás, cuja finalidade também passa pela formulação de propostas de políticas públicas e uma legislação que modifique efetivamente nossa realidade, as ações têm sido para a formulação de diretrizes para pausar os legisladores quanto a parâmetros para a implantação da Política Estadual de Fomento ao Empreendedorismo Feminino.

O Comitê entende que as estratégias da Política Estadual devem convergir para a inclusão social, promovendo a reintegração das mulheres no processo educacional, elevando sua escolaridade por meio de formação integral que lhes possibilite buscar o aumento da produtividade e a promoção da competitividade econômica. O Comitê Gestor movimenta com o intuito de transformar a vida das mulheres de nosso estado por meio do empreendedorismo, acreditando ser esta uma das ferramentas mais efetivas de empoderamento econômico da mulher e, por consequência, de desenvolvimento da própria sociedade.



4.3 Características das mulheres que empreendem

Com intuito de conhecer melhor as características das mulheres que optam por empreender, o Sebrae Goiás solicitou que as mulheres que ingressaram no Projeto Sebrae Delas respondessem a um questionário apontando suas

características e fazendo uma autoavaliação de seu perfil empreendedor. A coleta desses dados ocorreu entre setembro de 2019 e fevereiro de 2020, por meio de formulário eletrônico, que foi respondido por 120 participantes do projeto. Os dados foram tabulados e disponibilizados sob a forma de gráficos.



“Quando uma mulher decide empreender, fica ainda mais desafiadora a sua jornada: a falta de políticas públicas e de apoio institucional em favor do empreendedorismo feminino são barreiras que precisamos lutar para amenizar”.

Vera Lúcia Elias de Oliveira

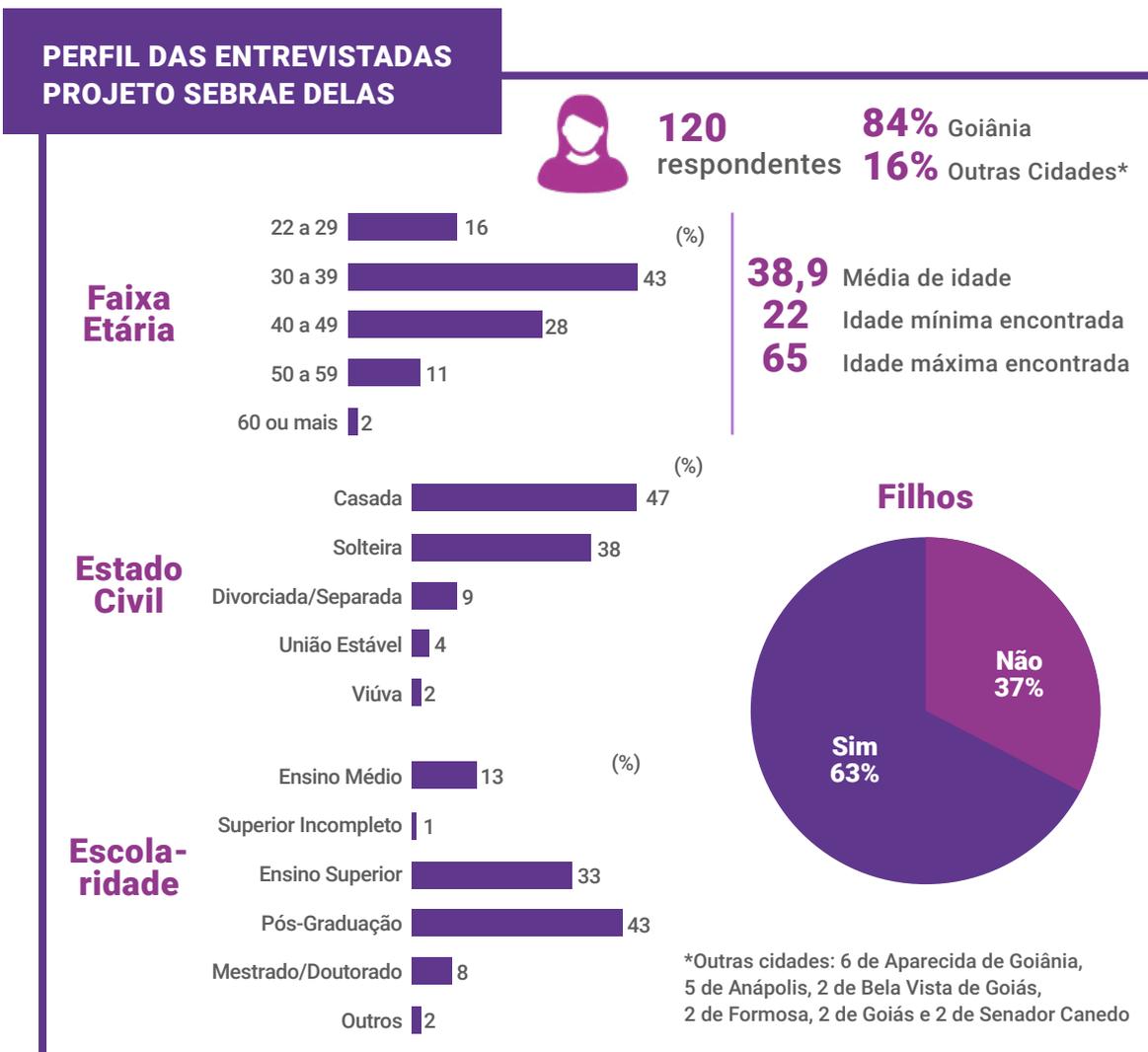
Gestora do Projeto Delas – Sebrae Goiás

Principais resultados

A pesquisa indicou que 71% das mulheres empreendedoras possuem entre 30 e 49 anos, com idade média entre 38,9 anos; 47%

são casadas e 38% são solteiras e 63% possuem filhos. Salienta-se que a maior adesão ao Projeto Sebrae Delas se deu por mulheres com escolaridade de Ensino Superior (85%).

Figura 6 – Perfil das entrevistadas

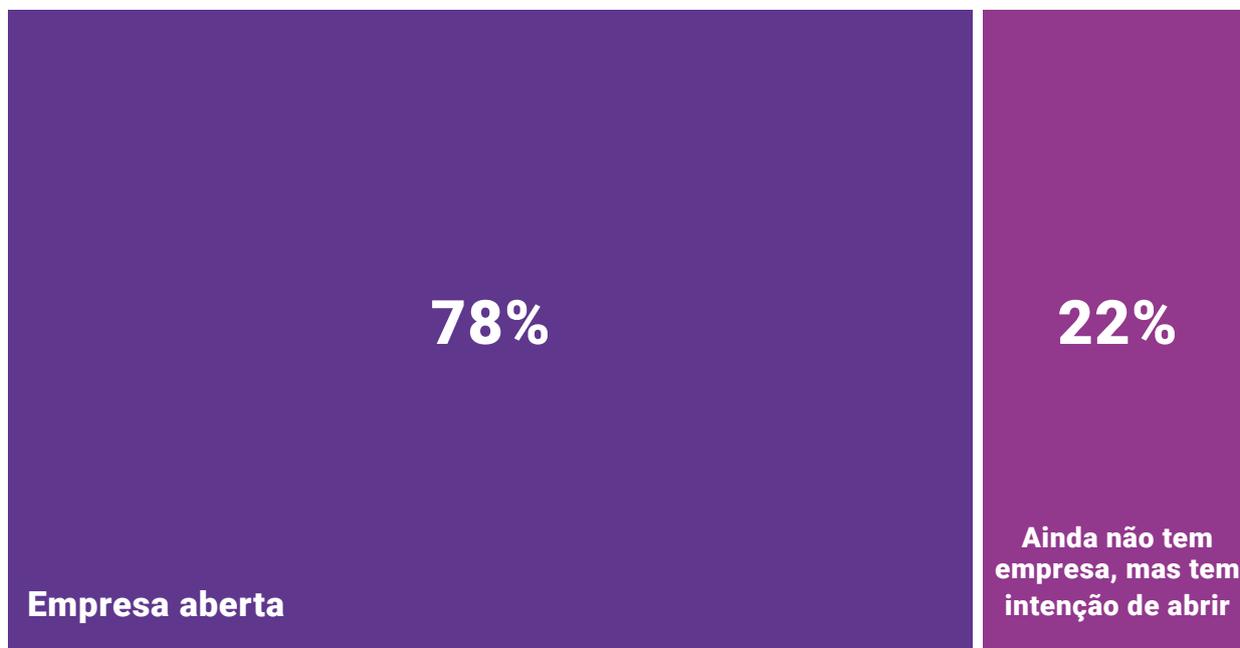


Fonte: Pesquisa realizada pelo Sebrae Goiás com as participantes do Projeto Sebrae Delas.

Dentre as participantes, 78% afirmaram já ter empresa aberta no momento da pesquisa, as demais (22%) pretendiam abrir um empreendimento (gráfico 10). O percentual de respon-

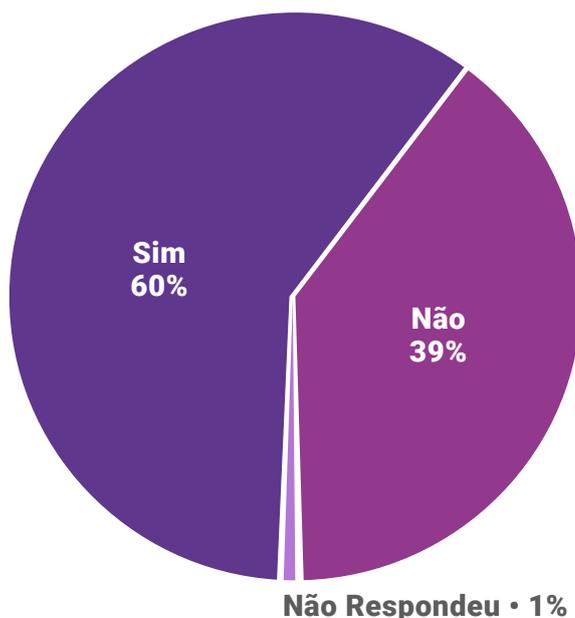
dentos que indicaram que os resultados do empreendimento compõem sua principal fonte de renda figurou em 60%, conforme pode ser observado no gráfico 11.

Gráfico 10 – Situação do empreendimento



Fonte: Pesquisa realizada pelo Sebrae Goiás com as participantes do Projeto Sebrae Delas.

Gráfico 11 – Principal fonte de renda advinda do negócio

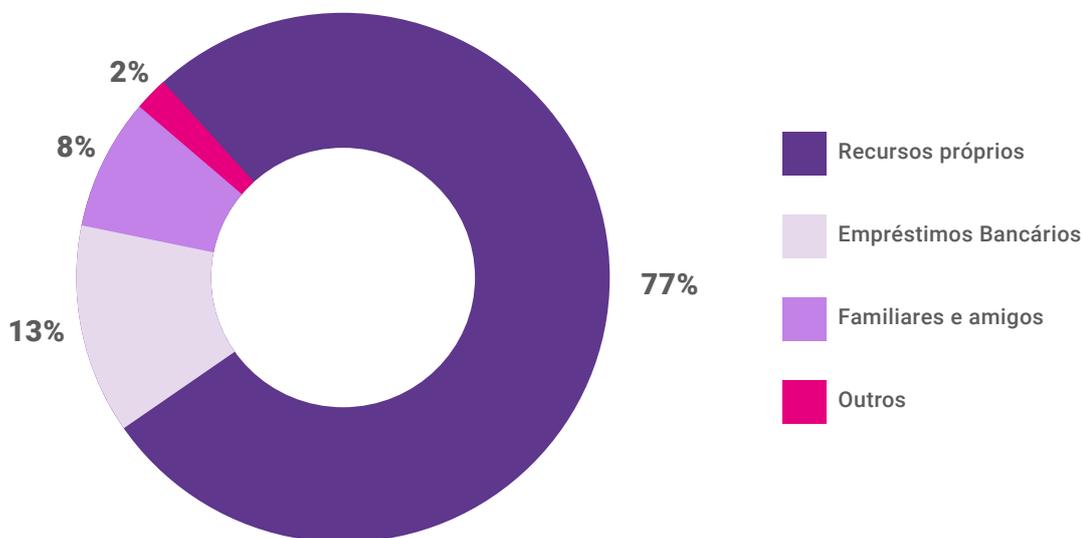


Fonte: Pesquisa realizada pelo Sebrae Goiás com as participantes do Projeto Sebrae Delas.

A maioria das empreendedoras apontou que foram utilizados seus próprios recursos para

iniciar o negócio, conforme gráfico a seguir.

Gráfico 12 – Fonte principal de recursos financeiros para iniciar o negócio

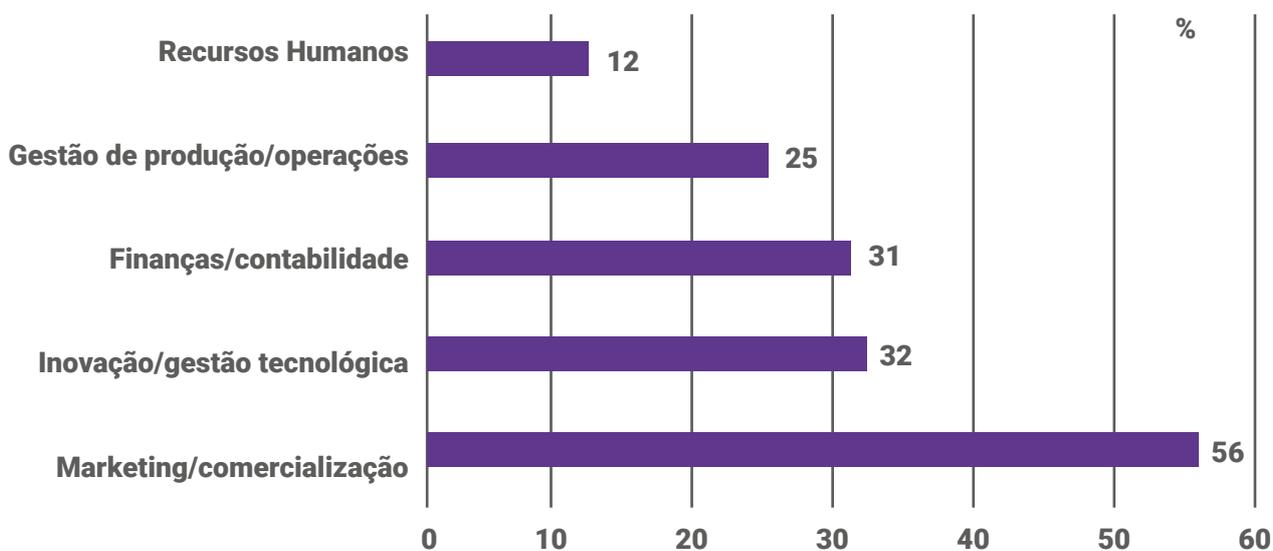


Fonte: Pesquisa realizada pelo Sebrae Goiás com as participantes do Projeto Sebrae Delas.

Quando perguntadas sobre quais temáticas as mulheres empreendedoras têm maior interesse em se capacitar, a principal indicada foi marketing e comercialização, citada por 56% das entrevistadas. Em segundo lugar,

foi indicado o interesse em se capacitar em assuntos relacionados à inovação e gestão tecnológica (32%), seguido por finanças/contabilidade (31%).

Gráfico 13 – Principais interesses em capacitação



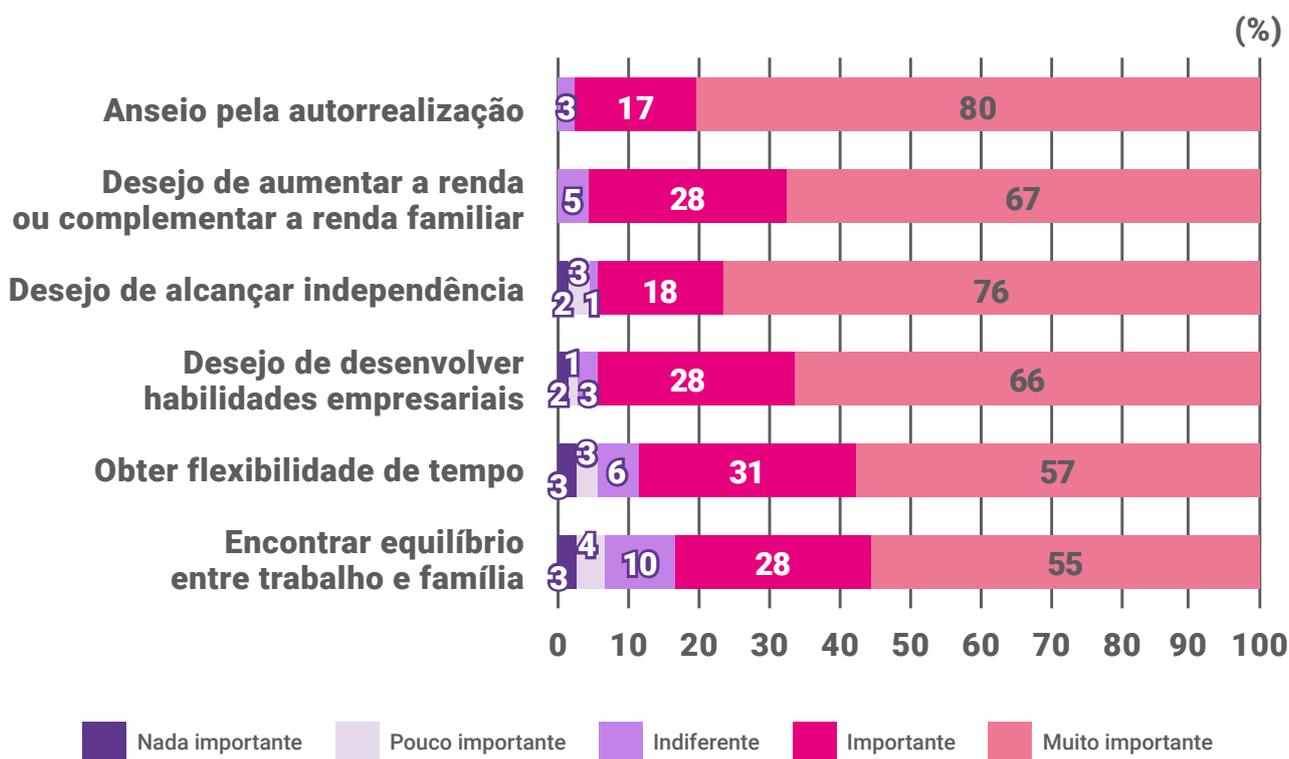
Fonte: Pesquisa realizada pelo Sebrae Goiás com as participantes do Projeto Sebrae Delas.

Principais desejos e anseios das mulheres empreendedoras

As principais aspirações das mulheres empreendedoras são: autorrealização, que foi indicada por 97% como “muito importante” (80%) ou “importante” (17%); o desejo de aumentar a renda ou complementar a renda, indicada por 95% como

muito importante ou importante; a vontade de desenvolver habilidades empresariais e a pretensão de alcançar independência, ambos com 94% de indicação das mulheres como sendo “muito importante” ou “importante”.

Gráfico 14 – Principais desejos e anseios das empreendedoras



Fonte: Pesquisa realizada pelo Sebrae Goiás com as participantes do Projeto Sebrae Delas.



ANOTA AÍ

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

de pessoas, inovação, marketing, planejamento e vendas.

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

[Clique aqui!](#)

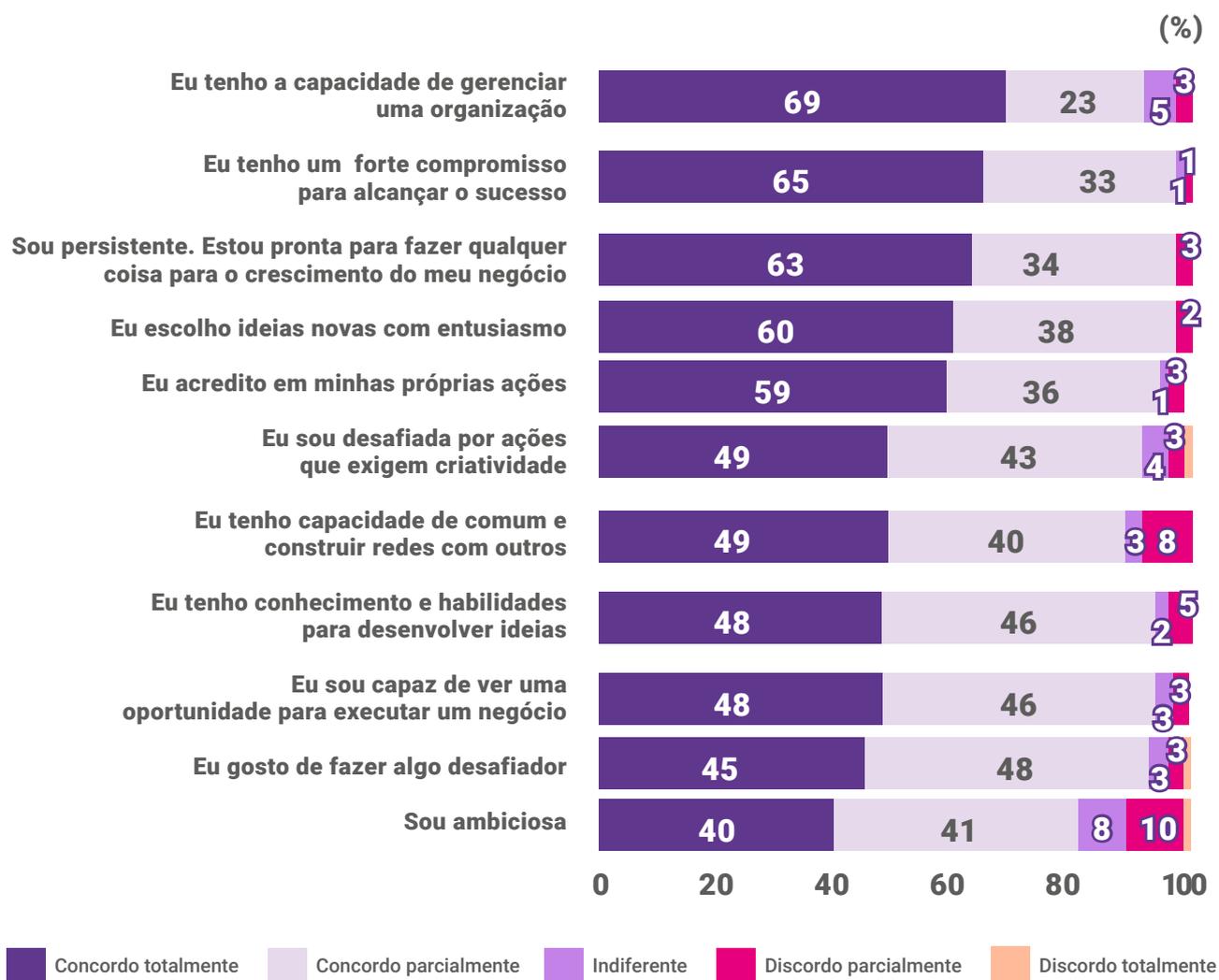
Autoavaliação das características empreendedoras

Foi oferecida às respondentes uma série de itens relacionados às características empreendedoras e lhes foi solicitado que elas atribuísem grau de concordância com relação à sua autoavaliação no momento. As mulheres apresentaram maior confiança (considerando o somatório das respostas “concordo totalmente” e “concordo parcialmente”) nos seguintes itens: crença em suas próprias ações (98%); persistência para fazer o empreendimento crescer (98%); escolha de no-

vas ideias com entusiasmo (97%); sentir-se desafiada por ações que exigem criatividade (95%); gostar de desafios (94%) e capacidade de ver oportunidades para executar um negócio (94%).

Em geral, as mulheres participantes do projeto apresentaram um elevado grau de autoavaliação para desempenhar seu papel de empreendedoras, o que mostra a força, garra, vocação e maturidade para empreender.

Gráfico 15 – Autoavaliação das características empreendedoras



Obs.: Algumas informações não somam 100% por diferenças de arredondamento.

Fonte: Pesquisa realizada pelo Sebrae Goiás com as participantes do Projeto Sebrae Delas.

Autoavaliação sobre a gestão de seu próprio negócio

Para as mulheres participantes do projeto que já estão com a empresa aberta e operando, foi oferecida uma série de itens relacionados à gestão empresarial e lhes foi solicitado que elas atribuíssem grau de concordância com relação à sua autoavaliação no momento.

As mulheres apresentaram maior concordância (considerando o somatório das respostas “concordo totalmente” e “concordo parcialmente”) nos seguintes

itens: realização de inovações na empresa para atender às necessidades do mercado (80% das entrevistadas); realização de inovação na empresa para superar a concorrência (78%) das entrevistadas e controle dos custos (76%).

Com relação às oportunidades de melhoria, considerando as avaliações “discordo parcialmente” ou “discordo totalmente”, entre os itens avaliados, estão: saber qual é o lucro da empresa (37%) e que o lucro gerado pela empresa seja suficiente para sustentar a empreendedora (37%).



E A PALAVRA É DELAS



“O mundo está em um estágio onde existe uma convergência de pensamentos e energia sobre o importante papel que as mulheres estão desempenhando na sociedade, na economia, em todos os segmentos. Desta maneira,

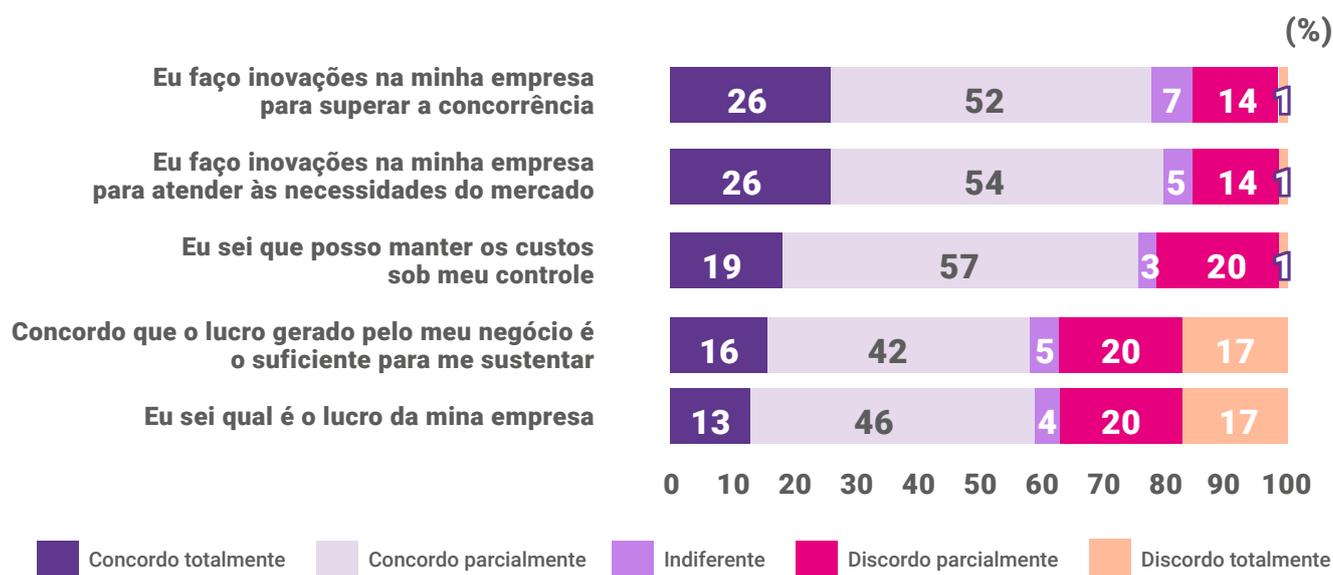
buscamos gerar impacto positivo na vida e jornada de outras mulheres inseridas no mundo dos negócios.

Temos a certeza de que devemos assumir nosso lugar no mundo não somente como mães, esposas, filhas, mas como líderes, formadoras de opinião, consumidoras, trabalhadoras, empreendedoras, fornecedoras, geradoras de empregos e riqueza para o país”.

Rejane Duarte

Presidente da BPW - Goiânia

Gráfico 16 – Autoavaliação sobre a gestão do negócio



Fonte: Pesquisa realizada pelo Sebrae Goiás com as participantes do Projeto Sebrae Delas.



ANOTA AÍ

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

E o que é melhor! O Sebrae pode pagar até 70% da consultoria. Sem pegadinha.

Se você é MEI, tem uma micro ou pequena empresa, poderá participar do Sebraetec, desde que atenda às condições do programa. As áreas de serviços apoiadas são: design, produtividade, propriedade intelectual, qualidade, inovação, sustentabilidade e serviços digitais. Quer saber mais?

Clique aqui!



Vamos conhecer um pouco da história inspiradora da Élita, estrela no Palco do Empreendedorismo por Mulheres em Goiás

A vida toda Élita Ferreira Silva considerou seus cabelos um problema, já que na sua geração, o cabelo afro não era muito aceito. Para cuidar deles, ela sempre estava pesquisando sobre o assunto, atenta às novidades.

Em 1992, ela abandonou o emprego que mantinha em um escritório de contabilidade e decidiu apostar no segmento de beleza, abrindo um salão. Mesmo já tendo habilidade, já que cuidava do cabelo de alguns amigos e vizinhos, sabia que tinha que se profissionalizar. Fez cursos de cabelereira e sempre se manteve atualizada. Em 2017, deu uma nova guinada em sua trajetória, após participar de uma missão proporcionada pelo Sebrae Goiás à Itália, onde visitou a Universidade San Raffaele e a Feira Cosmoprof, quando se propôs um novo desafio: lançar uma marca própria de cosméticos. Surge a Elita Brazil Cosmetics, uma empresa apaixonada por cosmética, com uma

linha de produtos que busca valorizar a beleza natural de cada pessoa e seu bem-estar.

O enfrentamento dos impactos da pandemia do coronavírus é citado como o principal desafio enfrentado pela empresa. Com o fechamento do comércio e a impossibilidade de atendimento presencial, Élita enfrentou uma redução significativa no número de clientes no salão e, conseqüentemente, falta de capital de giro. Aos poucos, os desafios estão sendo vencidos com a adoção de estratégias diferentes de atuação, principalmente em relação à comercialização da linha de cosméticos profissional.

Ao pensar sobre sua trajetória, Élita compara o sentimento de ter e gerenciar seu próximo negócio com a criação de um filho. “Existe uma certeza de que é o caminho certo a seguir quando nos propomos a tê-lo, mas quando temos, sentimos medo. A empresa é a realização do nosso saber, do nosso sonhar, mas nem sempre é como planejamos”, relata a empreendedora.

E é com a certeza de que as sementes que plantou gerarão frutos que Élita se sente otimista quanto ao futuro, apesar dos desafios.

“Sem as mulheres, não existe vida, e empresa sem vida não sobrevive”.

Élita Ferreira Silva

Elita Brazil Cosmetics

4.4 A mulher e os desafios de uma nova realidade

Em 2020, o Brasil experimentou a maior paralisação de negócios já vista. Com o avanço da pandemia provocada pelo novo coronavírus, as entidades governamentais utilizaram-se de medidas de isolamento social e quarentena que impactaram fortemente o mercado, já que a grande maioria das empresas teve que fechar temporariamente suas portas, ou se adaptar para continuar atendendo.

Isso não foi diferente para o Sebrae que, para garantir a segurança de seus colaboradores e clientes, teve que alterar suas formas de atendimento e buscar entender os reflexos desse momento para o futuro dos pequenos negócios, a fim de que pudesse trazer uma resposta rápida à sociedade. Aquele contato costumeiro entre consultores/instrutores e empreendedores teve que ser adaptado e passou a acontecer somente à distância. Agora existe uma tela entre eles. Novos protocolos foram desenvolvidos, novas formas de atendimento estão sendo priorizadas, e estudos como esse foram iniciados, para que tanto o Sebrae quanto os seus parceiros tenham informações atualizadas para ajudar a traçar novas estratégias para que os empreendedores goianos possam passar por essa transição de forma mais célere.

A última edição do Estudo de Tendências e Oportunidades de Negócios em Goiás, disponibilizada para o público do Sebrae

em 2019, já apontava a urgência de se reconhecer o mundo digital como uma parte integrante do mundo atual. A **hiperconexão** crescente já havia acelerado a necessidade de que os negócios se adequassem ao mundo digital. Entretanto, a realidade que se apresenta hoje catapultou essa necessidade a outro patamar. A transformação digital passou de necessária, para imprescindível.

A-Z **Hiperconexão**
Forma de se conectar a internet por meio de várias telas, por muito tempo, onde a percepção do usuário quanto à linha entre estar online e offline fica cada vez mais tênue.

As empresas que já haviam se estruturado para atender no mundo digital tiveram um diferencial frente às outras que, de uma hora para outra, tiveram que colocar sua equipe para trabalhar em home office e a divulgar e vender os seus produtos e serviços exclusivamente online. Empresas que já haviam iniciado o processo de transformação aceleraram seus projetos, muitas delas se transformaram em multicanais. Muitos restaurantes que não mais podiam receber seus clientes em seus salões adaptaram suas operações para atender somente como delivery, ao invés de fechar. Escolas tiveram que adaptar seu currículo, e as aulas passaram a ser ministradas de forma online, por meio de aplicativos. São inúmeros os exemplos. É claro que cada estrutura de negócio teve seus desafios, mas a verdade é uma só: o mundo digital chegou para ficar.

SAIBA MAIS

As tendências têm origem em transformações que ocorrem no macroambiente, tanto no contexto socioeconômico quanto no contexto político, tecnológico, entre outros. É importante entender que um evento de grande porte, que impacta um grande número de pessoas, pode ser precursor de novas tendências e pode aumentar ou diminuir a linha de tempo de ampliação de seu alcance. Em outras palavras, a pandemia e seus efeitos aceleraram a necessidade de adaptação do mundo à revolução digital. Esse fator, por conseguinte, irá acelerar outras transformações, já que muitos negócios estão interligados por meio de sua **cadeia de valor**.

Especialistas que estudam os efeitos da pandemia afirmam que o processo de transformação digital foi altamente acelerado, fazendo com que as empresas avançassem em média cinco anos em cinco meses. Outros afirmam que a aceleração chega a ser de uma década.

A-Z Cadeia de valor

A cadeia de valor é o conjunto interligado de todas as atividades que criam valor, desde o fornecimento de matérias-primas até o consumo e atividades pós-venda. No contexto de uma cadeia de valor, ambos formam parceria com o que tem de melhor, trabalham juntos e compartilham conhecimento, estratégias e resultados para garantir a fidelidade e a conquista de novos clientes (Sebrae, 2014).



ANOTA AÍ

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

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

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

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

Quer saber mais?

Clique aqui!

52% dos consumidores disseram que devem continuar comprando pela internet mesmo após o fim da pandemia.

Fonte: IDC apud CNC, 2020

“As pequenas e médias empresas estão sofrendo e precisam de suporte econômico, mas as empresas chefiadas por mulheres têm menos capacidade financeira para lidar com a crise e obter autofinanciamento”, diz Phumzile Mlambo-Ngcuka, diretora-executiva da ONU,

Fonte: ONU MULHERES BRASIL, 2020.

Os impactos negativos da pandemia sobre os negócios atingiram **70,1%** das empresas de pequeno porte. Por outro lado, **16,2%** declararam que o efeito foi pequeno ou inexistente, enquanto **13,6%** relataram um impacto positivo. Entre **1,3** milhão de empresas que na primeira quinzena de junho estavam com atividades encerradas temporária ou definitivamente, **39,4%** apontaram como causa as restrições impostas pela pandemia do novo coronavírus.

Fonte: Pesquisa Pulso Empresa: Impacto da Covid-19 nas Empresas - IBGE, dados referentes à primeira quinzena de julho de 2020.



Vamos conhecer um pouco da história inspiradora da Laura, estrela no Palco do Empreendedorismo por Mulheres em Goiás

Foi na faculdade de Administração de Empresas que Laura Resende teve seu primeiro contato com o que seria seu norte na experiência de empreender. Encantada com as matérias de marketing, pesquisa e estatística, decidiu ali que queria ter um negócio nessa área.

Ao construir as bases para sua carreira, Laura foi estagiária do Sebrae, onde participou do Empretec, e, durante o curso, teve a certeza de que almejava ter seu próprio Instituto de Pesquisa. Com a sementinha plantada, ela foi atrás de seu sonho. Começa aí a busca por capacitação (só pós-graduações, foram três), conhecimento e experiência para que essa semente pudesse germinar e crescer. Nasce então o Instituto de Pesquisa e Consultoria Empresarial – IPECOE, que já está no mercado há 15 anos, atuando com foco empresarial.

O maior desafio enfrentado pela empresa,

apontado por Laura, foi “a dificuldade de entregar os resultados das pesquisas de forma rápida para os clientes”. Para solucionar esse problema, em 2016, a empreendedora optou por desenvolver um software próprio de pesquisa, o QueXtion, e relata não ter dúvidas de que esta foi a melhor decisão que tomou no IPECOE até o momento. Ela relata que o sistema é muito inovador, está em nuvem, o que possibilitou a automatização de todas as etapas de realização das pesquisas, permitindo a utilização de diversas metodologias, a aplicação das pesquisas em multicanais e o acompanhamento dos resultados em tempo real.

Gerenciar seu próprio negócio, para Laura é a realização de um sonho. Ela não tem dúvidas de que seguirá trabalhando com pesquisa, cumprindo o seu propósito e dando seu melhor a cada dia nessa área que escolheu. “A cada dia que passa, cresce em mim a vontade de ver a empresa crescer, dar oportunidade de trabalho para muita gente e cumprir nossa missão de produzir conhecimento estratégico, com alto índice de confiança, a fim de direcionar a gestão das empresas que possuem foco no mercado e na experiência do cliente”, declara Laura.

“Ter o próprio negócio e conciliar todos os demais papéis da vida de uma mulher é desafiador, porém é possível. Basta acreditar, colocar vontade, energia nesse propósito e dar o valor e o tempo justo para cada uma das áreas da vida”.

Laura Resende
IPECOE

Apesar de a pandemia ter atingido empresas de todos os tamanhos, os pequenos negócios são os mais afetados, pois a maioria costuma ter o caixa no limite, têm mais acesso ao sistema financeiro por falta de garantias, e a redução das vendas, em alguns casos, a total ausência delas, levou alguns negócios ao limite, como aqueles que dependiam do movimento das ruas.

Entender as mudanças na realidade vigente é fundamental para todos aqueles que estão inseridos de alguma forma no universo dos negócios, mas é ainda mais importante para aqueles que apoiam o empreendedorismo por mulheres.

Segundo Kristalina Gueorguieva, diretora-gerente do FMI, “a pandemia ameaça reverter os ganhos obtidos em termos de oportunidades econômicas para as mulheres e, assim, ampliar as desigualdades de gênero que persistem apesar de 30 anos de progresso”. Essa afirmação se justifica, uma vez que é maior a probabilidade de as mulheres trabalharem em setores sociais – como serviços, varejo, turismo e hotelaria – que exigem a interação direta. Esses setores são os mais atingidos pelas medidas de mitigação e distan-

ciamento social. No Brasil, segundo o documento, 67% das mulheres empregadas não conseguem trabalhar de casa. Ainda segundo ela, há mais mulheres do que homens trabalhando no setor informal, seus salários são mais baixos, elas não estão protegidas pela legislação trabalhista nem recebem benefícios como aposentadoria ou seguro-saúde.

Outro ponto muito relevante para o universo feminino é que elas arcam com uma parcela muito maior de tarefas domésticas que os homens, o que só aumentou com o isolamento, já que as crianças não vão mais para escolas e creches, e os idosos precisam de cuidados especiais, já que eles são do grupo de risco. É também um agravante o fato de que, após a suspensão das medidas de paralisação, as mulheres tendem a demorar mais para retomar o pleno emprego. A probabilidade de o homem ter voltado ao trabalho era aproximadamente três vezes maior do que a da mulher em alguns locais. É importante entender que é necessário que se intensifiquem as políticas que possam combater a desigualdade de gênero, por meio da criação de condições e incentivos para que as mulheres trabalhem (FMI, 2020).



As empresas comandadas por mulheres foram as mais afetadas pelos efeitos pós-pandemia (**52%** fecharam “temporariamente” ou “de vez”, contra **47%** nos homens).

Fonte: SEBRAE, O impacto da pandemia do coronavírus nos pequenos negócios. 3ª edição.

Anteriormente nós vimos vários pontos relevantes a serem considerados. O primeiro é a importância que o empreendedorismo por mulheres tem para a equiparação de gêneros e o empoderamento feminino, fator que, por si só, deve impulsionar políticas de apoio ao empreendedorismo por mulheres, para não se perder os ganhos já alcançados. O segundo é que o empreendedorismo, por necessidade, é ainda o principal fator pelo qual tanto as mulheres quanto os homens decidem empreender. De acordo com a Pesquisa GEM (2019), 88% dos empreendedores iniciais apontam a necessidade de “ganhar a vida, pois os empregos são escassos” como motivação para iniciar um novo negócio (para 26,2%, esse é o único motivo). Diante dos efeitos da pandemia na frente de trabalho feminino, é possível antever um possível crescimento no número de empreendedoras, mesmo que informais, ou trabalhadoras por conta própria, já que muitas vezes o empreendedorismo é uma vertente que se busca em um momento de desempre-

go, visando tão somente à sua sobrevivência e de seus familiares.

O terceiro diz respeito às dificuldades que permeiam o caminho das mulheres que já estão à frente de empresas, também mais afetadas que aquelas comandadas por homens e que, com as consequências da pandemia, se veem em um momento decisivo de transformação, para que elas se fortaleçam. É preciso entender a necessidade de se criar estratégias para as mudanças que estão se desenhando para um futuro próximo.

É preciso se concentrar no aspecto do efeito assimétrico dos efeitos da pandemia para as mulheres, trazendo mais apoio e ações a esse público-alvo, evitando assim que se intensifiquem as desigualdades. Pode até mesmo ser uma oportunidade de melhorar os resultados femininos. Sabe-se que momentos de transição são ideais para se quebrar o status quo e transformar realidades.



E A PALAVRA É DELAS



“Existe a necessidade de uma legislação que ampare a mulher no acesso ao crédito e linhas de financiamento, no sentido de fomentar a implementação do empreendedorismo feminino na nossa sociedade, uma vez que devolve à mulher o protagonismo da sua vida, garantindo-lhe liberdade e independência”.

Patrícia Moura Quirino de Freitas

*Secretária Municipal de Políticas
para as Mulheres - Goiânia*

REFERÊNCIAS

BRASIL. **Instrução normativa N ° 1.182**, de 19 de Agosto de 2011. SECRETARIA DA RECEITA FEDERAL DO BRASIL. Diário Oficial da União, Brasília, 19 de Agosto de 2011.

CNC. Confederação Nacional do Comércio. **Sumário econômico**. Ano XXXVIII, n. 1.636. set. 2020. Disponível em: <http://www.cnc.org.br/sites/default/files/2020-09/sumario_1636.pdf>. Acesso em: 01 out. 2020.

COELHO, Fábio Ulhoa. **Curso de direito comercial, volume 1: direito de empresa**. 20. ed. rev., atual. e ampl. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2016.

COELHO, Fábio Ulhoa. **Princípios do direito comercial: com anotações ao projeto de código comercial**. São Paulo: Saraiva, 2012.

CONEXÃO. **Empreendedorismo: quais são os desafios**. Canal Futura. 23 ago. 2019. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=5yKw-68CYIAc&t=178s>>. Acesso em: 10 set. 2020.

DIEESE. Departamento Intersindical de Estatística e Estudos Econômicos. **Brasil: a inserção das mulheres no mercado de trabalho**, 4º trimestre. 2019.

ENDEAVOR. **Como o intraempreendedorismo pode impulsionar a inovação em sua empresa**.

Krummenauer, André. 6 mai. 2016. Disponível em: <<https://endeavor.org.br/pessoas/intraempreendedorismo-inovacao-empresa/>>. Acesso em 12 set. 2020.

FMI. Fundo Monetário Internacional. **Os ganhos econômicos da inclusão de gênero: bem maiores do que você imaginava**. LAGARDE, Christine; OSTRY, Jonathan. 28 nov. 2018. Disponível em: <<https://www.imf.org/pt/News/Articles/2018/11/28/blog-economic-gains-from-gender-inclusion-even-greater-than-you-thought>>. Acesso em: 18 set. 2020.

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

GARWOOD. Monica. **Mulheres unidas: dinâmicas inclusivas de trabalho**. Box 1824. 3 ago. 2016. Disponível em: <<https://medium.com/@box1824/mulheres-unidas-din%C3%A2micas-inclusivas-de-trabalho-28ca002835b9>>. Acesso em: 2 set. 2020.

GEM. Global Entrepreneurship Monitor. **Empreendedorismo no Brasil: relatório executivo**. 2019.

IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Pandemia foi responsável pelo fechamento de 4 em cada 10 empresas com atividades encerradas.** Agência de Notícias. 16 jul. 2020. Disponível: <<https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/28295-pandemia-foi-responsavel-pelo-fechamento-de-4-em-cada-10-empresas-com-atividades-encerradas>> Acesso em: 18 set. 2020.

IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Síntese de indicadores sociais: uma análise das condições de vida da população brasileira.** Rio de Janeiro. 2019. Disponível em: <<https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv101678.pdf>>. Acesso em: 30 set. 2020.

IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Sistema IBGE de Recuperação Eletrônica (SIDRA).** 2020. Disponível em: <www.sidra.ibge.gov.br>. Acesso em: 05 set. 2020.

IMB. Instituto Mauro Borges de Estatística e Estudo Socioeconômicos. **Atlas do Estado de Goiás,** 2014.

IPEA. Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada. **Estudo mostra desigualdades de gênero e raça no Brasil em 20 anos.** Disponível em: <https://www.ipea.gov.br/retrato/indicadores_chefia_familia.html> Acesso em: 07 set. 2020.

LAFLOUFA, Jaqueline. **O futuro que não chega: nesta década, a vida se digitalizou, mas várias tecnologias e avanços são ainda promessas.** Tab Uol. [on line]. 9 dez. 2019. Disponível em: <<https://tab.uol.com.br/edicao/>

[tendencias-decada/index.htm#cover](https://tab.uol.com.br/edicao/)>. Acesso em: 15 set. 2020.

MEIRELES, Fernando. **GenderBR prevê sexo a partir de nomes próprios brasileiros usando dados do Censo de 2010 do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística.** GitHub, 2018. Disponível em: <<https://github.com/meirelesff/genderBR>>. Acesso: 17 ago. 2020.

MINISTÉRIO DA SAÚDE. **Estudo de estimativas populacionais por município, idade e sexo – 2000-2020.** Disponível em: <<http://tabnet.datasus.gov.br/cgi/deftohtm.exe?popsvs/cnv/popbr.def>>. Acesso: 18 set. 2020.

ONU MULHERES BRASIL. **Podemos mudar a maré em favor da igualdade de gênero.** Notícias. 13 abr. 2020. Disponível em: <<http://www.onumulheres.org.br/noticias/podemos-mudar-a-mare-em-favor-da-igualdade-de-genero-afirma-diretora-executiva-da-onu-mulheres/>>. Acesso em: 17 set. 2020

PORTAL DO EMPREENDEDOR. **Relatórios estatísticos do MEI.** Disponível em: <<http://www.portaldoempreendedor.gov.br/estatisticas>>. Acesso em 10 set. 2020.

PRETAHUB; PLANO CDE. **O empreendedorismo negro no Brasil.** 2019. Disponível em: <<http://www.planocde.com.br/site2018/wp-content/uploads/2020/05/PlanoCDE-FeiraPreta-JPMorgan.pdf>> Acesso em: 19 set. 2020.

Receita Federal. **Dados públicos CNPJ, 2018.** Disponível em: <<https://receita.economia.gov>

br/orientacao/tributaria/cadastros/cadastro-nacional-de-pessoas-juridicas-cnpj/dados-publicos-cnpj>. Acesso: 17 agosto. 2020.

ROCCO, Alfredo. **Princípios de Direito Comercial**. Traduzido do italiano pelo Prof. Cabral de Moncada. São Paulo: Saraiva & C^a. Editores, 1931.

SANTIAGO, George. **Pacote desenvolvido para tratar e organizar a Base de dados do Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica (CNPJ)**. GitHub, 2020. Disponível em: <<https://github.com/georgevbsantiago/qsacnpj>>. Acesso: 28 agosto. 2020.

SEBRAE. Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. **Intraempreendedorismo e inovação: uma abordagem especial**. Disponível em: <[https://bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/88bf78f56cb5ca428ac375ac7de61d10/\\$File/5860.pdf](https://bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/88bf78f56cb5ca428ac375ac7de61d10/$File/5860.pdf)>. Acesso: 09 set.2020.

SEBRAE. Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. **O impacto da pandemia de coronavírus nos pequenos negócios – 3ª edição: resultados por sexo**. 2020.

SEBRAE. Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. **Pequenos negócios – Desafios e Perspectivas: Encadeamento Produtivo**. Carlos Alberto dos Santos (Coord). Brasília, 2014. Disponível em: <[http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/744d-7f833b21a403ba5bbc520bb7131e/\\$File/4594.pdf](http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/744d-7f833b21a403ba5bbc520bb7131e/$File/4594.pdf)> Acesso em: 21 set. 2020.

SEBRAE. Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. **Tendências e oportunidades de negócios em Goiás: edição revista e atualizada**. CARNEIRO, Lis Gonçalves. Goiânia, 2019. Disponível em: <<https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/GO/Sebrae%20de%20A%20a%20Z/Caderno%20Estudo%20de%20Tend%C3%AAncias%202019.pdf>>. Acesso em: 10 set. 2020.

VITÓRIO, Tamires. **Por que as mulheres tendem a ser mais inseguras do que homens no trabalho**. Revista Você S/A. 2 jul. 2019. Disponível em: <<https://vocesa.abril.com.br/geral/por-que-as-mulheres-tendem-a-ser-mais-inseguras-do-que-homens-no-trabalho/>>. Acesso em: 29 set. 2020.

WEF. World Economic Forum. **À distância de mais do que uma vida: o mundo enfrenta uma espera de 100 anos pela paridade de gênero**. Comunicado de Imprensa. 2019. Disponível em: <http://www3.weforum.org/docs/WEF_Global_Gender_Gap_Report_2020_Press_Release_Portuguese.pdf>. Acesso em: 30 set. 2020.

APÊNDICES

APÊNDICE 1 Nota Metodológica - Capítulo II

A pesquisa foi realizada por meio de análise estatística descritiva a partir de dados secundários extraídos da Pesquisa Nacional por Amostra e Domicílios Contínua (PNADc), realizada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE).

A PNADc tem como objetivo observar as oscilações e o desenvolvimento da força de trabalho e outras informações que se referem ao desenvolvimento econômico brasileiro. Vale ressaltar que os dados da PNADc são coletados a partir de uma amostragem probabilística, portanto, os resultados apresentados referem-se a uma estimativa da população brasileira, sendo os números apresentados neste capítulo aproximados por arredondamento. Por isso, pequenas diferenças nos somatórios nas tabelas são consideradas normais.

Para o estudo do perfil das mulheres empreendedoras em Goiás foram considerados os dados anuais de 2019. As variáveis de análise foram selecionadas a partir do dicionário de dados da pesquisa, disponível no site do IBGE e conforme Apêndice A, de modo a atender

ao objeto do estudo. Após a seleção das variáveis de interesse, realizou-se download do arquivo de microdados, em seguida, foi importado e organizado para análise específica do Estado de Goiás no *software* R Studio.

As análises estatísticas foram realizadas com o pacote *survey*, em que foi possível estratificar tanto o Estado de Goiás como as categorias mulheres e homens. Os resultados referentes à “área da UF”; “cor/raça”; e “escolaridade” são advindos da interação destas variáveis com a variável “posição na ocupação”, que indica o tipo de função exercida no trabalho principal. Foram calculadas a média das variáveis idade e renda.

Por fim, para transformar os dados encontrados em informação, foram importados os resultados estatísticos para o *software* Excel e traduzidos em tabelas e gráficos, onde foram calculados os percentuais que se encontram neste estudo.

Quadro de Variáveis Seleccionadas

Código da variável	Quesito		Categorias	
	nº	Descrição	Tipo	Descrição
V1023	-	Tipo de área	1	Capital
			2	Resto da RM (Região Metropolitana, excluindo a capital)
			3	Resto da RIDE (Região Integrada de Desenvolvimento Económico, excluindo a capital)
			4	Resto da UF (Unidade da Federação, excluindo a região metropolitana e a RIDE)
V2009	9	Idade do morador na data de referência	0 a 130	Idade (em anos)
V2010	10	Cor ou raça	1	Branca
			2	Preta
			3	Amarela
			4	Parda
			5	Indígena
			9	Ignorado
VD3004	-	Nível de instrução mais elevado alcançado (pessoas de 5 anos ou mais de idade) padronizado para o Ensino Fundamental com duração de 9 anos	1	Sem instrução e menos de 1 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
				Não aplicável
VD4007		Posição na ocupação no trabalho principal da semana de referência para pessoas de 14 anos ou mais de idade	1	Empregado (inclusive trabalhador doméstico)
			2	Empregador
			3	Conta própria
			4	Trabalhador familiar auxiliar
				Não aplicável
VD4017		Rendimento mensal efetivo 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	R\$
				Não aplicável

Fonte: Adaptado do Dicionário das variáveis da PNAD contínua – 1ª visita com parte de características gerais dos moradores, rendimentos de outras fontes e habitação – 2018.

APÊNDICE 2

Nota Metodológica - Capítulo III

O mapeamento das primeiras empresas fundadas por mulheres conforme região de planejamento no Estado, apresentado na subse-

ção 3.1., foi realizado com base em dados da JUCEG. As variáveis consultadas para este estudo estão descritas no quadro 1.

QUADRO 1 – Descrição das variáveis da base JUCEG

VARIÁVEIS	TIPO DE VARIÁVEL
Sexo da empreendedora	Categórica
Data de nascimento do empreendedor	Data
Registro da empresa	Categórica
Data que a empresa foi constituída	Data
Código da natureza jurídica	Categórica
Código do município	Categórica
Código da atividade econômica	Categórica
Código do empreendedor vinculado na empresa	Categórica
Data que o empreendedor entrou na sociedade	Data

Fonte: UFG/2020.

Para se obter um retrato do momento de criação da empresa, foi realizado um recorte para considerar apenas os fundadores da empresa. Assim, foram mantidas apenas as observações cujas datas de constituição de empresa e data de entrada do empreendedor fossem correspondentes.

Em seguida, foi adicionada uma variável para identificar as regiões de planejamento do Estado de Goiás, utilizando a classificação já empregada em estudos realizados pelo Instituto Mauro Borges (IMB, 2014), sendo elas: Região Metropolitana de Goiânia; Região Centro-Oeste Goiano (Eixo BR-153); Região Nor-

te Goiano; Região Nordeste Goiano; Região Entorno do Distrito Federal; Região Sudeste Goiano (Estrada de ferro); Região Sul Goiano; Região Sudoeste Goiano; Região Oeste Goiano (Eixo GO-060); Região Noroeste Goiano (Estrada de Ferro).

A subseção 3.2. foi resultado da análise de dados públicos disponibilizados no site da Receita Federal (2020). Os dados estão dispostos em duas tabelas complementares. Na primeira, composta por aproximadamente 44,5 milhões de observações, encontram-se dados das empresas, tais como CNPJ, situação perante a Receita Federal, código de natu-

reza jurídica, razão social, município em que está estabelecida, CNAE e inscrição como microempreendedor individual. A segunda tabela – com aproximadamente 22 milhões de observações – é composta por dados das pessoas físicas que compõem as empresas, dentre eles: CNPJ a qual estão vinculados, nome, data que entrou na sociedade. É importante estabelecer algumas observações

importantes: a) as tabelas apresentam uma lógica relacional, portanto, é possível realizar uma união de ambas a partir do código CNPJ; b) os dados empreendedor da natureza jurídica empresário individual (código 2135) estão dispostos na primeira tabela, uma vez que essa categoria não possui sócios. O quadro 2 apresenta um resumo das variáveis usadas nesse estudo.

QUADRO 2 – Descrição das variáveis utilizadas – Dados públicos da Receita Federal

VARIÁVEIS	TIPO DE VARIÁVEL	Tabela
Número de inscrição no CNPJ	Categórica	Empresa e Sócio
Situação cadastral	Categórica	Empresa
Data situação cadastral	Data	Empresa
Razão Social	Categórica	Empresa
Data início atividade	Data	Empresa
Código da atividade econômica	Categórica	Empresa
Município	Categórica	Empresa
Qualificação do responsável	Categórica	Empresa
Opção pelo MEI	Categórica	Empresa
Nome do sócio	Categórica	Sócio
Data que o sócio entrou na sociedade	Data	Sócio

Fonte: UFG, 2020.

Diante dessas considerações, os próximos parágrafos narram os procedimentos de tratamento dos dados. A base de 44,5 milhões de CNPJ brasileiros foi filtrada de modo a manter apenas casos do Estado de Goiás, resultando assim em 1.511.721 observações. Em sequência, optou-se por restringir a análise para empresas em situação ativa,

que é quando não existe nenhuma situação de irregularidade perante à Receita Federal. Desse modo, restaram 699.730 empresas ativas para análise. Desse total de empresas, 443.847 foram formadas por empresários individuais, natureza jurídica que abriga apenas um empreendedor. As demais naturezas jurídicas demandaram a união com a

segunda tabela, conforme explicado no parágrafo anterior.

Após a união com a segunda tabela, restaram 682.907 empresas (443.847 Empresas Individuais e 239.060 demais). Um último procedimento foi realizado para identificar o sexo dos empreendedores, uma vez que a base não possui uma variável para identificar o sexo. Para isso, foi utilizado um pacote da linguagem R que, a partir de técnicas de aprendizado supervisionado de máquina, consegue ler os nomes, variável existente na base e predizer o sexo. O algoritmo conseguiu classificar 93% dos nomes com acurácia. Nomes incomuns não foram apurados pela técnica. Portanto, após essa última filtragem, restaram um total de 634.166 empresas, que juntas possuíam 890.566 empreendedores. Diante desses dados, observa-se que tivemos uma amostra de 90,63% da população de empresas ativas, o que corresponde a um valor representativo.

Com a base já tratada, foram conduzidas análises de frequência por setor de atuação, natureza jurídica e município. Em relação às cidades, além da frequência entre homens e mulheres, foi conduzida uma análise ponderada pelo tamanho da população do sexo

feminino do município. Assim, foi possível identificar o número de mulheres empreendedoras para cada 100 indivíduos do sexo feminino no município. A análise ponderada foi calculada com base nas estimativas populacionais por município e sexo do período de 2020, elaboradas pelo Ministério da Saúde. Além disso, foi realizado um recorte para conter apenas idades correspondentes aos cálculos de população economicamente ativa do IBGE.

As análises e manipulações de ambas subseções foram realizadas usando a linguagem R com a extensão RStudio. Dois pacotes da linguagem foram essenciais para esse trabalho: o *genderBR*, criado por Fernando Meireles (2018), para classificar o sexo a partir dos nomes; o segundo pacote (*qsacnpj*) permite o tratamento inicial dos dados da Receita Federal e foi desenvolvido por George Santiago (2019). O mapa de calor apresentado na figura 4 foi construído com o *software* aberto QGIS.

APÊNDICE 3
Proporção de mulheres por CNAE
(em ordem decrescente da participação feminina)
Referentes ao Capítulo III

CNAE	F	M	total	F (%)	M (%)
SERVIÇOS DOMÉSTICOS	3769	273	4042	93,25%	6,75%
OUTRAS ATIVIDADES DE SERVIÇOS PESSOAIS	28295	10187	38482	73,53%	26,47%
ATIVIDADES DE ATENÇÃO À SAÚDE HUMANA INTEGRADAS COM ASSISTÊNCIA SOCIAL, PRESTADAS EM RESIDÊNCIAS COLETIVAS E PARTICULARES	1902	818	2720	69,93%	30,07%
CONFECÇÃO DE ARTIGOS DO VESTUÁRIO E ACESSÓRIOS	12798	6176	18974	67,45%	32,55%
ELETRICIDADE, GÁS E OUTRAS UTILIDADES	1992	1004	2996	66,49%	33,51%
FABRICAÇÃO DE CELULOSE, PAPEL E PRODUTOS DE PAPEL	391	266	657	59,51%	40,49%
FABRICAÇÃO DE PRODUTOS TÊXTEIS	1739	1241	2980	58,36%	41,64%
ATIVIDADES DE EXPLORAÇÃO DE JOGOS DE AZAR E APOSTAS	27	22	49	55,10%	44,90%
FABRICAÇÃO DE PRODUTOS DIVERSOS	2165	1870	4035	53,66%	46,34%
EDUCAÇÃO	11486	10756	22242	51,64%	48,36%
ALIMENTAÇÃO	26555	26382	52937	50,16%	49,84%
ATIVIDADES VETERINÁRIAS	310	347	657	47,18%	52,82%
COMÉRCIO VAREJISTA	99569	112788	212357	46,89%	53,11%
ALOJAMENTO	2083	2436	4519	46,09%	53,91%
FABRICAÇÃO DE PRODUTOS ALIMENTÍCIOS	6625	7894	14519	45,63%	54,37%
AGÊNCIAS DE VIAGENS, OPERADORES TURÍSTICOS E SERVIÇOS DE RESERVAS	1216	1536	2752	44,19%	55,81%
ATIVIDADES DE ATENÇÃO À SAÚDE HUMANA	11388	16216	27604	41,25%	58,75%
PUBLICIDADE E PESQUISA DE MERCADO	8023	11607	19630	40,87%	59,13%
SERVIÇOS DE ESCRITÓRIO, DE APOIO ADMINISTRATIVO E OUTROS SERVIÇOS PRESTADOS PRINCIPALMENTE AS EMPRESAS	11079	16190	27269	40,63%	59,37%
EDIÇÃO E EDIÇÃO INTEGRADA À IMPRESSÃO	1212	1802	3014	40,21%	59,79%
ATIVIDADES DE SEDES DE EMPRESAS E DE CONSULTORIA EM GESTÃO EMPRESARIAL	1981	3022	5003	39,60%	60,40%
ATIVIDADES LIGADAS AO PATRIMÔNIO CULTURAL E AMBIENTAL	35	54	89	39,33%	60,67%

SERVIÇOS DE ASSISTÊNCIA SOCIAL SEM ALOJAMENTO	328	515	843	38,91%	61,09%
FABRICAÇÃO DE OUTROS EQUIPAMENTOS DE TRANSPORTE, EXCETO VEÍCULOS AUTOMOTORES	33	54	87	37,93%	62,07%
FABRICAÇÃO DE BEBIDAS	603	1001	1604	37,59%	62,41%
SELEÇÃO, AGENCIAMENTO E LOCAÇÃO DE MÃO-DE-OBRA	128	213	341	37,54%	62,46%
PREPARAÇÃO DE COUROS E FABRICAÇÃO DE ARTEFATOS DE COURO, ARTIGOS PARA VIAGEM E CALÇADOS	1034	1774	2808	36,82%	63,18%
ALUGUÉIS NÃO IMOBILIÁRIOS E GESTÃO DE ATIVOS INTANGÍVEIS NÃO FINANCEIROS	2903	5059	7962	36,46%	63,54%
ATIVIDADES AUXILIARES DOS SERVIÇOS FINANCEIROS, SEGUROS, PREVIDÊNCIA COMPLEMENTAR E PLANOS DE SAÚDE	1678	3002	4680	35,85%	64,15%
OUTRAS ATIVIDADES PROFISSIONAIS, CIENTÍFICAS E TÉCNICAS	2112	3989	6101	34,62%	65,38%
FABRICAÇÃO DE MÁQUINAS, APARELHOS E MATERIAIS ELÉTRICOS	112	218	330	33,94%	66,06%
ATIVIDADES IMOBILIÁRIAS	4153	8087	12240	33,93%	66,07%
FABRICAÇÃO DE MÁQUINAS E EQUIPAMENTOS	226	444	670	33,73%	66,27%
EXTRAÇÃO DE CARVÃO MINERAL	1	2	3	33,33%	66,67%
IMPRESSÃO E REPRODUÇÃO DE GRAVAÇÕES	931	1874	2805	33,19%	66,81%
ATIVIDADES ESPORTIVAS E DE RECREAÇÃO E LAZER	1709	3458	5167	33,08%	66,92%
FABRICAÇÃO DE PRODUTOS DE BORRACHA E DE MATERIAL PLÁSTICO	402	814	1216	33,06%	66,94%
FABRICAÇÃO DE PRODUTOS DO FUMO	22	45	67	32,84%	67,16%
FABRICAÇÃO DE PRODUTOS QUÍMICOS	545	1134	1679	32,46%	67,54%
AGRICULTURA, PECUÁRIA E SERVIÇOS RELACIONADOS	4011	8369	12380	32,40%	67,60%
COMÉRCIO POR ATACADO, EXCETO VEÍCULOS AUTOMOTORES E MOTOCICLETAS	10467	22367	32834	31,88%	68,12%
DESCONTAMINAÇÃO E OUTROS SERVIÇOS DE GESTÃO DE RESÍDUOS	6	13	19	31,58%	68,42%
FABRICAÇÃO DE PRODUTOS DE MINERAIS NÃO METÁLICOS	1279	2790	4069	31,43%	68,57%
ATIVIDADES DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE INFORMAÇÃO	578	1262	1840	31,41%	68,59%

ATIVIDADES JURÍDICAS, DE CONTABILIDADE E DE AUDITORIA	3194	7313	10507	30,40%	69,60%
ATIVIDADES DE RÁDIO E DE TELEVISÃO	282	650	932	30,26%	69,74%
ESGOTO E ATIVIDADES RELACIONADAS	84	197	281	29,89%	70,11%
SERVIÇOS DE ARQUITETURA E ENGENHARIA	1741	4102	5843	29,80%	70,20%
COLETA, TRATAMENTO E DISPOSIÇÃO DE RESÍDUOS	699	1656	2355	29,68%	70,32%
ATIVIDADES CINEMATOGRAFICAS, PRODUÇÃO DE VÍDEOS E DE PROGRAMAS DE TELEVISÃO	471	1118	1589	29,64%	70,36%
FABRICAÇÃO DE PRODUTOS FARMOQUÍMICOS E FARMACÊUTICOS	94	225	319	29,47%	70,53%
EXTRAÇÃO DE MINERAIS NÃO METÁLICOS	399	966	1365	29,23%	70,77%
ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA, DEFESA E SEGURIDADE SOCIAL	79	192	271	29,15%	70,85%
CAPTAÇÃO, TRATAMENTO E DISTRIBUIÇÃO DE ÁGUA	30	76	106	28,30%	71,70%
ATIVIDADES DE ORGANIZAÇÕES ASSOCIATIVAS	4677	12131	16808	27,83%	72,17%
ATIVIDADES DE VIGILÂNCIA, SEGURANÇA E INVESTIGAÇÃO	372	987	1359	27,37%	72,63%
FABRICAÇÃO DE PRODUTOS DE MADEIRA	598	1595	2193	27,27%	72,73%
FABRICAÇÃO DE VEÍCULOS AUTOMOTORES, REBOQUES E CARROCERIAS	203	555	758	26,78%	73,22%
FABRICAÇÃO DE COQUE, DE PRODUTOS DERIVADOS DO PETRÓLEO E DE BIOCOMBUSTÍVEIS	115	329	444	25,90%	74,10%
ATIVIDADES DOS SERVIÇOS DE TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO	912	2667	3579	25,48%	74,52%
EXTRAÇÃO DE PETRÓLEO E GÁS NATURAL	1	3	4	25,00%	75,00%
SERVIÇOS PARA EDIFÍCIOS E ATIVIDADES PAISAGÍSTICAS	1202	3609	4811	24,98%	75,02%
CONSTRUÇÃO DE EDIFÍCIOS	6065	18772	24837	24,42%	75,58%
METALURGIA	43	137	180	23,89%	76,11%
OBRAS DE INFRAESTRUTURA	768	2457	3225	23,81%	76,19%
COMÉRCIO E REPARAÇÃO DE VEÍCULOS AUTOMOTORES E MOTOCICLETAS	10423	33574	43997	23,69%	76,31%
PRODUÇÃO FLORESTAL	114	369	483	23,60%	76,40%
TRANSPORTE AQUAVIÁRIO	22	73	95	23,16%	76,84%
ATIVIDADES ARTÍSTICAS, CRIATIVAS E DE ESPETÁCULOS	640	2128	2768	23,12%	76,88%
TRANSPORTE TERRESTRE	7302	25197	32499	22,47%	77,53%
PESQUISA E DESENVOLVIMENTO CIENTÍFICO	87	308	395	22,03%	77,97%

EXTRAÇÃO DE MINERAIS METÁLICOS	76	270	346	21,97%	78,03%
TELECOMUNICAÇÕES	642	2321	2963	21,67%	78,33%
PESCA E AQUICULTURA	51	191	242	21,07%	78,93%
MANUTENÇÃO, REPARAÇÃO E INSTALAÇÃO DE MAQUINAS E EQUIPAMENTOS	1356	5272	6628	20,46%	79,54%
FABRICAÇÃO DE EQUIPAMENTOS DE INFORMÁTICA, PRODUTOS ELETRÔNICOS E ÓTICOS	36	140	176	20,45%	79,55%
ARMAZENAMENTO E ATIVIDADES AUXILIARES DOS TRANSPORTES	1342	5254	6596	20,35%	79,65%
FABRICAÇÃO DE MÓVEIS	999	4038	5037	19,83%	80,17%
SEGUROS, RESSEGUROS, PREVIDÊNCIA COMPLEMENTAR E PLANOS DE SAÚDE	134	556	690	19,42%	80,58%
REPARAÇÃO E MANUTENÇÃO DE EQUIPAMENTOS DE INFORMÁTICA E COMUNICAÇÃO E DE OBJETOS PESSOAIS E DOMÉSTICOS	1978	8256	10234	19,33%	80,67%
FABRICAÇÃO DE PRODUTOS DE METAL, EXCETO MÁQUINAS E EQUIPAMENTOS	1668	7003	8671	19,24%	80,76%
ORGANISMOS INTERNACIONAIS E OUTRAS INSTITUIÇÕES EXTRATERRITORIAIS	6	28	34	17,65%	82,35%
ATIVIDADES DE SERVIÇOS FINANCEIROS	10896	64270	75166	14,50%	85,50%
ATIVIDADES DE APOIO A EXTRAÇÃO DE MINERAIS	8	51	59	13,56%	86,44%
TRANSPORTE AÉREO	14	108	122	11,48%	88,52%
SERVIÇOS ESPECIALIZADOS PARA CONSTRUÇÃO	4281	33470	37751	11,34%	88,66%
CORREIO E OUTRAS ATIVIDADES DE ENTREGA	413	6037	6450	6,40%	93,60%

APÊNDICE 4 – CAPÍTULO III

Proporção de mulheres por município (em ordem alfabética)

Município	F	M	total	F (%)	M (%)	ranking
ABADIA DE GOIÁS	544	1076	1620	33,60%	66,40%	156
ABADIÂNIA	558	1213	1771	31,50%	68,50%	190
ACREÚNA	981	1679	2660	36,90%	63,10%	89
ADELÂNDIA	80	208	288	27,80%	72,20%	224
ÁGUA FRIA DE GOIÁS	125	329	454	27,50%	72,50%	227
ÁGUA LIMPA	46	110	156	29,50%	70,50%	216
ÁGUAS LINDAS DE GOIÁS	5230	8647	13877	37,70%	62,30%	64
ALEXÂNIA	1130	2096	3226	35,00%	65,00%	133
ALOÂNDIA	78	209	287	27,20%	72,80%	228
ALTO HORIZONTE	297	643	940	31,60%	68,40%	186
ALTO PARAÍSO DE GOIÁS	942	1168	2110	44,60%	55,40%	4
ALVORADA DO NORTE	397	776	1173	33,80%	66,20%	153
AMARALINA	74	201	275	26,90%	73,10%	231
AMERICANO DO BRASIL	189	356	545	34,70%	65,30%	141
AMORINÓPOLIS	97	198	295	32,90%	67,10%	167
ANÁPOLIS	19043	30619	49662	38,30%	61,70%	53
ANHANGUERA	44	63	107	41,10%	58,90%	17
ANICUNS	855	1375	2230	38,30%	61,70%	52
APARECIDA DE GOIÂNIA	19954	34616	54570	36,60%	63,40%	98
APARECIDA DO RIO DOCE	125	275	400	31,30%	68,80%	194
APORÉ	425	514	939	45,30%	54,70%	1
ARACU	162	243	405	40,00%	60,00%	28
ARAGARÇAS	680	1082	1762	38,60%	61,40%	46
ARAGOIÂNIA	407	762	1169	34,80%	65,20%	139
ARAGUAPAZ	263	472	735	35,80%	64,20%	120
ARENÓPOLIS	105	231	336	31,30%	68,80%	195
ARUANÃ	410	660	1070	38,30%	61,70%	51
AURILÂNDIA	111	243	354	31,40%	68,60%	192
AVELINÓPOLIS	101	151	252	40,10%	59,90%	25
BALIZA	70	214	284	24,60%	75,40%	239
BARRO ALTO	405	847	1252	32,30%	67,70%	179
BELA VISTA DE GOIÁS	1224	2096	3320	36,90%	63,10%	88
BOM JARDIM DE GOIÁS	309	547	856	36,10%	63,90%	114
BOM JESUS	966	1619	2585	37,40%	62,60%	74
BONFINÓPOLIS	362	608	970	37,30%	62,70%	82
BONÓPOLIS	124	283	407	30,50%	69,50%	201
BRAZABRANTES	185	251	436	42,40%	57,60%	6
BRITÂNIA	246	486	732	33,60%	66,40%	157

BURITI ALEGRE	468	840	1308	35,80%	64,20%	119
BURITI DE GOIÁS	92	252	344	26,70%	73,30%	234
BURITINÓPOLIS	58	187	245	23,70%	76,30%	240
CABECEIRAS	249	443	692	36,00%	64,00%	116
CACHOEIRA ALTA	425	697	1122	37,90%	62,10%	58
CACHOEIRA DE GOIÁS	41	76	117	35,00%	65,00%	134
CACHOEIRA DOURADA	339	598	937	36,20%	63,80%	110
CAÇU	718	1290	2008	35,80%	64,20%	118
CAIAPÔNIA	648	1139	1787	36,30%	63,70%	108
CALDAS NOVAS	6444	9169	15613	41,30%	58,70%	15
CALDAZINHA	91	176	267	34,10%	65,90%	149
CAMPESTRE DE GOIÁS	123	277	400	30,80%	69,30%	199
CAMPINAÇU	93	212	305	30,50%	69,50%	202
CAMPINORTE	538	893	1431	37,60%	62,40%	69
CAMPO ALEGRE DE GOIÁS	409	610	1019	40,10%	59,90%	26
CAMPO LIMPO DE GOIÁS	202	466	668	30,20%	69,80%	207
CAMPOS BELOS	891	1444	2335	38,20%	61,80%	54
CAMPOS VERDES	138	347	485	28,50%	71,50%	221
CARMO DO RIO VERDE	307	535	842	36,50%	63,50%	105
CASTELÂNDIA	129	273	402	32,10%	67,90%	181
CATALÃO	6273	9215	15488	40,50%	59,50%	19
CATURAÍ	178	359	537	33,10%	66,90%	163
CAVALCANTE	329	470	799	41,20%	58,80%	16
CERES	1295	2403	3698	35,00%	65,00%	132
CEZARINA	362	626	988	36,60%	63,40%	101
CHAPADÃO DO CÉU	782	1312	2094	37,30%	62,70%	84
CIDADE OCIDENTAL	2671	4184	6855	39,00%	61,00%	38
COCALZINHO DE GOIÁS	570	1176	1746	32,60%	67,40%	174
COLINAS DO SUL	95	225	320	29,70%	70,30%	211
CORREGO DO OURO	74	199	273	27,10%	72,90%	229
CORUMBÁ DE GOIÁS	312	713	1025	30,40%	69,60%	203
CORUMBÁIBA	360	782	1142	31,50%	68,50%	191
CRISTALINA	2229	4049	6278	35,50%	64,50%	126
CRISTIANÓPOLIS	288	449	737	39,10%	60,90%	36
CRIXÁS	601	1039	1640	36,60%	63,40%	102
CROMÍNIA	163	342	505	32,30%	67,70%	177
CUMARI	117	245	362	32,30%	67,70%	178
DAMIANÓPOLIS	110	211	321	34,30%	65,70%	147
DAMOLÂNDIA	190	235	425	44,70%	55,30%	3
DAVINÓPOLIS	71	217	288	24,70%	75,30%	238
DIORAMA	52	112	164	31,70%	68,30%	184
DIVINÓPOLIS DE GOIÁS	124	198	322	38,50%	61,50%	49

DOVERLÂNDIA	252	373	625	40,30%	59,70%	23
EDEALINA	182	373	555	32,80%	67,20%	171
EDÉIA	528	998	1526	34,60%	65,40%	143
ESTRELA DO NORTE	147	298	445	33,00%	67,00%	165
FAINA	223	421	644	34,60%	65,40%	144
FAZENDA NOVA	250	351	601	41,60%	58,40%	12
FIRMINÓPOLIS	642	948	1590	40,40%	59,60%	20
FLORES DE GOIÁS	215	433	648	33,20%	66,80%	162
FORMOSA	4873	8178	13051	37,30%	62,70%	83
FORMOSO	211	459	670	31,50%	68,50%	189
GAMELEIRA DE GOIÁS	75	174	249	30,10%	69,90%	208
GOIANÁPOLIS	440	780	1220	36,10%	63,90%	113
GOIANDIRA	259	354	613	42,30%	57,70%	7
GOIANÉSIA	3002	4781	7783	38,60%	61,40%	45
GOIÂNIA	107163	178094	285257	37,60%	62,40%	67
GOIANIRA	2104	3279	5383	39,10%	60,90%	37
GOIÁS	960	1607	2567	37,40%	62,60%	75
GOIATUBA	1682	2675	4357	38,60%	61,40%	47
GOUVELÂNDIA	178	264	442	40,30%	59,70%	22
GUAPÓ	603	1065	1668	36,20%	63,80%	109
GUARAÍTA	69	113	182	37,90%	62,10%	59
GUARANI DE GOIÁS	57	207	264	21,60%	78,40%	246
GUARINOS	52	174	226	23,00%	77,00%	243
HEITORAÍ	101	245	346	29,20%	70,80%	218
HIDROLÂNDIA	1016	1914	2930	34,70%	65,30%	140
HIDROLINA	128	256	384	33,30%	66,70%	160
IACIARA	282	630	912	30,90%	69,10%	198
INACIOLÂNDIA	236	397	633	37,30%	62,70%	81
INDIARA	597	1029	1626	36,70%	63,30%	95
INHUMAS	2465	4121	6586	37,40%	62,60%	78
IPAMERI	1277	2030	3307	38,60%	61,40%	48
IPIRANGA DE GOIÁS	60	112	172	34,90%	65,10%	135
IPORÁ	1775	3007	4782	37,10%	62,90%	85
ISRAELÂNDIA	111	231	342	32,50%	67,50%	175
ITABERAÍ	1942	3229	5171	37,60%	62,40%	66
ITAGUARI	260	407	667	39,00%	61,00%	39
ITAGUARU	210	378	588	35,70%	64,30%	122
ITAJÁ	251	390	641	39,20%	60,80%	35
ITAPACI	781	1304	2085	37,50%	62,50%	72
ITAPIRAPUÃ	325	563	888	36,60%	63,40%	100
ITAPURANGA	1149	1913	3062	37,50%	62,50%	73
ITARUMÃ	241	557	798	30,20%	69,80%	206

ITAUÇU	364	604	968	37,60%	62,40%	70
ITUMBIARA	6408	9819	16227	39,50%	60,50%	33
IVOLÂNDIA	52	129	181	28,70%	71,30%	219
JANDAIA	237	535	772	30,70%	69,30%	200
JARAGUÁ	2066	3276	5342	38,70%	61,30%	43
JATAÍ	4884	8816	13700	35,60%	64,40%	124
JAUPACI	126	281	407	31,00%	69,00%	196
JESUPÓLIS	74	188	262	28,20%	71,80%	222
JOVIÂNIA	303	725	1028	29,50%	70,50%	215
JUSSARA	1172	1917	3089	37,90%	62,10%	62
LAGOA SANTA	90	109	199	45,20%	54,80%	2
LEOPOLDO DE BULHÕES	261	410	671	38,90%	61,10%	40
LUZIÂNIA	7189	11337	18526	38,80%	61,20%	41
MAIRIPOTABA	110	217	327	33,60%	66,40%	158
MAMBAÍ	256	480	736	34,80%	65,20%	137
MARA ROSA	570	969	1539	37,00%	63,00%	87
MARZAGÃO	100	238	338	29,60%	70,40%	213
MATRINCHÃ	163	252	415	39,30%	60,70%	34
MAURILÂNDIA	556	909	1465	38,00%	62,00%	56
MIMOSO DE GOIÁS	57	165	222	25,70%	74,30%	236
MINAÇU	973	1534	2507	38,80%	61,20%	42
MINEIROS	3189	5471	8660	36,80%	63,20%	94
MOIPORÁ	87	236	323	26,90%	73,10%	232
MONTE ALEGRE DE GOIÁS	168	400	568	29,60%	70,40%	212
MONTES CLAROS DE GOIÁS	401	682	1083	37,00%	63,00%	86
MONTIVIDIU	635	1164	1799	35,30%	64,70%	128
MONTIVIDIU DO NORTE	88	229	317	27,80%	72,20%	223
MORRINHOS	2085	3342	5427	38,40%	61,60%	50
MORRO AGUDO DE GOIÁS	57	87	144	39,60%	60,40%	32
MOSSÂMEDES	169	422	591	28,60%	71,40%	220
MOZARLÂNDIA	523	1072	1595	32,80%	67,20%	170
MUNDO NOVO	195	364	559	34,90%	65,10%	136
MUTUNÓPOLIS	118	256	374	31,60%	68,40%	185
NAZARIO	357	636	993	36,00%	64,00%	115
NERÓPOLIS	1565	2984	4549	34,40%	65,60%	146
NIQUELÂNDIA	1497	2206	3703	40,40%	59,60%	21
NOVA AMÉRICA	65	195	260	25,00%	75,00%	237
NOVA AURORA	73	158	231	31,60%	68,40%	187
NOVA CRIXÁS	488	956	1444	33,80%	66,20%	152
NOVA GLORIA	245	483	728	33,70%	66,30%	154
NOVA IGUAÇU DE GOIÁS	83	117	200	41,50%	58,50%	13
NOVA ROMA	70	226	296	23,60%	76,40%	241

NOVA VENEZA	475	818	1293	36,70%	63,30%	97
NOVO BRASIL	137	279	416	32,90%	67,10%	169
NOVO GAMA	2738	3981	6719	40,80%	59,20%	18
NOVO PLANALTO	120	267	387	31,00%	69,00%	197
ORIZONA	538	1176	1714	31,40%	68,60%	193
OURO VERDE DE GOIÁS	96	195	291	33,00%	67,00%	164
OUVIDOR	302	499	801	37,70%	62,30%	65
PADRE BERNARDO	978	1624	2602	37,60%	62,40%	68
PALESTINA DE GOIÁS	60	211	271	22,10%	77,90%	245
PALMEIRAS DE GOIÁS	1196	2057	3253	36,80%	63,20%	93
PALMELO	135	177	312	43,30%	56,70%	5
PALMINÓPOLIS	129	311	440	29,30%	70,70%	217
PANAMÁ	112	294	406	27,60%	72,40%	225
PARANAIGUARA	302	505	807	37,40%	62,60%	77
PARAÚNA	620	1194	1814	34,20%	65,80%	148
PEROLÂNDIA	106	351	457	23,20%	76,80%	242
PETROLINA DE GOIÁS	383	795	1178	32,50%	67,50%	176
PILAR DE GOIÁS	78	214	292	26,70%	73,30%	233
PIRACANJUBA	1060	1809	2869	36,90%	63,10%	92
PIRANHAS	439	881	1320	33,30%	66,70%	159
PIRENÓPOLIS	1156	1945	3101	37,30%	62,70%	80
PIRES DO RIO	1541	2340	3881	39,70%	60,30%	30
PLANALTINA	3552	5390	8942	39,70%	60,30%	31
PONTALINA	887	1547	2434	36,40%	63,60%	106
PORANGATU	1727	2814	4541	38,00%	62,00%	57
PORTEIRÃO	191	393	584	32,70%	67,30%	173
PORTELÂNDIA	138	282	420	32,90%	67,10%	166
POSSE	1270	2168	3438	36,90%	63,10%	91
PROFESSOR JAMIL	112	259	371	30,20%	69,80%	204
QUIRINÓPOLIS	1803	3014	4817	37,40%	62,60%	79
RIALMA	640	1189	1829	35,00%	65,00%	130
RIANÁPOLIS	156	329	485	32,20%	67,80%	180
RIO QUENTE	255	539	794	32,10%	67,90%	182
RIO VERDE	10363	18251	28614	36,20%	63,80%	111
RUBIATABA	890	1475	2365	37,60%	62,40%	71
SANCLERLÂNDIA	402	713	1115	36,10%	63,90%	112
SANTA BARBARA DE GOIÁS	460	770	1230	37,40%	62,60%	76
SANTA CRUZ DE GOIÁS	90	243	333	27,00%	73,00%	230
SANTA FE DE GOIÁS	172	372	544	31,60%	68,40%	188
SANTA HELENA DE GOIÁS	1971	3116	5087	38,70%	61,30%	44
SANTA ISABEL	116	160	276	42,00%	58,00%	9
SANTA RITA DO ARAGUAIA	343	515	858	40,00%	60,00%	27

SANTA RITA DO NOVO DESTINO	77	150	227	33,90%	66,10%	151
SANTA ROSA DE GOIÁS	73	248	321	22,70%	77,30%	244
SANTA TEREZA DE GOIÁS	167	396	563	29,70%	70,30%	210
SANTA TEREZINHA DE GOIÁS	326	613	939	34,70%	65,30%	142
SANTO ANTÔNIO DA BARRA	194	396	590	32,90%	67,10%	168
SANTO ANTÔNIO DE GOIÁS	897	1666	2563	35,00%	65,00%	131
SANTO ANTÔNIO DO DESCOBERTO	1793	2663	4456	40,20%	59,80%	24
SAO DOMINGOS	419	573	992	42,20%	57,80%	8
SÃO FRANCISCO DE GOIÁS	241	412	653	36,90%	63,10%	90
SÃO JOÃO D'ALIANÇA	443	730	1173	37,80%	62,20%	63
SÃO JOÃO DA PARAÚNA	70	121	191	36,60%	63,40%	103
SÃO LUÍS DE MONTES BELOS	1684	2757	4441	37,90%	62,10%	60
SÃO LUIZ DO NORTE	183	360	543	33,70%	66,30%	155
SÃO MIGUEL DO ARAGUAIA	727	1362	2089	34,80%	65,20%	138
SÃO MIGUEL DO PASSA QUATRO	177	354	531	33,30%	66,70%	161
SÃO PATRÍCIO	44	94	138	31,90%	68,10%	183
SÃO SIMÃO	812	1484	2296	35,40%	64,60%	127
SENADOR CANEDO	4496	8549	13045	34,50%	65,50%	145
SERRANÓPOLIS	287	529	816	35,20%	64,80%	129
SILVÂNIA	898	1619	2517	35,70%	64,30%	121
SIMOLÂNDIA	230	401	631	36,50%	63,50%	104
SÍTIO D'ABADIA	32	74	106	30,20%	69,80%	205
TAQUARAL DE GOIÁS	206	357	563	36,60%	63,40%	99
TERESINA DE GOIÁS	86	120	206	41,70%	58,30%	11
TEREZÓPOLIS DE GOIÁS	332	604	936	35,50%	64,50%	125
TRÊS RANCHOS	221	336	557	39,70%	60,30%	29
TRINDADE	4823	7792	12615	38,20%	61,80%	55
TROMBAS	82	229	311	26,40%	73,60%	235
TURVÂNIA	216	420	636	34,00%	66,00%	150
TURVELÂNDIA	236	421	657	35,90%	64,10%	117
UIRAPURU	79	208	287	27,50%	72,50%	226
URUAÇU	2043	3344	5387	37,90%	62,10%	61
URUANA	419	863	1282	32,70%	67,30%	172
URUTAÍ	132	184	316	41,80%	58,20%	10
VALPARAÍSO DE GOIÁS	7135	10049	17184	41,50%	58,50%	14
VARJÃO	111	260	371	29,90%	70,10%	209
VIANÓPOLIS	679	1170	1849	36,70%	63,30%	96
VICENTINÓPOLIS	322	566	888	36,30%	63,70%	107
VILA BOA	124	297	421	29,50%	70,50%	214
VILA PROPÍCIO	127	230	357	35,60%	64,40%	123

Apêndice 5 – Capítulo III

Taxa de empreendedorismo por mulheres para cada 100 habitantes por município (em ordem alfabética)

Município	F	M	População (F)	População (M)	F (%)	M (%)	Ranking
ABADIA DE GOIÁS	544	1076	3684	3317	14,77%	32,44%	15
ABADIÂNIA	558	1213	7940	8341	7,03%	14,54%	210
ACREÚNA	981	1679	8781	9043	11,17%	18,57%	68
ADELÂNDIA	80	208	1030	1049	7,77%	19,83%	188
ÁGUA FRIA DE GOIÁS	125	329	2138	2307	5,85%	14,26%	228
ÁGUA LIMPA	46	110	737	794	6,24%	13,85%	221
ÁGUAS LINDAS DE GOIÁS	5230	8647	79535	79123	6,58%	10,93%	218
ALEXÂNIA	1130	2096	10757	10971	10,50%	19,10%	91
ALOÂNDIA	78	209	826	843	9,44%	24,79%	134
ALTO HORIZONTE	297	643	2398	2525	12,39%	25,47%	38
ALTO PARAÍSO DE GOIÁS	942	1168	3093	2722	30,46%	42,91%	2
ALVORADA DO NORTE	397	776	3288	3393	12,07%	22,87%	47
AMARALINA	74	201	1500	1688	4,93%	11,91%	239
AMERICANO DO BRASIL	189	356	2403	2603	7,87%	13,68%	186
AMORINÓPOLIS	97	198	1305	1311	7,43%	15,10%	202
ANÁPOLIS	19043	30619	160591	149359	11,86%	20,50%	54
ANHANGUERA	44	63	478	470	9,21%	13,40%	142
ANICUNS	855	1375	8702	9186	9,83%	14,97%	122
APARECIDA DE GOIÂNIA	19954	34616	231864	219135	8,61%	15,80%	164
APARECIDA DO RIO DOCE	125	275	973	1038	12,85%	26,49%	31
APORÉ	425	514	1500	1728	28,33%	29,75%	3
ARACU	162	243	1501	1447	10,79%	16,79%	85
ARAGARÇAS	680	1082	8109	8077	8,39%	13,40%	171
ARAGOIÂNIA	407	762	4083	4228	9,97%	18,02%	116
ARAGUAPAZ	263	472	3145	3138	8,36%	15,04%	172
ARENÓPOLIS	105	231	1077	1051	9,75%	21,98%	126
ARUANÂ	410	660	3763	4052	10,90%	16,29%	79
AURILÂNDIA	111	243	1335	1336	8,31%	18,19%	175
AVELINÓPOLIS	101	151	976	978	10,35%	15,44%	99
BALIZA	70	214	1864	2375	3,76%	9,01%	244
BARRO ALTO	405	847	4122	4845	9,83%	17,48%	123

BELA VISTA DE GOIÁS	1224	2096	12074	12462	10,14%	16,82%	109
BOM JARDIM DE GOIÁS	309	547	3597	3687	8,59%	14,84%	165
BOM JESUS	966	1619	9290	10430	10,40%	15,52%	96
BONFINÓPOLIS	362	608	4002	3747	9,05%	16,23%	150
BONÓPOLIS	124	283	1729	1830	7,17%	15,46%	207
BRAZABRANTES	185	251	1557	1562	11,88%	16,07%	53
BRITÂNIA	246	486	2356	2419	10,44%	20,09%	93
BURITI ALEGRE	468	840	3887	3848	12,04%	21,83%	48
BURITI DE GOIÁS	92	252	1053	1061	8,74%	23,75%	161
BURITINÓPOLIS	58	187	1232	1315	4,71%	14,22%	241
CABECEIRAS	249	443	3077	3090	8,09%	14,34%	183
CACHOEIRA ALTA	425	697	4298	5747	9,89%	12,13%	120
CACHOEIRA DE GOIÁS	41	76	534	583	7,68%	13,04%	192
CACHOEIRA DOURADA	339	598	3306	3248	10,25%	18,41%	103
CAÇU	718	1290	5883	7418	12,20%	17,39%	43
CAIAPÔNIA	648	1139	7683	8042	8,43%	14,16%	170
CALDAS NOVAS	6444	9169	37769	35801	17,06%	25,61%	9
CALDAZINHA	91	176	1595	1536	5,71%	11,46%	231
CAMPESTRE DE GOIÁS	123	277	1475	1481	8,34%	18,70%	174
CAMPINAÇU	93	212	1408	1509	6,61%	14,05%	217
CAMPINORTE	538	893	4873	5127	11,04%	17,42%	73
CAMPO ALEGRE DE GOIÁS	409	610	2782	2982	14,70%	20,46%	16
CAMPO LIMPO DE GOIÁS	202	466	2938	2850	6,88%	16,35%	211
CAMPOS BELOS	891	1444	7749	7342	11,50%	19,67%	62
CAMPOS VERDES	138	347	762	755	18,11%	45,96%	7
CARMO DO RIO VERDE	307	535	4066	4195	7,55%	12,75%	198
CASTELÂNDIA	129	273	1316	1457	9,80%	18,74%	125
CATALÃO	6273	9215	43971	44231	14,27%	20,83%	19
CATURAÍ	178	359	1962	2044	9,07%	17,56%	149
CAVALCANTE	329	470	3356	3653	9,80%	12,87%	124
CERES	1295	2403	9681	8893	13,38%	27,02%	25
CEZARINA	362	626	3468	3484	10,44%	17,97%	94
CHAPADÃO DO CÉU	782	1312	3580	4185	21,84%	31,35%	5
CIDADE OCIDENTAL	2671	4184	27829	25886	9,60%	16,16%	131
COCALZINHO DE GOIÁS	570	1176	7648	8032	7,45%	14,64%	201
COLINAS DO SUL	95	225	1247	1312	7,62%	17,15%	195

CORREGO DO OURO	74	199	967	961	7,65%	20,71%	193
CORUMBÁ DE GOIÁS	312	713	4113	4683	7,59%	15,23%	196
CORUMBAÍBA	360	782	3829	4098	9,40%	19,08%	136
CRISTALINA	2229	4049	22005	23088	10,13%	17,54%	111
CRISTIANÓPOLIS	288	449	1200	1228	24,00%	36,56%	4
CRIXÁS	601	1039	6551	7135	9,17%	14,56%	144
CROMÍNIA	163	342	1442	1427	11,30%	23,97%	65
CUMARI	117	245	1147	1202	10,20%	20,38%	106
DAMIANÓPOLIS	110	211	1298	1390	8,47%	15,18%	167
DAMOLÂNDIA	190	235	1284	1180	14,80%	19,92%	14
DAVINÓPOLIS	71	217	791	919	8,98%	23,61%	151
DIORAMA	52	112	1029	1031	5,05%	10,86%	236
DIVINÓPOLIS DE GOIÁS	124	198	1817	1891	6,82%	10,47%	212
DOVERLÂNDIA	252	373	2829	3097	8,91%	12,04%	153
EDEALINA	182	373	1491	1604	12,21%	23,25%	42
EDÉIA	528	998	4918	5200	10,74%	19,19%	87
ESTRELA DO NORTE	147	298	1266	1392	11,61%	21,41%	59
FAINA	223	421	2633	2819	8,47%	14,93%	168
FAZENDA NOVA	250	351	2327	2354	10,74%	14,91%	86
FIRMINÓPOLIS	642	948	5847	5511	10,98%	17,20%	75
FLORES DE GOIÁS	215	433	5801	7605	3,71%	5,69%	245
FORMOSA	4873	8178	47914	47393	10,17%	17,26%	108
FORMOSO	211	459	1712	1764	12,32%	26,02%	40
GAMELEIRA DE GOIÁS	75	174	1443	1548	5,20%	11,24%	235
GOIANÁPOLIS	440	780	4370	4477	10,07%	17,42%	113
GOIANDIRA	259	354	2341	2298	11,06%	15,40%	72
GOIANÉSIA	3002	4781	27429	28529	10,94%	16,76%	77
GOIÂNIA	107163	178094	655431	579408	16,35%	30,74%	11
GOIANIRA	2104	3279	17267	17081	12,19%	19,20%	44
GOIÁS	960	1607	9649	8900	9,95%	18,06%	117
GOIATUBA	1682	2675	13988	13524	12,02%	19,78%	49
GOUVELÂNDIA	178	264	2185	2420	8,15%	10,91%	182
GUAPÓ	603	1065	5797	5510	10,40%	19,33%	95
GUARAÍTA	69	113	859	818	8,03%	13,81%	184
GUARANI DE GOIÁS	57	207	1384	1615	4,12%	12,82%	243
GUARINOS	52	174	673	812	7,73%	21,43%	191

HEITORAÍ	101	245	1523	1543	6,63%	15,88%	216
HIDROLÂNDIA	1016	1914	8531	8747	11,91%	21,88%	52
HIDROLINA	128	256	1446	1468	8,85%	17,44%	155
IACIARA	282	630	4870	5267	5,79%	11,96%	229
INACIOLÂNDIA	236	397	2395	2462	9,85%	16,13%	121
INDIARA	597	1029	6036	6310	9,89%	16,31%	119
INHUMAS	2465	4121	22520	20925	10,95%	19,69%	76
IPAMERI	1277	2030	11014	11155	11,59%	18,20%	60
IPIRANGA DE GOIÁS	60	112	1196	1220	5,02%	9,18%	237
IPORÁ	1775	3007	13551	12915	13,10%	23,28%	27
ISRAELÂNDIA	111	231	1184	1208	9,38%	19,12%	137
ITABERAÍ	1942	3229	17245	17386	11,26%	18,57%	67
ITAGUARI	260	407	1880	1906	13,83%	21,35%	23
ITAGUARU	210	378	2214	2287	9,49%	16,53%	132
ITAJÁ	251	390	1865	1771	13,46%	22,02%	24
ITAPACI	781	1304	9127	9406	8,56%	13,86%	166
ITAPIRAPUÃ	325	563	1949	1983	16,68%	28,39%	10
ITAPURANGA	1149	1913	10939	10383	10,50%	18,42%	92
ITARUMÃ	241	557	2747	3044	8,77%	18,30%	160
ITAUÇU	364	604	3857	3720	9,44%	16,24%	135
ITUMBIARA	6408	9819	44065	41710	14,54%	23,54%	18
IVOLÂNDIA	52	129	923	1047	5,63%	12,32%	232
JANDAIA	237	535	2466	2548	9,61%	21,00%	130
JARAGUÁ	2066	3276	19993	19879	10,33%	16,48%	100
JATAÍ	4884	8816	40129	40067	12,17%	22,00%	45
JAUPACI	126	281	1229	1214	10,25%	23,15%	104
JESUPÓLIS	74	188	1027	974	7,21%	19,30%	205
JOVIÂNIA	303	725	2935	2999	10,32%	24,17%	101
JUSSARA	1172	1917	7694	7492	15,23%	25,59%	12
LAGOA SANTA	90	109	691	659	13,02%	16,54%	28
LEOPOLDO DE BULHÕES	261	410	3013	3073	8,66%	13,34%	162
LUZIÂNIA	7189	11337	80283	77476	8,95%	14,63%	152
MAIRIPOTABA	110	217	988	1018	11,13%	21,32%	69
MAMBAÍ	256	480	3311	3351	7,73%	14,32%	190
MARA ROSA	570	969	3765	3830	15,14%	25,30%	13
MARZAGÃO	100	238	917	906	10,91%	26,27%	78

MATRINCHÃ	163	252	1787	1771	9,12%	14,23%	146
MAURILÂNDIA	556	909	4994	5569	11,13%	16,32%	70
MIMOSO DE GOIÁS	57	165	956	1126	5,96%	14,65%	225
MINAÇU	973	1534	11741	11793	8,29%	13,01%	176
MINEIROS	3189	5471	25636	27951	12,44%	19,57%	37
MOIPORÁ	87	236	659	617	13,20%	38,25%	26
MONTE ALEGRE DE GOIÁS	168	400	3098	3241	5,42%	12,34%	234
MONTES CLAROS DE GOIÁS	401	682	3295	3373	12,17%	20,22%	46
MONTIVIDIU	635	1164	5097	5611	12,46%	20,74%	36
MONTIVIDIU DO NORTE	88	229	1781	1821	4,94%	12,58%	238
MORRINHOS	2085	3342	18962	19016	11,00%	17,57%	74
MORRO AGUDO DE GOIÁS	57	87	960	940	5,94%	9,26%	226
MOSSÂMEDES	169	422	1803	1796	9,37%	23,50%	138
MOZARLÂNDIA	523	1072	6184	6179	8,46%	17,35%	169
MUNDO NOVO	195	364	1805	2049	10,80%	17,76%	84
MUTUNÓPOLIS	118	256	1498	1611	7,88%	15,89%	185
NAZARIO	357	636	3824	3754	9,34%	16,94%	139
NERÓPOLIS	1565	2984	12210	11431	12,82%	26,10%	32
NIQUELÂNDIA	1497	2206	18180	18450	8,23%	11,96%	179
NOVA AMÉRICA	65	195	965	1009	6,74%	19,33%	215
NOVA AURORA	73	158	894	882	8,17%	17,91%	181
NOVA CRIXÁS	488	956	4926	5252	9,91%	18,20%	118
NOVA GLORIA	245	483	3437	3326	7,13%	14,52%	208
NOVA IGUAÇU DE GOIÁS	83	117	1118	1197	7,42%	9,77%	203
NOVA ROMA	70	226	1213	1285	5,77%	17,59%	230
NOVA VENEZA	475	818	4012	3971	11,84%	20,60%	55
NOVO BRASIL	137	279	1212	1233	11,30%	22,63%	66
NOVO GAMA	2738	3981	44389	41829	6,17%	9,52%	222
NOVO PLANALTO	120	267	1761	1948	6,81%	13,71%	213
ORIZONA	538	1176	6441	6676	8,35%	17,62%	173
OURO VERDE DE GOIÁS	96	195	1635	1465	5,87%	13,31%	227
OUVIDOR	302	499	2671	2709	11,31%	18,42%	64
PADRE BERNARDO	978	1624	12900	12853	7,58%	12,64%	197
PALESTINA DE GOIÁS	60	211	1331	1574	4,51%	13,41%	242
PALMEIRAS DE GOIÁS	1196	2057	11728	12011	10,20%	17,13%	107
PALMELO	135	177	1045	940	12,92%	18,83%	29

PALMINÓPOLIS	129	311	1565	1481	8,24%	21,00%	178
PANAMÁ	112	294	1062	1086	10,55%	27,07%	90
PARANAIGUARA	302	505	3960	4246	7,63%	11,89%	194
PARAÚNA	620	1194	4387	4338	14,13%	27,52%	20
PEROLÂNDIA	106	351	1200	1315	8,83%	26,69%	156
PETROLINA DE GOIÁS	383	795	3979	4606	9,63%	17,26%	129
PILAR DE GOIÁS	78	214	887	984	8,79%	21,75%	158
PIRACANJUBA	1060	1809	10238	10090	10,35%	17,93%	98
PIRANHAS	439	881	4339	4368	10,12%	20,17%	112
PIRENÓPOLIS	1156	1945	9892	10062	11,69%	19,33%	57
PIRES DO RIO	1541	2340	13430	12515	11,47%	18,70%	63
PLANALTINA	3552	5390	34429	33204	10,32%	16,23%	102
PONTALINA	887	1547	7525	7408	11,79%	20,88%	56
PORANGATU	1727	2814	17793	17954	9,71%	15,67%	128
PORTEIRÃO	191	393	1361	1680	14,03%	23,39%	21
PORTELÂNDIA	138	282	1563	1689	8,83%	16,70%	157
POSSE	1270	2168	13701	14252	9,27%	15,21%	140
PROFESSOR JAMIL	112	259	1295	1349	8,65%	19,20%	163
QUIRINÓPOLIS	1803	3014	19695	20799	9,15%	14,49%	145
RIALMA	640	1189	4610	4583	13,88%	25,94%	22
RIANÁPOLIS	156	329	1886	1866	8,27%	17,63%	177
RIO QUENTE	255	539	1748	1835	14,59%	29,37%	17
RIO VERDE	10363	18251	89915	95779	11,53%	19,06%	61
RUBIATABA	890	1475	8169	7997	10,89%	18,44%	80
SANCLERLÂNDIA	402	713	3203	3159	12,55%	22,57%	35
SANTA BARBARA DE GOIÁS	460	770	2556	2643	18,00%	29,13%	8
SANTA CRUZ DE GOIÁS	90	243	1159	1189	7,77%	20,44%	189
SANTA FE DE GOIÁS	172	372	2211	2134	7,78%	17,43%	187
SANTA HELENA DE GOIÁS	1971	3116	15579	15583	12,65%	20,00%	34
SANTA ISABEL	116	160	1576	1641	7,36%	9,75%	204
SANTA RITA DO ARAGUAIA	343	515	3362	3671	10,20%	14,03%	105
SANTA RITA DO NOVO DESTINO	77	150	1258	1524	6,12%	9,84%	223
SANTA ROSA DE GOIÁS	73	248	975	935	7,49%	26,52%	199
SANTA TEREZA DE GOIÁS	167	396	1357	1295	12,31%	30,58%	41
SANTA TEREZINHA DE GOIÁS	326	613	3449	3650	9,45%	16,79%	133
SANTO ANTÔNIO DA BARRA	194	396	1832	2054	10,59%	19,28%	89

SANTO ANTÔNIO DE GOIÁS	897	1666	2550	2433	35,18%	68,48%	1
SANTO ANTÔNIO DO DESCOBERTO	1793	2663	28590	27133	6,27%	9,81%	220
SAO DOMINGOS	419	573	4617	5323	9,08%	10,76%	148
SÃO FRANCISCO DE GOIÁS	241	412	2476	2511	9,73%	16,41%	127
SÃO JOÃO D'ALIANÇA	443	730	4987	5246	8,88%	13,92%	51
SÃO JOÃO DA PARAÚNA	70	121	584	528	11,99%	22,92%	154
SÃO LUÍS DE MONTES BELOS	1684	2757	14424	13580	11,67%	20,30%	58
SÃO LUIZ DO NORTE	183	360	1991	2040	9,19%	17,65%	143
SÃO MIGUEL DO ARAGUAIA	727	1362	8860	9031	8,21%	15,08%	180
SÃO MIGUEL DO PASSA QUATRO	177	354	1628	1625	10,87%	21,78%	81
SÃO PATRÍCIO	44	94	907	828	4,85%	11,35%	240
SÃO SIMÃO	812	1484	8014	9144	10,13%	16,23%	110
SENADOR CANEDO	4496	8549	44957	43961	10,00%	19,45%	115
SERRANÓPOLIS	287	529	3268	3559	8,78%	14,86%	159
SILVÂNIA	898	1619	8265	8499	10,87%	19,05%	82
SIMOLÂNDIA	230	401	2534	2527	9,08%	15,87%	147
SÍTIO D'ABADIA	32	74	1095	1226	2,92%	6,04%	246
TAQUARAL DE GOIÁS	206	357	1600	1463	12,88%	24,40%	30
TERESINA DE GOIÁS	86	120	1194	1263	7,20%	9,50%	206
TEREZÓPOLIS DE GOIÁS	332	604	3068	3179	10,82%	19,00%	83
TRÊS RANCHOS	221	336	1188	1168	18,60%	28,77%	6
TRINDADE	4823	7792	52341	49630	9,21%	15,70%	141
TROMBAS	82	229	1369	1459	5,99%	15,70%	224
TURVÂNIA	216	420	1942	1891	11,12%	22,21%	71
TURVELÂNDIA	236	421	1912	2107	12,34%	19,98%	39
UIRAPURU	79	208	1169	1168	6,76%	17,81%	214
URUAÇU	2043	3344	16108	16436	12,68%	20,35%	33
URUANA	419	863	5614	5809	7,46%	14,86%	200
URUTAÍ	132	184	1271	1241	10,39%	14,83%	97
VALPARAÍSO DE GOIÁS	7135	10049	66752	61752	10,69%	16,27%	88
VARJÃO	111	260	1568	1633	7,08%	15,92%	209
VIANÓPOLIS	679	1170	5648	5518	12,02%	21,20%	50
VICENTINÓPOLIS	322	566	3199	3695	10,07%	15,32%	114
VILA BOA	124	297	1916	2842	6,47%	10,45%	219
VILA PROPÍCIO	127	230	2285	2400	5,56%	9,58%	233

REALIZAÇÃO



APOIO



COMITÊ GESTOR

