



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE  
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS  
DEPARTAMENTO DE ADMINISTRAÇÃO**

**DIOGO FERREIRA DOS SANTOS**

**NA PARADA DO PODER: CONTRIBUIÇÕES DO EMPREENDEDORISMO  
PARA O EMPODERAMENTO LGBTQIAPN+**

**SÃO CRISTOVÃO  
2023**

**DIOGO FERREIRA DOS SANTOS**

**NA PARADA DO PODER: CONTRIBUIÇÕES DO EMPREENDEDORISMO  
PARA O EMPODERAMENTO LGBTQIAP+**

Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) apresentado ao Departamento de Administração do Centro de Ciências Sociais Aplicadas da Universidade Federal de Sergipe (UFS), como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel em Administração, regulamentadas pela Resolução nº 069/2012/CONEPE.

**Orientadora: Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Rúbia  
Oliveira Corrêa**

**SÃO CRISTOVÃO**

**2023**

**DIOGO FERREIRA DOS SANTOS**

**NA PARADA DO PODER: CONTRIBUIÇÕES DO EMPREENDEDORISMO  
PARA O EMPODERAMENTO LGBTQIAPN+**

Trabalho de conclusão de curso apresentado ao Departamento de Administração da Universidade Federal de Sergipe, como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Administração.

**Trabalho defendido e aprovado em 07 de julho de 2023.**

**COMISSÃO EXAMINADORA**

---

**Prof.<sup>a</sup> Dra. Rúbia Oliveira Corrêa**  
**Universidade Federal de Sergipe**  
**Orientadora**

---

**Prof.<sup>a</sup> Dra. Alcione Fonseca Rodrigues**  
**Universidade Federal de Sergipe**  
**1º Examinadora**

---

**M.e Rivaldo José Rodrigues de Lima**  
**Avaliador externo**  
**2º Examinador**

## DEDICATÓRIA

*Dedico esta pesquisa a toda comunidade LGBTQIAPN +, em especial as pessoas que vivenciam a intolerância sexual e de gênero no mercado de trabalho.*

## AGRADECIMENTOS

Agradeço a Deus, força suprema que me encoraja, por me fortalecer espiritualmente e me conduzir nesta longa jornada. A Ele minha gratidão por tudo - segurou a minha mão e nunca me deixou caminhar sozinho.

À minha família que sempre acreditou em meu potencial, em especial minhas tias Francisca, Jesuína e Josefa, aos meus avós Carmelita Vasconcelos e Sebastião Ferreira e aos meus irmãos Diego Ferreira e Ariclens Ferreira.

A minha mãe Cristina Ferreira e meu padrasto José Paulo, que me apoiaram e ajudaram na minha formação acadêmica e pessoal, são apenas o reflexo da educação que me deram.

Ao meu companheiro, Rafael Gonzaga que nunca se opôs a qualquer tipo de ajuda, estando sempre ao meu lado com tanto amor e carinho.

Aos meus amigos, em especial, Natanael Ferreira, Kátia, e Francisco Neto, que estiveram sempre por perto para ajudar e aconselhar em todos os momentos que precisei.

Aos professores do meu curso, pelos ensinamentos e conhecimentos trocados. Em especial à Rúbia Corrêa, minha orientadora, a qual abraçou-me e conduziu-me na consecução do meu TCC, além do carinho e atenção a mim dedicados.

À professora Alcione Fonseca e Rivaldo Lima, minha enorme consideração por serem avaliadores deste trabalho. Ao professor Ronalty Rocha meu imenso carinho por ter proporcionado momentos leves e descontraídos.

Agradeço as portas de estágio que foram abertas, em especial a empresa CONTERP, que me efetivou em seu quadro de funcionários. Por fim, agradeço a todos que contribuíram direta ou indiretamente para a finalização desta conquista.

A todos, obrigado pelo carinho e pelo apoio.

## RESUMO

O presente estudo objetivou relatar a história de três microempreendedoras (MEI) LGBTQIAPN+, com negócios formalizados e ativos no estado de Sergipe, que prestam serviço de cabelereiro ou manicure e pedicure, empreendimento da categoria 9602-5/01 de acordo com a CNAE (classificação nacional de atividades econômicas). Duas são do sexo masculino, mas se reconhecem do gênero feminino, portanto mulheres trans, e a terceira é mulher cis bissexual do gênero feminino. O objetivo dessa pesquisa é compreender, como o empreendedorismo pode contribuir para o empoderamento da população LGBTQIAPN + em Sergipe. Este estudo é classificado como exploratório e de natureza qualitativa, aplicado por meio de roteiro de perguntas semiestruturadas. As entrevistadas encontram-se na faixa de idade de vinte a trinta e três anos, elas apresentam diferentes graus de escolaridade e classes sociais. As três declararam-se solteiras, porém as duas transexuais coabitam com companheiros. Uma das transexuais e a mulher cis são de cor de pele parda e a outra transexual é de cor preta. A renda financeira delas varia entre um e três salários mínimos.

Observou-se, ainda que dois empreendimentos estão localizados no espaço domiciliar e o terceiro num anexo do domicílio. Os motivos principais que as levaram a empreender foram: a) busca por independência financeira; b) dificuldade em se adaptar; c) sonho de colocar as habilidades profissionais em prática, e d) Necessidade de apresentar um CNPJ. Com relação aos processos de formalização dos empreendimentos, um ocorreu por meio de profissionais contábeis, outro por meio da Casa do Empreendedor e outro de forma pessoal, remotamente, por meio de internet na maioria deles sem custos e sem grandes burocracias para o microempreendedor. Encontrou-se neste estudo relatos de uma rede de apoio no processo criativo, a saber: a) Sebrae/SE; b) Agentes de desenvolvimento; c) Profissionais contábil; d) instituição financeira; e) instituição de ensino; f) prefeitura e g) esposo.

A pesquisa permitiu a constatação que o sucesso do empreendedorismo colaborou para o processo de empoderamento destas mulheres, que nas suas falas deixaram claramente evidenciado o papel de transformação que o trabalho, por meio do empreendedorismo, fez em suas vidas. Por via do empreendedorismo as entrevistadas se apropriaram de várias conquistas, entre elas a confiança, a segurança em si mesmas, o aumento e ganho da autoestima, os acessos a coisas e lugares e o despertar da consciência de seu papel enquanto LGBTQIAPN + no processo de conquistas.

**Palavras-Chave:** Empoderamento Feminino. Empreendedorismo. Processo de criação de MEI. Empoderamento cognitivo, econômico, psicológico e político.

## ABSTRACT

This study aimed to tell the story of three LGBTQIAPN+ microentrepreneurs, with formalized and active businesses in the state of Sergipe, who recognize themselves as female and who provide hairdressing, manicure and pedicure services, according to CNAE 9602-5/01. Thus, the main objective becomes the understanding of how entrepreneurship can contribute to the empowerment of the LGBTQIAP+ population in Sergipe. This study is classified as exploratory and of a qualitative nature applied through a script of semi-structured questions. The analysis revealed that the group of interviewed MEIs includes women between the ages of twenty and thirty-three, two of whom are male, have homosexual orientation and a transgender gender identity, present themselves in different levels of education and social classes, in general single, but living with a partner, in most cases. They have brown and black skin color, and their financial income varies between one and three minimum wages. It was also observed, in the process of creating these ventures, that most of these businesses are located in the home and that the main reasons that led them to become entrepreneurs were: a) search for financial independence; b) difficulties in adapting to the workplace; c) the dream of putting professional skills into practice; d) the need to have a CNPJ and, E) the need for an income source. The formalization processes occurred through accounting professionals, the entrepreneur's house, and in a personal way, most of them without costs and without major bureaucracy for the micro entrepreneur. We found in this study reports of a support network in the creative process, namely: a) Sebrae/SE; B) Development agents; c) Accounting professionals; d) Financial institution; e) Educational institution; f) City hall and f) husband. One can also notice that, in the findings of this research, entrepreneurship collaborated to the empowerment process of these women that, in their statements, left clearly evidenced the role of transformation that work, through entrepreneurship, played in their lives. Through entrepreneurship, the interviewees gained several achievements, including confidence, self-assurance, increased and gained self-esteem, access to things and places, and the regained awareness of their role as LGBTQIAP+ in the process of conquests.

**Keywords:** Empowerment. Entrepreneurship. Creation process. Cognitive, economic, psychological and political empowerment.

## LISTA DE QUADROS

|   |           |
|---|-----------|
| <b>QUADRO 1 - OBJETIVOS ESPECÍFICOS, CATEGORIAS DE ANÁLISE E ELEMENTOS DE ANÁLISE .....</b> | <b>34</b> |
| <b>QUADRO 2 - CARACTERIZAÇÃO DOS ENTREVISTADOS .....</b>                                    | <b>48</b> |
| <b>QUADRO 3 - PROCESSO DE CRIAÇÃO DOS EMPREENDIMENTOS .....</b>                             | <b>51</b> |

## SUMÁRIO

|   |           |
|---|-----------|
| <b>1 INTRODUÇÃO</b> .....   | <b>10</b> |
| 1.1 OBJETIVOS .....   | 12        |
| 1.1.1 Objetivo geral .....  | 13        |
| 1.1.2 Objetivos específicos.....  | 13        |
| 1.2 JUSTIFICATIVA .....   | 13        |
| <b>2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA</b> .....  | <b>17</b> |
| 2.1 EMPREENDEDORISMO.....   | 17        |
| 2.2 O EMPODERAMENTO .....   | 21        |
| 2.3 EMPREENDEDORISMO E EMPODERAMENTO LGBTQIAPN+ .....                           | 24        |
| 2.4 A COMUNIDADE LGBTQIAPN+: DO MERCADO DE TRABALHO AO<br>EMPREENDEDORISMO..... | 26        |
| <b>3 METODOLOGIA</b> .....  | <b>30</b> |
| 3.1 QUESTÕES DE PESQUISA .....  | 31        |
| 3.2 CARACTERIZAÇÃO DA PESQUISA .....  | 31        |
| 3.3 CRITÉRIOS PARA SELEÇÃO DOS COMPONENTES DA AMOSTRA.....                      | 32        |
| 3.4 FONTES DE EVIDÊNCIAS .....  | 32        |
| 3.5 CATEGORIAS ANALÍTICAS E ELEMENTOS DE ANÁLISE.....                           | 33        |
| 3.6 DEFINIÇÕES CONSTITUTIVAS .....  | 34        |
| 3.7 TRATAMENTO DOS DADOS DO ESTUDO .....  | 35        |
| 3.8 LIMITAÇÕES DO ESTUDO .....  | 36        |
| <b>4 DESCRIÇÃO E ANÁLISE DOS CASOS</b> .....                                    | <b>36</b> |
| 4.1 DESCRIÇÃO DOS CASOS.....  | 37        |
| 4.1.1 A PODEROSA.....   | 37        |
| 4.1.2 A VITORIOSA .....   | 40        |
| 4.1.3 A REVOLUCIONÁRIA.....   | 42        |

|   |           |
|---|-----------|
| 4.1.4 ANÁLISE COMPARATIVA DOS CASOS .....                                 | 44        |
| <b>4.1.5 Caracterização dos Entrevistados .....</b>                       | <b>45</b> |
| <b>4.1.6 Processo de criação dos empreendimentos .....</b>                | <b>49</b> |
| <b>4.1.7 Processo de Empoderamento por meio do empreendedorismo .....</b> | <b>53</b> |
| <b>5 CONCLUSÕES .....</b>   | <b>58</b> |
| 5.1 CONSIDERAÇÕES FINAIS .....  | 58        |
| 5.2 CONTRIBUIÇÕES DO ESTUDO E SUGESTÕES PARA FUTURAS PESQUISAS.....       | 59        |
| <b>REFERÊNCIAS.....</b>   | <b>61</b> |
| <b>APÊNDICE.....</b>  | <b>66</b> |



## 1 INTRODUÇÃO

A formação histórica, político-cultural do Brasil determinou a marginalização de grande contingente da sua população. Quando se trata de grupos pertencentes a gênero, raça, orientação sexual, religião que não atendem ao “padrão normativo” estabelecido pela sociedade patriarcal, seu tratamento é ainda mais brutal. O processo que condiciona o indivíduo ou grupo social ao estado de inferioridade na sociedade é chamado de marginalização (ARAÚJO, 2021).

A marginalização de minorias, como no caso da comunidade LGBTQIAPN + (Lésbicas, Gays, Bissexual, Travestis, Queer, Intersexo, assexual, pansexual, não-binários e outras identidades de gênero e orientações sexuais que não se encaixam no padrão cis-heteronormativo) é ainda mais perversa por lhe impor a desigualdade, o preconceito, a discriminação, a violência, a exclusão social, cultural, política e econômica. As minorias sociais são representadas por indivíduos ou grupos, que à luz das ciências sociais, encontram-se marginalizados ou excluídos do processo de socialização, como por exemplo, a população negra, mulher, LGBTQIAPN +, indígenas, deficientes, entre outras, e que são fáceis de serem reconhecidas e se destacam pela sua vulnerabilidade, identidade em formação, pelas lutas contra o privilégio de grupos dominantes e estratégias discursivas (PORFÍRIO, 2021).

A marginalização, na prática, está associada a elevados índices de violência e pobreza, sobretudo em grupos de minorias, como tem sido para travestis e transexuais que rendem para o Brasil a liderança em número de assassinatos de seus membros no mundo. Entre as razões que contribuem para os índices de óbitos, colocando o país nessa posição, estão: a rejeição familiar, a marginalização econômica e a impunidade para atos violentos que os vitimam. Segundo levantamento do Grupo Gay da Bahia, em 2017, o estado de Sergipe ocupava o 5º lugar entre os estados do Nordeste com mais mortes entre lésbicas, gays, bissexuais, travestis e transexuais por milhão de habitantes de sua população e o sétimo lugar da região por número de crimes motivados pela homofobia.

A marginalização ainda reflete em entraves que dificultam o ingresso desses indivíduos em empregos formais. Conforme a Aliança Nacional LGBTQIAPN +, 2021, estima-se que o desemprego possa chegar a 40% na comunidade LGBTQIAPN +, e a 70% na população trans. Quando comparado aos percentuais de desempregados no geral percebe-se que estes números estão muito acima dos 14,7%, segundo a última pesquisa realizada, em 2021, pela Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD), do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE).

O mapa do empreendedorismo por gênero, raça e orientação sexual, apresentado pela Bluevision Braskem (2019), informa que mulheres, negros e LGBTQIAP + têm, em média, menos oportunidades de trabalho, recebem salários menores e têm carreiras com mais dificuldades. Frente a estes fatos, o empreendedorismo tornou-se uma alternativa para essas pessoas (ITABORAHY, 2017). Considerando a definição do "Global Entrepreneurship Monitor" GEM, o termo empreendedorismo é avaliado aqui em um sentido amplo, pois podem ser incluídos empreendedores tanto formais como informais. O empreendedorismo é definido como "qualquer tentativa de criação de um novo empreendimento, seja ela autônoma e individual, uma nova empresa ou a expansão de um empreendimento existente" (GEM, 2019, p. 8).

Visto que o empoderamento está associado ao aumento do poder, da autonomia pessoal e coletiva de indivíduos e grupos sociais nas relações interpessoais e institucionais, principalmente daqueles submetidos a relações de opressão, discriminação e dominação social, o empreendedorismo torna-se um fator de transformação por meio das dimensões: econômica, cognitiva, psicológica, política e social (KLEBA e WENDAUSEN, 2019).

Segundo Silva (2018), seja por vocação empreendedora ou para se livrar das oscilações do mercado de trabalho, investir em uma empresa para chamar de sua vem sendo alternativa adotada por várias pessoas no Brasil, entre elas, os LGBTQIAPN +.

A criação da Lei Geral da Micro e Pequena Empresa (Lei Complementar nº 123/2006, de 14 de dezembro de 2006), por exemplo, facilitou a formalização de empresas no país estreitando a relação do empreendedor com seus clientes e potenciais compradores, por outro lado, o número de empresas informais no Brasil ainda é maioria, 68% das existentes. Conforme o SEBRAE

(2022), os informais representam a maioria também em Sergipe, totalizando 83% dos negócios existentes.

Entre o porte e categorias dessas empresas fez-se um recorte sobre os Microempreendedores Individuais (MEIs) que atuam no ramo de serviços em Sergipe. Esses empreendedores são definidos, segundo o SEBRAE (2022), como toda pessoa que trabalha por conta própria e que se legaliza como pequeno empresário. Segundo a LC 123/2006, para enquadrar-se como Microempreendedor Individual (MEI) é necessário faturar no máximo até R\$ 81.000,00 por ano, possuir um único estabelecimento, não participar de outra empresa como titular, sócio ou administrador e não contratar mais de um empregado(a).

Desse modo, a decisão por focar nesses empreendedores deve-se à ascensão da formalização e a crescente representatividade dos Microempreendedores no Brasil. Segundo o Data SEBRAE (2022), os Microempreendedores são maioria em estabelecimentos por porte, existindo mais de mais de 10 milhões de empresas MEI ativas no Brasil.

Em Sergipe, o número de MEIs apresenta aumento da formalidade. Em outubro de 2022, o número de Microempreendedores Individuais correspondia 83.164. Destes, 40.156 estão enquadrados no ramo de serviços, dentre os quais 6.234 desenvolvem atividade de CNAE 96025/01 Cabeleireiros, manicure e pedicure (DATA SEBRAE, 2022).

Levando em consideração as discussões anteriores que evidenciam os problemas sociais no Brasil e que se perpetuam por décadas, atingindo grupos específicos, sobretudo de minoria LGBTQIAPN +, e os dados apresentados acerca do empreendedorismo no Estado de Sergipe, este trabalho tem a finalidade de responder ao seguinte questionamento: **Como o empreendedorismo pode contribuir para o empoderamento da população LGBTQIAPN + em Sergipe?**

## 1.1 OBJETIVOS

Neste capítulo são apresentados o objetivo geral e os objetivos específicos que se fazem importantes na definição das etapas subsequentes desta pesquisa. Enquanto o objetivo geral define o propósito do trabalho, os

específicos, por sua vez, formulam ideias de como o trabalho será desenvolvido. Desse modo, os objetivos devem ser expressos com verbos de ação, assim sendo, verbos que apresentem de forma clara os resultados pretendidos, como, por exemplo: identificar, descrever, comparar etc., Gil (2008).

#### 1.1.1 Objetivo geral

Analisar como o empreendedorismo pode contribuir para o empoderamento da população LGBTQIAPN + em Sergipe.

#### 1.1.2 Objetivos específicos

- Descrever o perfil socioeconômico dos empreendedores LGBTQIAPN + inquiridos neste estudo;
- Descrever o processo de criação dos empreendimentos geridos pelos entrevistados;
- Verificar de que forma o processo empreendedor pode promover empoderamento cognitivo, psicológico, político, econômico e social dos entrevistados.

### 1.2 JUSTIFICATIVA

A escolha do tema se deu em decorrência do interesse do pesquisador por estudar pautas relacionadas à comunidade LGBTQIAPN +, especificamente, no que toca o papel social das minorias e a quebra de paradigmas por meio da força de trabalho. A pesquisa parte da perspectiva de que o empreendedorismo surge como aporte para solucionar questões sociais, como: a exclusão, a desigualdade e fortalecer o empoderamento de empreendedores pertencentes à população LGBTQIAPN +.

Mais precisamente serão objeto do estudo personalidades do grupo que se identifiquem com a identidade feminina. Sexo é biológico, gênero é social. E o gênero vai além do sexo: O que importa, na definição do que é ser homem ou mulher, não são os cromossomos ou a conformação genital, mas a

autopercepção e a forma como a pessoa se expressam socialmente (JESUS, 2012). No meio social, a vivência discordante de um sexo biológico é uma questão de identidade, como pode ser percebido nos casos de pessoas travestis que corresponde ao indivíduo do sexo masculino que usa roupas e adota formas de expressão de gênero femininas mas que não necessariamente deseja mudar suas características primárias, nos transexuais, cuja pessoa busca ou passa por uma transição social que pode incluir a transição por tratamentos hormonais ou cirúrgicos a fim de se assemelhar com sua identidade de gênero ou, ainda, os casos de transgêneros que não se identificam com o gênero que lhe foi atribuído ao nascer.

No contexto Brasileiro, no qual o conservadorismo ganha força, faz-se necessário dar visibilidade as lutas dos diferentes movimentos sociais existentes no Brasil, como forma de unir forças contra a opressão, o preconceito e a discriminação que sofrem o trabalhador, a trabalhadora, o LGBTQIAPN +, o negro, o índio, e todos os sujeitos que compõem a diversidade. Desse modo, dada a contribuição para a visibilidade das lutas de minorias, essa pesquisa se consolida.

Faz-se, também, imprescindível reforçar necessidade de inclusão da comunidade LGBTQIAPN + no mercado de trabalho e expor a rejeição de empresas e instituições que discriminam a diversidade justificado em culturas conservadoras, até porque, embora existam as limitações de oportunidades, não parece que há comprovação científica que revela a incapacidade cognitiva das populações menos favorecidas de executarem serviços ou ocuparem cargos, seja no setor público ou privado, somente, por pertencerem às classes de minoria. No mais, todas as pessoas têm o direito fundamental à vida e a desfrutar das oportunidades oferecidas pela sociedade aos cidadãos. Direito ao trabalho, à livre escolha do trabalho, a condições equitativas e satisfatórias de trabalho e à proteção contra o desemprego (BRASIL, 1988).

Frente a diversas possibilidades, a facilidade de acesso aos casos foi levada em consideração para a adoção de Sergipe como campo de estudo. No mais, o mercado de trabalho em Sergipe não parece muito receptivo a este grupo, podendo o empreendedorismo se destacar como alternativa necessária à sobrevivência do mesmo. Lohanna (2021), referência técnica de Políticas Públicas para a População LGBTQIA+ em Sergipe, lamenta o drama

vivenciado pela comunidade no estado e registra que, muitos, durante a entrevista de emprego, passam por discriminação e que, ainda na escola, a maioria sofre preconceito que provoca na evasão escolar. Assim como acontece em todo o Brasil, por falta de formação, eles ainda acabam ficando marginalizados e precisando sobreviver no mercado de trabalho informal (BRASIL, 2021).

Frente às possibilidades de recortes mercadológicos, esta pesquisa irá avaliar o setor de serviços, o qual possui expressiva participação na economia Brasileira. Conforme o Data SEBRAE (2022), em Sergipe, o número de empresas no ramo de serviço ativas corresponde a pouco mais de 56 mil.

Em paralelo ao setor de serviços, o MEI é outro grande destaque frente aos dados positivos que vem apresentando durante os últimos anos. Tem-se observado uma crescente representatividade frente à economia deste país, prova disso são os pouco mais de 10 milhões empresas MEIs ativas no Brasil, sendo que 75 mil dessas estão no Estado de Sergipe (SEBRAE 2022).

No Brasil a atividade de cabeleireiro lidera o ranking de serviços, como mostra os dados do Data Sebrae (2022). Entre maio de 2020 e junho de 2022, foram mais de 3 mil registros. Conforme a Classificação de Atividades Econômicas CNAE, a atividade de Cabeleireiro é aquela na qual o profissional executa atividades de lavagem, corte, penteado, tingimento e outros tratamentos do cabelo; os serviços de barbearia e as atividades de manicure e pedicure. Com isso, a decisão por focar nesses empreendedores deve-se à expressiva representatividade de empreendedores frente a estes serviços, isso favorece a uma maior diversidade de gênero nesse ramo, e facilitou o acesso ao público desta pesquisa. No mais, segundo o SEBRAE (2022), o Brasil possui 764 mil registros com esse CNAE, 36 mil são MEIs e, deste último número, pouco mais de 5 mil se encontram com registros ativos no estado de Sergipe.

Outro fato relevante é que este estudo se apresenta como indutor para o surgimento de novas pesquisas no meio acadêmico no Brasil, apesar de ser uma obra de conclusão de curso, tem caráter inovador, contribuindo assim para o enriquecimento no conjunto de periódicos da Universidade Federal de Sergipe (UFS), além de gerar informações a respeito da população LGBTQIAPN + neste estado. Esta discussão, ainda, pode estimular a

elaboração de políticas públicas, sobretudo de interesse coletivo de lésbicas, gays, bissexuais, transexuais, queers e +, que buscam empreender na perspectiva de empoderar-se e tentar fugir das práticas discriminatórias do mercado de trabalho.

Nota-se diante deste estudo que há maiores esforços ou interesses em pesquisas acerca do empoderamento de gênero - mulheres (ROSA, 2018; GOIS, 2021; LIMA *et al.*, 2021), assim, esta pesquisa contribui teoricamente para que seja melhor compreendido através da análise de conteúdo o processo empreendedor que empodera a comunidade LGBTQIAPN+, objetivando descrever o perfil sócio econômico dos empreendedores LGBTQIAPN+ inquiridos neste estudo; descrever o processo de criação dos empreendimentos geridos pelos entrevistados e verificar de que forma o processo empreendedor pode promover empoderamento cognitivo, psicológico, político, econômico e social dos entrevistados.

Por fim, os campos analisados têm como base as quatro dimensões do empoderamento feminino, escolha justificada com base no recorte do sujeito do estudo (pessoas do grupo LGBTQIAPN+ com identidade de gênero feminino). Assim sendo, o empoderamento na perspectiva da autora feminista Stromquist, consiste em quatro dimensões. São elas: *Dimensão Cognitiva* (visão crítica da realidade) *psicológica* (sentimento de autoestima) *política* (consciência das desigualdades de poder e a capacidade de se organizar e se mobilizar) e a *econômica* (capacidade de gerar renda independente) (STROMQUIST, 1997, 2002, p.232).

Nos capítulos posteriores, será possível acompanhar o corpo teórico que fundamentou esta pesquisa, contendo informações elucidadas de fontes confiáveis e seguras.

## 2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Nos capítulos seguintes são apresentadas as revisões de outros autores à frente dos conteúdos explorados nesta pesquisa, sendo possível, dessa maneira, analisar as diversas visões à frente de temas como empreendedorismo, empoderamento, LGBTQIAPN + e mercado de trabalho.

### 2.1 EMPREENDEDORISMO

O SEBRAE (2021), Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresa, criado para promover capacitação, desenvolvimento e apoio às empresas de todo país, define o empreendedorismo como a capacidade humana de identificar problemas e oportunidades, desenvolver soluções inovadoras e investir recursos na criação de algo positivo que gere impacto no cotidiano das pessoas.

Acontece que não há como definir o empreendedorismo a partir de um só conceito, fato é que, pesquisadores têm buscado contribuir de forma a entender a complexidade que se dá a este fenômeno e sua contribuição para além da economia, uma vez que a compreensão acerca do empreendedorismo e das ações empreendedoras, para alguns estudiosos da área como por exemplo, Dolabela (2010); Dornelas (2008), é muito maior que abrir um negócio.

Pesquisando as raízes do empreendedorismo, observa-se que os economistas Jean Baptiste Say e Richard Cantillon foram os pioneiros a escrever sobre o empreendedorismo no século XVII. Jean Baptiste Say afirmou que o empreendedor exerce as funções de reunir diferentes fatores de produção, de gestão e ainda possui a capacidade de assumir riscos. Já Richard Cantillon identificou o empreendedor como alguém que assume riscos no processo de comprar serviços ou componentes por certo preço com a intenção de revendê-los mais tarde a um preço incerto (OLIVEIRA, 2012).

O termo ganhou popularidade entre 1983 e 1950, quando Joseph Schumpeter se apropriou do termo para defender a ideia de destruição de

velhos padrões que aconteceriam por meio da introdução de inovações de produtos, métodos, serviços e mercados, dentro do sistema capitalista, o que para ele era definido como: “processo de destruição criativa”. Desse modo, o empreendedor seria aquele que destrói a ordem econômica existente por meio da inovação, assumindo os riscos de seus empreendimentos.

Todavia, o empreendedorismo, atualmente, também é entendido como instrumento de desenvolvimento econômico e social. No decorrer dos anos, as revoluções tecnológicas e sociais vêm impactando na formação do empreendedor e tornando-se um termo utilizado de maneira ampla, que atualmente abrange desde uma ação individual orientada para o lucro econômico até ações coletivas visando à redução da desigualdade social. (DORNELAS, 2008; ZEN e FRACASSO, 2008).

O Brasil é um país empreendedor. De acordo com o relatório do Global Entrepreneurship Monitor (GEM), divulgado em 2019, o Brasil se posiciona entre os dez países mais empreendedores do mundo, com uma taxa de atividade empreendedora de 38,7%, e estima-se que haja 53,5 milhões de brasileiros entre a faixa etária de 18 a 64 anos à frente de alguma atividade empreendedora (GEM, 2019).

O movimento do empreendedorismo no Brasil começou a tomar forma na década de 90, se consolidando nos anos 2000 por meio do processo de privatização de grandes empresas estatais e com a abertura do mercado interno. Naquele momento, com a tentativa de estabilização da economia e com a imposição de mudanças sofridas pelo fenômeno da globalização, empresas buscavam por alternativas que permitissem as suas presenças no mercado, por conseguinte, essas ações refletem no surgimento de novos empreendedores.

“Naquela época, era incomum falar sobre empreendedorismo ou criação de pequenas empresas, isso porque se estabelecia um cenário político e econômico no país não muito propício para essas discussões, e o empreendedor praticamente não encontrava informações para auxiliá-lo na jornada empreendedora” (DORNELAS, 2008 p.31).

Um fato relevante na contribuição do contexto empreendedor foi a consolidação do primeiro relatório executivo do Global Entrepreneurship

Monitor (GEM, 2000), que revelou o desempenho brasileiro frente às ações empreendedoras. Assim, dois conceitos importantes surgiram para esse fenômeno: o empreendedorismo por oportunidade e o empreendedorismo por necessidade. No Empreendedorismo por necessidade, criam-se negócios por não haver outra alternativa de sobrevivência. Para Fialho *et al.*, (2007), a necessidade é uma condição de desequilíbrio no interior do empreendedor causada pela carência de algo, e que o dinamiza e predispõe para determinados tipos de comportamentos. Já no Empreendedorismo por oportunidade, há a descoberta de uma oportunidade de negócio lucrativa (LEITE e OLIVEIRA, 2007).

Na década de 90, no Brasil, entidades como Sebrae (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas) e Softex (Sociedade Brasileira para Exportação de Software) foram criadas e, a partir de então, o tema foi difundido. Diante disso, o tema passa a ser mais pesquisado no meio acadêmico e as políticas de desenvolvimento ganharam forças através de programas como: “Brasil Empreendedor”, “Empreendedor Individual”, “Empretec e Jovem empreendedor do Sebrae”, criação de incubadoras, ofertas de cursos em universidades brasileiras, aumento da quantidade de adultos da classe C e D empreendendo, novas legislações, entre outras, focado em fomentar o empreendedorismo (DORNELAS, 2008 p. 32 e 33).

Recentemente foram vistas as políticas de desenvolvimento local e territorial se difundirem com a criação da Lei Geral das Micro e Pequenas Empresas, a Lei Complementar 123/2006, alterada pela Lei 128/2008 que cria a figura do Microempreendedor Individual MEI. O objetivo era tirar grande parte dos brasileiros da informalidade e realizar o monitoramento de seus negócios. Desde então, observa-se o crescimento significativo desses Microempreendedores Individuais - MEIs, que cresceram 8,4 %, totalizando, em março de 2021, 56,7% do total dos negócios no Brasil. (BRASIL, 2021). Conforme o SEBRAE (2022), a maioria possui entre 30 e 39 anos, 57% são homens e exercem atividade na sua própria casa. Em Sergipe, cerca de 53% são do sexo masculino, 42% realiza sua atividade em estabelecimento fixo e a segunda atividade mais exercida por MEIs no estado é a de cabelereiro, objeto de observação neste estudo.

Entre as razões para empreender, o relatório GEM (2019), aponta que 88,4% dos empreendedores iniciais concordam que a escassez de emprego constitui uma das razões para desenvolver a iniciativa empreendedora com a qual estão envolvidos, outras 51,4 % querem fazer diferença no mundo, 36,9 % construir riqueza ou uma renda muito alta e apenas 26,6 % tem o empreendedorismo como continuidade familiar. Já o setor de serviços no Brasil, em 2019, foi responsável por mais de 76% dos negócios liderados em estágio inicial, já para os estabelecidos essa taxa foi um pouco menor, 61%.

Outra informação relevante apresentada pelo GEM em 2019 é a categorização desses empreendedores segundo o estágio dos empreendimentos com os quais estão envolvidos. Diante disso, as categorias são discriminadas em empreendedores iniciais (subdivididos em nascentes ou novos) e empreendedores estabelecidos. Os empreendedores nascentes são caracterizados como ativos na participação de um negócio, mas que ainda não pagou salários, pró-labores ou qualquer outra forma de remuneração aos proprietários por mais de três meses. Já os empreendedores novos administram e são proprietários de um novo negócio. Diferente da categoria anterior, já 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). E por fim, os empreendedores estabelecidos os quais administram e são proprietários de um negócio consolidado e 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).

A capacidade potencial para a geração de ocupação ou de postos de trabalho para a população, faz com que o empreendedorismo seja credenciado como uma das razões alternativas de crescimento econômico e social de um país. Só em 2019, 28,2% dos empreendedores iniciais geraram ocupação para pelo menos uma outra pessoa além de si mesmos, enquanto que esse indicador corresponde a 36,9% para os empreendedores estabelecidos (GEM, 2019).

Neste mesmo ano, 2019, a alta de empreendedores informais correspondia a 73,6% e pouco mais de 26% dos empreendedores brasileiros estavam formalizados. A consciência da importância de estar com o empreendimento regularizado foi a principal razão que levou os

empreendedores brasileiros a buscarem pela formalização, seguido da possibilidade de estar inserido no sistema previdenciário nacional (GEM, 2019).

No segundo quadrimestre de 2020, Sergipe apresentava-se na 6ª posição no ranking do tempo gasto na abertura de empresas entre as capitais brasileiras, com o tempo de 1 dia e 7h e total de 31.039 empresas abertas nos últimos 12 meses. Já entre os Municípios com menores tempos de abertura de empresas no primeiro quadrimestre de 2021, a cidade sergipana, Itabaiana, aparece na sétima posição, com um tempo de 15 horas e 7 minutos (BRASIL, 2020).

Para além dos números do mercado, este estudo irá abordar a relação entre empreendedorismo e empoderamento; esse último tema será melhor detalhado na próxima seção.

## 2.2 O EMPODERAMENTO

Segundo Costa (2000), o termo empoderamento ou *empowerment* tem suas raízes nos movimentos civis surgidos nos EUA, no ano de 1970. Através dos negros surgiram uma movimentação popular, visando a autovalorização da raça e da cidadania plena. A autora define empoderamento como:

“O mecanismo pelo qual as pessoas, as organizações, e as comunidades tomam controle de seus próprios assuntos, de sua própria vida, de seu destino, tomam consciência da sua habilidade e competência para produzir, criar e gerir” (COSTA 2002, p. 7).

Para Lório (2002, p. 47), o empoderamento é um processo de construção e/ou ampliação das capacidades que têm as pessoas e grupos excluídos de: a) Assumir o controle dos seus próprios assuntos; b) Produzir, criar, gerar, novas alternativas; c) Mobilizar suas energias para o respeito e seus direitos; d) Mudar as relações de poder; e) Obter controle sobre os recursos (físicos, humanos e financeiros) e também sobre a ideologia (crenças, valores e atitudes); f) Poder decidir como escolher e, g) levar a cabo suas próprias decisões.

Porém, o termo empoderamento ou *empowerment* passou a ser utilizado pelas feministas, com a finalidade de expressarem repúdio aos processos e

estruturas que as colocam de forma subordinada ou inferior ao homem. Dentro da linha feminista, conforme Stromquist (1997), existem alguns parâmetros do empoderamento que devem ser considerados, são eles: a construção de uma autoimagem e confiança positiva, o desenvolvimento de habilidades para pensar criticamente, a construção da coesão do grupo, a promoção da tomada de decisões e a ação.

A autora ainda apresenta quatro dimensões do empoderamento feminino: cognitivo, psicológico, econômico e político. A dimensão cognitiva é percebida como o entendimento que as mulheres têm sobre suas condições de subordinação e os reflexos dessas condições perante a sociedade. Isto também envolve a compreensão de realizar escolhas que se fazem opostas às expectativas culturais e sociais diante da figura feminina. Desse modo, Stromquist (1997) apresenta o conhecimento como elemento capaz de ajudar a abolir crenças antigas que estruturam ideologia de gênero, suas relações e todo tabu a respeito da sexualidade. Além disso, a área cognitiva inclui, também, o conhecimento das mulheres sobre os direitos jurídicos/legais, políticos e econômicos e corresponde à busca da igualdade. É tornar a mulher um indivíduo autônomo, independente, dotado de plenitude humana tão quanto o homem se apresenta perante a sociedade.

O componente psicológico inclui o desenvolvimento de sentimentos que as mulheres podem colocar em prática a nível pessoal e social para melhorar sua condição, dando ênfase na crença de que elas podem ser bem sucedidas em seus esforços. Stromquist (1997) entende que o elemento psicológico precisa ser reforçado com o componente econômico, como forma de superar a subordinação econômica das mulheres, para que elas tenham capacidade de comprometer-se com a atividade produtiva que lhes dará algum ganho, grau de autonomia e oportunidade de ser empoderada (HELENA, 2018, *apud* STROMQUIST, 1995).

A subordinação econômica deve ser neutralizada para que as mulheres possam ser empoderadas. Stromquist (1997) expõe que o componente do empoderamento econômico exige que as mulheres tenham a capacidade de se engajar em atividades produtivas que lhes dará algum grau de autonomia financeira, não importa quão pequeno é no início, nem quão difícil é alcançá-lo.

O componente político do empoderamento envolve a habilidade de analisar o ambiente circundante em termos políticos e sociais e a promoção de mudanças em seu meio. Assim, o empoderamento político envolve a consciência individual, bem como a ação coletiva, ambas essenciais para alcançar transformações sociais por meio da mobilização da população, a realização de projetos de pequena escala, e a organização de vários grupos na comunidade a fim de articular suas demandas, estabelecer prioridades e trabalhar em conjunto para o bem coletivo.

Sob essa perspectiva é possível que homens e mulheres, grupos ou instituições construam uma percepção crítica sobre as realidades e processos, passem a se enxergarem e construam uma autoimagem positiva e confiante de si mesmo, ligados ao sentimento de autoestima e autoconfiança que geram a capacidade de relacionar as atividades econômicas que possam gerar renda e independência financeira. É possível ainda que desenvolva a habilidade para analisar e mobilizar o meio social para nele produzir mudanças (STROMQUIST, 1997).

No movimento feminista, o empoderamento é considerado um fator de ruptura das estruturas patriarcais de dominação de gênero - homem x mulher - que se formou no processo histórico-social da humanidade. Como pode ser observado, as ações coletivas voltadas à oposição do machismo vêm contribuindo para que mulheres tenham direitos básicos de estudar, trabalhar e conquistar espaços antes vistos como inadequados ou inapropriados a elas.

Rosa (2018) compreende que o conceito de empoderamento visa proporcionar a grupos menos favorecidos tanto a redução de desigualdades quanto o alcance ao desenvolvimento econômico e social. Visto como uma ação do indivíduo em se tornar mais poderoso e emancipado.

Para Rossi (2006), empoderamento é quase sinônimo de autonomia, uma vez que o termo se refere à capacidade de ação que os indivíduos e grupos detêm para decidir sobre as questões que lhes dizem respeito na esfera política, econômica, cultural e psicológica.

O empoderamento trata-se de um processo dinâmico que envolve aspectos cognitivos, afetivos e condutas. É sinônimo de aumento do poder, da autonomia pessoal e coletiva de indivíduos e grupos sociais nas relações interpessoais e institucionais, principalmente daqueles submetidos às relações

de opressão, discriminação e dominação social (KLEBA e WENDAUSEN, 2009).

Este fenômeno de afirmação, aceitação e autonomia, chamado de empoderamento vivido por grupos e indivíduos excluídos e marginalizados por fatores como causas econômicas, sociais, políticas, gênero, e etc., é refletido sobre a busca incessante de mudar a situação que vivenciam em suas localidades, países, regiões e até no mundo. Por isso, as estratégias de empoderamento são caminhos para sociedades locais ou nacionais mais democráticas, via pela qual grupos, atores e setores mais excluídos entram nos processos onde se decide o rumo daquelas. (VILLACORTA e RODRÍGUEZ, 2002).

Na seção a seguir maiores detalhes acerca da relação empoderamento, empreendedorismo e a comunidade LGBTQIAPN +.

### 2.3 EMPREENDEDORISMO E EMPODERAMENTO LGBTQIAPN+

Foi verificada nos últimos anos uma crescente adesão por empreender no Brasil, sobretudo, em razão de políticas estabelecidas no país que facilitam a abertura de micro e pequenas empresas. Em 2020, no Brasil, segundo o boletim do mapa das empresas, o número de empresas correspondia a um total de 3.359.750 empresas abertas, destas, 2.663.309 eram MEIs. O crescimento de Microempreendedores individuais correspondia a 8,4% em relação ao ano de 2019. No fim do terceiro quadrimestre de 2020, existiam, no Brasil, 11.262.383 MEI ativos. Em março de 2021 eles já respondiam por 56,7% do total de negócios em funcionamento no país (BRASIL, 2021).

Diante da falta de dados oficiais pelo IBGE, que quantifiquem o número de empreendedores por condição sexual e orientação de gênero, não é possível saber ao certo o número de Lésbicas, Gays, Bissexuais, transexuais, travestis e demais identidades, que são empreendedoras no Brasil, embora os casos de sucesso venham sendo noticiados, evidenciando o empoderamento das classes de minorias, sobretudo, LGBTQIAPN+.

A revista Pequenas empresas & grandes negócios (2021) revela alguns desses casos, como por exemplo, o empreendimento de Pedro Henrique Duarte, 28 anos, formado em gastronomia, que investiu inicialmente duzentos

reais na *Coolors Gastronomia e Eventos*, focada em uma confeitaria “colorida e consciente”. Segundo o jovem, 95% das suas vendas são realizadas por meio das redes sociais, Instagram e WhatsApp Business, mas que existem pretensões de montar seu ateliê devido ao crescimento da demanda.

Outro caso semelhante, divulgado pela revista, em 2012, é o de Roberta Lins (32 anos, administradora) e Paula Melo (35 anos, Personal Trainer), ambas empreendedoras da marca Maria João acessórios. Lins relata que:

“Por ser um casal de mulheres, muitas vezes sofremos preconceito, mas buscamos sempre nos posicionar e não toleramos desrespeito. Somos a essência da nossa marca e sermos um casal faz parte da nossa essência”.

O casal de empreendedores iniciou suas vendas por meio das redes sociais e em 2021 resolveram arriscar num projeto mais ousado e abriram sua loja física, faturando mais que o dobro do ano anterior.

Ainda nessa edição, a revista *Pequenas empresas & grandes negócios*, 2021, apresentou o caso da Translúcida, fundada pela atriz e tecnóloga em estética Fernanda Kawani Custodio de 30 anos. Uma loja colaborativa feita e pensada para pessoas trans. A princípio era uma loja que revendia peças produzidas por transexuais. Com o seu fechamento na pandemia, a loja migrou para o e-commerce. Diante das dificuldades do momento pandêmico, as empreendedoras tiveram que investir na complementação da renda e deram vida a mais um empreendimento no ramo da alimentação: *Trava Chef*, uma cozinha intuitiva, com venda de marmitas e salgados.

Diante desses casos e tudo que tem sido pesquisado e estudado, compreende-se que o empreendedorismo se tornou uma política de inserção do trabalho e obtenção de renda, mas, para além disso, essa habilidade tem possibilitado a capacidade de lésbicas, gays, bissexuais, transgênicos, transexuais e travestis se potencializarem. Como relatam Isa e Isaque para a Fundação Micro Rainbow International (2017, p. 26 e 28):

“A partir do momento em que você se empodera, que você vê que é capaz, que você está gerando renda, gerando valor para aquela sociedade, você se sente menos exposta”. “Quando você tem independência financeira, não depende mais da família pra nada, para nós, gays, LGBT em geral, a relação se torna mais fácil, eles não têm o que falar contra.”

O empreendedorismo tem sido capaz de garantir uma autonomia muito maior de decisão sobre a vida profissional, afinal de contas, o empreendedor decide os rumos do seu próprio negócio. Para empreendedores LGBT, este fenômeno tem o papel ainda mais significativo porque parece possibilitar o caminho de acesso ao empoderamento: aceitação, aumento de renda, construção familiar, padrão de vida mais confortável, estreita relação dos laços familiares e a construção de novas bases, segurança para frequentar espaços públicos a partir da efetividade de inclusão em sociedade (ITABORAHY *et al.*, 2017).

Quando Parra (2018) discute sobre empoderamento LGBTQIAPN +, o autor discorre sobre a condição do empoderamento ser um fator onde é possível deter poder aquisitivo, visibilidade e participação social; onde o sujeito ou grupos deixam de se apresentarem a uma posição de subalternidade na sociedade. É possível, a partir do empreendedorismo, que sujeitos ganhem espaço no mercado de trabalho, aumentem suas capacidades técnicas e desenvolvam habilidades profissionais.

Nessas condições, o sujeito LGBTQIAPN+, busca modificar os rumos da vida por meio da força do trabalho, no entanto, o processo histórico de aceitação dessas pessoas em ambientes corporativos pode estar justificando, em parte, o ingresso de muitos deles na atividade empreendedora (DA SILVA, 2020; RANGIS, 2004; PARRA, 2018). Diante da relevância desse fato, é interessante melhor detalhar a relação entre a comunidade LGBTQIAPN +, o mercado de trabalho e o empreendedorismo; tema da próxima seção.

#### 2.4 A COMUNIDADE LGBTQIAPN+: DO MERCADO DE TRABALHO AO EMPREENDEDORISMO

Mello (2012, p. 1) afirma: “Nunca se teve tanto e o que há é praticamente nada”, fazendo referência às conquistas da comunidade LGBTQIAPN+, como por exemplo: o casamento civil homoafetivo, o direito de usar o nome social, entre outras, mesmo que sabendo do quanto é necessário avançar.

No que se refere ao mercado de trabalho, Da Silva (2020) relata que a falta de oportunidades condicionam a supracitada comunidade à busca pelos trabalhos informais precarizados e a execução de atividades autônomas, seguindo a lógica do empreendedorismo pautada atualmente pelo capital, que compreendem desde a prestação de serviços (cabeleireiro, esteticista, manicure, pedicure, maquiagem, diarista, motoristas de aplicativos, vendedores de produtos alimentícios, entre outras) até atividades socialmente consideradas marginalizadas (tráfico de drogas e prostituição, por exemplo).

Conforme Itaborahy e Kalume (2014) a falta de - ou acesso limitado a - oportunidades de emprego e/ou a discriminação no trabalho, a falta de - ou pouco - apoio familiar e a falta de confiança dos bancos e/ou outras instituições financeiras estão entre as principais razões que levam a população LGBTQIAPN+ à pobreza ou as deixam mais vulneráveis a tal situação.

Diante disso, é possível observar que os movimentos organizados pela comunidade LGBTQIAPN + são marcados na sua essência pela busca de mudanças que revertam os olhares de hostilidade e marginalização destes sujeitos. Desse modo, observa-se no Brasil, a conquista, ainda que tardiamente, de direitos como: a exclusão definitiva da homossexualidade da classificação internacional de doenças, entre 1985 e 1994, o reconhecimento da união homoafetiva, em 2011, e em 2018 a retificação do nome e sexo nos documentos de transexuais, transgênero e travestis sem a obrigatoriedade de cirurgia ou tratamento hormonal.

Historicamente esses sujeitos vêm travando lutas na busca por uma sociedade mais inclusiva, que lhes permitam ter acesso aos plenos direitos e igualdade de oportunidades. Desse modo, torna-se importante desenvolver políticas públicas de inserção da população LGBTQIAPN+ no Mercado de Trabalho, e desenvolver ações de qualificação profissional, mediante as dificuldades e obstáculos para que esses tenham oportunidade de trabalho e renda, principalmente quando se trata do mercado formal, direcionando-os à informalidade e à procura de estratégias, muitas vezes marginalizadas, que garantam a sobrevivência, expondo-os às situações de violência e violação de direitos.

Ainda que se fale muito de direitos e igualdade de oportunidades, sustentando o discurso em legislação, o preconceito atinge uma parcela muito

significativa da comunidade LGBTQIAPN +, tendo que enfrentar dificuldades no mercado de trabalho pelo simples fato de serem quem são. Ferreira e Siqueira (2007) ao tratar sobre LGBTQIA + e empregabilidade discorre que muitos homossexuais tentam esconder sua orientação sexual com medo de perder seu emprego, evitar repressão e resistência por parte da organização trabalhista. Ocultar a homossexualidade torna-se um mecanismo de defesa não só contra a discriminação, como também é utilizado a favor da permanência desses sujeitos, para possíveis promoções e aumento salarial, uma vez que a discriminação no mercado de trabalho acarreta uma série de práticas homofóbicas que inviabilizam direitos básicos como os já citados.

Menezes *et al.*, (2018), faz uma reflexão acerca da população LGBTQIAPN+ e associa o preconceito e discriminação desses povos no mercado de trabalho, também, ao modelo capitalista, uma vez que esse modo de produção se apropria de parâmetros específicos para oprimir as minorias sociais e justificar a sobreposição de classes, buscando desvalorizar e não legitimar a orientação sexual e/ou de gênero por meio da homofobia, do racismo, do sexismo e da transfobia.

Já Batalha (2013), acredita que a discriminação operada contra homossexuais no mercado de trabalho, deve-se à arraigada mentalidade heterossexista e homofóbica dos tomadores de serviços, uma vez que não há dados que comprovem que a homossexualidade tenha influência na produtividade e na capacidade profissional.

Observa-se, nesse meio termo, que as organizações têm ganhado estímulos para desenvolverem programas de inclusão LGBTQIAPN +, contudo, há uma grande dúvida sobre as reais intenções das ações desenvolvidas, ocorrendo, muitas das vezes, oportunismo sobre o movimento a favor da diversidade. A maior parte das empresas no Brasil pensa em ampliar a diversidade entre os funcionários, no entanto, ainda não promovem a real inclusão de refugiados, negros, deficientes, pessoas LGBTQIA+, ex-presidiários e da população acima dos 50 anos (OIT, 2021).

O estudo da consultoria global OutNow (2017), no Brasil, aponta que apenas um pouco mais de um terço dos entrevistados (36%) se assumem para os todos os colegas no trabalho e quase três em cada quatro entrevistados

(73%) testemunharam atos de homofobia no local de trabalho durante o último ano. Esses dados corroboram com os estudos recentes, onde se revela um mercado “limitado” aos profissionais LGBT, sem as mesmas oportunidades, justificado no comportamento das pessoas que não querem conviver com a diversidade (ITABORAHY *et al.*, 2017, p. 57).

As dificuldades de inserção no trabalho são comuns na vida da comunidade LGBT, mas, são acentuadas em subgrupos específicos, especificamente em travestis e transexuais como relatado a seguir:

[...] Essa realidade é bastante presente na vida dos homossexuais gays, lésbicas e bissexuais, porém no que tange às pessoas trans (travestis e transexuais) o preconceito e a discriminação referente a sua inserção no mercado de trabalho está nitidamente expresso logo nesse primeiro momento pré-contratual, uma vez que as identidades de gênero não são “ocultadas” ou “omitidas” de forma direta, mas se apresentam claramente na vida desses sujeitos tanto no contexto comportamental como o que se remete à aparência física (MENEZES *et al.*, 2018).

No mercado de trabalho as oportunidades se limitam, motivando esses agentes a buscarem alternativas possíveis à empregabilidade, como por exemplo o empreendedorismo. Todavia, ainda que seja uma saída para o desemprego e ociosidade, essa “escolha” não os isentam de enfrentarem as barreiras de mercado. Empreendedores no começo da sua trajetória passam por grandes impasses e desafios. Conforme a organização Micro Rainbow Brasil (2018), esses problemas são potencializados quando o aspirante a empreendedor é uma minoria, como o público LGBTQIAPN +.

Como relata Rangis (2004) e Parra (2018), Gays e lésbicas consideram o empreendedorismo como um refúgio da discriminação. Por meio desse movimento, a população LGBTQIAPN + consegue ter poder aquisitivo, visibilidade e passa a questionar as normas e práticas sociais que antes a colocava em uma posição de subalternidade. A partir do empreendedorismo, os sujeitos dissidentes ganham espaço no mercado de trabalho, por meio de capacitações e desenvolvimento das habilidades profissionais, e até mesmo a abertura do próprio negócio.

Essas informações podem ser confirmadas em dados da CONVIBRA (2020) na sua pesquisa que trata de empreendedorismo de minorias

LGBTQIAPN +. Com base nos resultados foi possível perceber que os ambientes sócio normativos das empresas ainda são vistos com um lugar preconceituoso, excludente e que a falta de adaptação para com as diferenças faz com que gays e lésbicas optem por empreender, como uma alternativa com maior flexibilidade e autonomia. É possível, diante das informações obtidas, identificar que para essa comunidade o reconhecimento e reputação são a chave para se distanciarem do contexto de discriminação e preconceito, sendo possível através do empreendedorismo.

Desse modo, casos de sucesso empreendedores na comunidade LGBTQIAPN + vêm ganhando destaque, tanto é que a revista Pequenas Empresas e Grandes Negócios publicou na edição de junho de 2022, mês que se comemora o mês do orgulho gay, sete casos na comunidade como fonte de inspirações.

Um desses casos é o do casal Bruno Menezes e Wider Gonçalves que resolveram empreender no ramo da moda, com foco em shorts curtos, inspirados na década 1980, com foco em um público bem específico: gays afeminados. Aos poucos, o negócio foi se retomando e eles têm conseguido manter as vendas online. No ano passado faturaram R\$ 40 mil, e no primeiro trimestre de 2022 foram vendidos cerca de 35 itens por mês, com um tíquete médio de R\$ 200.

A revista *pegn* vem revelando esse e outros caso de sucesso, como o publicado em dezembro de 2019 do empreendedor Henrique Chirichella, que abriu a primeira loja física de artigos LGBT em São Paulo. O investimento inicial foi de R\$ 300 mil e nos quatro primeiros meses a operação já tinha faturado R\$ 65 mil. Os exemplos relatados acima podem vir a assemelhar-se aos casos apontados nesta pesquisa, para isso, o pesquisador se apropria de ferramentas e metodologia científica para o levantamento de dados, como podem ser conferidos adiante.

### **3 METODOLOGIA**

Para que um conhecimento seja considerado científico, torna-se necessário identificar as operações mentais e técnicas que possibilitam sua verificação (GIL, 2008). Desse modo, o método científico é considerado como

operações mentais que empregamos na investigação, ou melhor, a linha de raciocínio adotada na pesquisa (PRODANOV e FREITAS, 2013, p. 24).

Neste capítulo é possível encontrar as questões que conduziram a pesquisa, a caracterização e o método de estudo, as fontes de evidências utilizadas, a unidade de análise e o critério para escolha do caso, as definições constitutivas e as categorias de análise.

### 3.1 QUESTÕES DE PESQUISA

As questões de pesquisa deste estudo são norteadas pelos objetivos específicos do mesmo. Diante disso, abaixo as questões a serem respondidas neste trabalho.

1. Quais as características socioeconômicas dos empreendedores LGBTQIAPN + selecionados para este estudo?
2. Qual foi o processo de criação dos empreendimentos dirigidos pelos componentes da amostra?
3. De que forma o processo empreendedor pode promover empoderamento cognitivo, psicológico, político, econômico e social dos entrevistados?

### 3.2 CARACTERIZAÇÃO DA PESQUISA

Diante dos poucos estudos acerca do fenômeno examinado, este estudo é classificado como exploratório. A pesquisa exploratória tem como propósito proporcionar maior familiaridade com o problema, com vistas a torná-lo mais explícito ou a construir hipóteses (GIL, 2017).

A natureza desta pesquisa é qualitativa, tem por objetivo procurar explicar o fenômeno por meio da sua origem, relações e mudanças; tentando intuir as consequências. Gil (2008, p. 176) pontua que: “a finalidade da análise não é simplesmente descrevê-los, mas promover algum tipo de explicação”. Conservando a ideia de que a pesquisa qualitativa não envolve a quantificação de fenômenos, em administração, ela pode ser associada com a coleta e

análise de texto (falado e escrito) e a observação direta do comportamento. (DALFOVO, *et al.*, 2008).

A pesquisa de campo foi a estratégia de pesquisa utilizada, assim informações foram coletadas diretamente com a população pesquisada, exigindo do pesquisador um encontro mais direto, possibilitando o recolhimento de informações a serem documentadas. (LAKATOS e MARCONI, 2003).

### 3.3 CRITÉRIOS PARA SELEÇÃO DOS COMPONENTES DA AMOSTRA

Nesta pesquisa os agentes de interesse de coleta são pessoas pertencentes ao grupo de LGBTQIAPN + (Lésbicas, Gays, Bissexual, Travestis, Queer, Intersexo, Assexual ou outras identidades de gênero e orientações sexuais que não se encaixam no padrão cis heteronormativo). Para tal, estabeleceu-se alguns critérios como: a) Se reconhecer LGBTQIAPN + com identidade de gênero feminino; b) Ser enquadrado como Microempreendedor individual MEI; c) Possuir empresa ativa; d) Empreender no estado de Sergipe; e) Prestar serviço de cabeleireiro, manicure e pedicure, conforme CNAE 9602-5/01.

### 3.4 FONTES DE EVIDÊNCIAS

Neste estudo a coleta de informações deu-se por meio de entrevista que seguiu um roteiro semiestruturado. A entrevista é uma oportunidade de conversa face a face, utilizada para mapear e compreender a realidade dos respondentes, levantando dados básicos das suas características e rotinas para uma compreensão detalhada das crenças, atitudes, valores e motivações em relação aos atores sociais e contextos sociais específicos. (MINAYO, 2008; CERVO, *et. al*, 2007).

De acordo com Lakatos e Marconi (2010), com o uso da entrevista é possível averiguar: a) fatos ocorridos; b) Conhecer a opinião dos outros sobre os fatos; c) conhecer o sentimento da pessoa sobre o fato ou seu significado para ela; d) descobrir quais foram, são ou seriam as condutas das pessoas, sejam elas passadas, presentes ou planejadas (futuras) e, e) descobrir fatores que influenciam os pensamentos, sentimentos ou ações das pessoas.

O roteiro da entrevista foi composto por 20 perguntas abertas, baseada nos objetivos e na literatura utilizada para a formação da fundamentação teórica. O roteiro pode possuir até perguntas fechadas, geralmente de identificação ou classificação, mas deve possuir principalmente perguntas abertas, dando ao entrevistado a possibilidade de falar mais livremente sobre o tema proposto (MINAYO, 2008).

Os dados da pesquisa foram coletados no período de 12 de setembro a 20 de outubro de 2022. As entrevistas tiveram duração média de 40 (quarenta) minutos e foram realizadas em seus locais de trabalho, havendo participação de 3 (três) entrevistados.

Foram atribuídos aos entrevistados alguns codinomes os quais serão utilizados para reportá-los ao longo do estudo. Esses codinomes, por sinal, é um reflexo da forma pela qual essas pessoas se veem dentro do processo de empreender e que são expressados em seus relatos finais.

A primeira delas é “A Poderosa”, que se sente orgulhosa da sua trajetória de vida e da pessoa que se tornou durante o processo empreendedor. Se apresenta como uma pessoa com poder de acesso a coisas e lugares que segundo ela só foram possíveis por meio do seu trabalho como empreendedora. A segunda foi designada como “A Vitoriosa”, a mesma é vista pelas pessoas ao seu redor como uma pessoa que superou de forma resiliente as circunstâncias da vida e por isso recebe esse codinome. A terceira e última foi denominada como “A Revolucionária” por se apresentar com uma postura altamente empoderada e consciente do seu papel na sociedade e por isso revoluciona o seu meio em razão das causas políticas e sociais ligadas ao movimento LGBTQIAPN +.

### 3.5 CATEGORIAS ANALÍTICAS E ELEMENTOS DE ANÁLISE

As categorias analíticas do estudo foram determinadas com base na revisão teórica. Questões foram elaboradas a partir dos objetivos específicos do estudo e apoiadas nos elementos de análise detalhados no quadro 1:

**Quadro 1 - Objetivos específicos, categorias de análise e elementos de análise**

| Objetivos Específicos   | Categorias de análise  | Elementos de Análise                 |
|---|--|--------------------------------------|
| Descrever o perfil socioeconômico dos empreendedores LGBTQIAPN + inquiridos neste estudo.   | Perfil Socioeconômico  | Idade                                |
|   |  | Sexo                                 |
|   |  | Gênero                               |
|   |  | Classe Social                        |
|   |  | Escolaridade                         |
|   |  | Estado civil                         |
|   |  | Raça                                 |
|   |  | Renda                                |
|   |  | Constituição Familiar                |
| Descrever o processo de criação dos empreendimentos geridos pelos entrevistados. Criação do empreendimento. Adaptação de (GEM, 2019; DORNELAS, 2008; LEITE E OLIVEIRA, 2007). | Criação do empreendimento. Adaptação de (GEM,2019; DORNELAS,2008; LEITE E OLIVEIRA,2007) DATA SEBRAE 2022. | Categoria de negócio                 |
|   |  | Nome do empreendimento               |
|   |  | Localização                          |
|   |  | Motivos da escolha por empreender    |
|   |  | Formalização como MEI                |
|   |  | Dificuldades no processo de criação. |
|   |  | Redes de apoio                       |
| Verificar de que forma o processo empreendedor pode promover empoderamento cognitivo, psicológico, econômico e social dos entrevistados.                                      | Dimensões do empoderamento. Adaptação de (STROMQUIST, Nelly, 1997; LISBOA, 2008; IORIO 2002).              | Cognitivo                            |
|   |  | Econômico                            |
|   |  | Psicológico                          |
|   |  | Social                               |

Fonte: Desenvolvido com base na fundamentação teórica elaborada pelo autor.

### 3.6 DEFINIÇÕES CONSTITUTIVAS

Neste capítulo é possível identificar as definições constitutivas ou construtivas. De acordo com Gil (2008), elas representam o processo pelo qual os principais conceitos são elencados a fim de encontrar correlatos empíricos que permitam sua classificação. Para este trabalho, foi preciso determinar os conceitos a seguir:

- **EMPREENDEDORISMO** - O empreendedorismo é qualquer tentativa de criação de um novo empreendimento, seja uma atividade autônoma e individual, uma nova empresa ou a expansão de um empreendimento existente e podem ser

incluídos empreendedores das mais variadas matizes, com negócios formalizados ou não (GEM, 2019).

- EMPODERAR - Empoderar é tornar os outros ou a si mesmo, capaz. Auxiliar os outros a desenvolver habilidades para que possam obter poder por seus próprios esforços. É dar e investir-se em autoridade. (BAQUERO, 2012, *apud* WALLERSTEIN E BERNSTEIN, 1994).
- MINORIAS - O termo associa-se a um grupo de pessoas que se encontra numa situação de dependência ou desvantagem em relação a um outro. Lembrando que a minoria nem sempre constitui um grupo quantitativamente inferior à maioria (CHAVES p. 149).
- LGBTQIAPN+ - (Lésbicas, Gays, Bissexuais, Transexuais, Travestis e Transgêneros, Queer, Intersexo, Assexuados, Pansexuais, Não-binários) Sigla destinada a denominar o conjunto de indivíduos que apresentam uma ou mais das orientações sexuais ou identidades de gênero cujas iniciais a compõem. O sinal de “+” representa as pessoas assexuais, que não sentem atração sexual por outra pessoa, e os pansexuais, que sentem atração por pessoas independente do gênero.

### 3.7 TRATAMENTO DOS DADOS DO ESTUDO

Entende-se que as narrativas são discursos que se constroem com intuito de contar histórias inseridas no contexto cotidiano ou institucional, em momentos espontâneos ou em momentos de entrevistas (BASTOS e BIAR, 2015). Nesta pesquisa utilizou-se da abordagem qualitativa por meio da técnica de análise da narrativa.

Desse modo, foram analisados os dados coletados em entrevistas semi estruturadas. As entrevistas foram aplicadas individualmente e permitiram realizar um contraponto entre os achados. Neste momento, objetiva-se

encontrar as semelhanças e diferenças entre as categorias e os elementos estudados, já que, a comparação em questão, possibilita variações da análise, pois compara conteúdo das propostas de outras mensagens (MORAES, 1999).

### 3.8 LIMITAÇÕES DO ESTUDO

As limitações enfrentadas pelo pesquisador decorreram da baixa produção de estudos e pesquisas relacionados ao empoderamento LGBTQIAP+. O termo empoderamento está, na maioria das vezes, associado ao gênero feminino, razão pela qual o pesquisador selecionou para o público da sua pesquisa. Membros da comunidade LGBTQIAPN+ com expressão daquele gênero.

Outro fator a ser apontado é a escassez de informações oficiais apresentadas por órgãos ou entidades brasileiras. Somente em maio de 2022, o IBGE apresentou pesquisa inédita revelando que 2019, 2,9 milhões de adultos declararam homossexuais ou bissexuais em 2019. Os dados são da Pesquisa Nacional de Saúde (PNS) - Quesito Orientação Sexual, que investigou, pela primeira vez, e em caráter experimental, essa característica da população brasileira.

Além disso, percebeu-se na pesquisa de campo uma certa dificuldade para localizar o público que se pretendia estudar, sendo necessário ampliar a busca ativa por meio de divulgação em redes sociais. Isso porque boa parte das pessoas abordadas atendiam a maioria das características exigidas, todavia, se apresentavam na informalidade, de tal modo que a preocupação em encontrar o público que atendesse a todos os requisitos listados resultaria na morosidade do trabalho em campo.

Além de todas essas dificuldades, observou-se durante o processo de busca ativa, o medo da exposição por parte dos entrevistados. Eles apresentaram uma certa insegurança para descrever suas características pessoais e relatar seu processo de criação, pedindo, inclusive, que suas identidades não fossem reveladas.

## 4 DESCRIÇÃO E ANÁLISE DOS CASOS

Neste capítulo inicialmente são descritas as entrevistas realizadas. Em um segundo momento foram criados tópicos baseados nas categorias analíticas do trabalho, nos quais análises comparativas dos casos são apresentadas.

#### 4.1 DESCRIÇÃO DOS CASOS

Nesta seção são apresentados em forma de narrativa os detalhes das entrevistas, bem como trechos das falas dos entrevistados que enriquecem a narrativa realizada. Nela são destacadas as categorias analíticas norteadoras deste estudo, a saber: perfil socioeconômico, criação do empreendimento e dimensões do empoderamento.

No perfil socioeconômico é possível analisar um conjunto de características pertinentes aos entrevistados: idade, sexo, gênero, classe social, escolaridade, estado civil, raça, renda e constituição familiar. Já na categoria analítica denominada de criação do empreendimento, tem-se: o nome do empreendimento, a sua localização, os motivos da escolha por empreender, os meios da formalização, as dificuldades no momento de formalização, bem como as redes de apoio desses empreendedores.

##### 4.1.1 A PODEROSA

A Microempreendedora tem 25 anos, possui ensino médio completo e, segundo definição do IBGE, enquadra-se na classe social D, de rendimento familiar entre dois e quatro salários mínimos. Ela realiza serviços de manicure e pedicure em sua própria residência. Declara-se do sexo masculino, todavia, se reconhece do gênero feminino. A entrevistada confessa que pensa em começar seu processo de transformação corporal, de modo que se assemelhe a um corpo feminino, assim que se sentir segura para isso. Declarou-se ser de cor parda e mora com seu companheiro, embora não sejam oficialmente casados. A lei ainda não admite casamento. em maio de 2011, o plenário do Supremo Tribunal Federal (STF), de forma unânime, equiparou as relações entre pessoas do mesmo sexo às uniões estáveis entre homens e mulheres, reconhecendo, assim, a união homoafetiva como núcleo familiar).

A entrevistada declarou realizar atividade de manicure e além dos tradicionais corte, cutilagem e pintura, realiza também aplicação de atividade de unhas postiças realistas, banho de gel, aplicação de unhas em gel, , entre outros serviços. As atividades são desenvolvidas dentro da sua própria residência, onde mora com seu companheiro há cerca de 04 anos.

Ao interrogá-la sobre os motivos que a levaram a escolher o empreendedorismo como categoria profissional, a entrevistada declarou suas dificuldades em se adaptar à condição de subordinada em ambiente hostil e manifestou sonhos pela conquista da independência financeira. Tal afirmativa pôde ser comprovada por meio do relato abaixo:

[...] tive dificuldades para me manter no meu último emprego, era um local com prevalência de homens que possuíam uma cultura altamente machista. Eu sofria preconceito diariamente. Com a necessidade de possuir uma renda e tornar-me independente, resolvi trabalhar com aquilo que me identifico e foi a melhor coisa que fiz.

A Poderosa ainda relatou como se deu o processo de formalização, citando os motivos que resultaram na formalização do negócio. Percebe-se na fala da entrevistada que a Lei Geral, também conhecida como Estatuto Nacional da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte, criada pela Lei Complementar nº 123/2006, assim como a Lei Complementar 128/2008 que criou a figura do Agente de Desenvolvimento Local (AD), como forma de aprimorando da Lei Geral das Micro e Pequenas Empresas, surtiu efeitos na vida da microempreendedora:

[...] não tive dificuldade no processo de formalização, achei bastante simplificado. Contei com a ajuda dos agentes de desenvolvimento e o espaço do empreendedor, aqui da cidade. Não tive custos com abertura de empresa, não foi burocrático, e hoje ainda contribuo com o INSS.

Explicou ainda que a falta de informação sobre o processo de formalização o tornou resistente, fazendo com que a mesma permanecesse na informalidade por volta de um ano e meio. Por falta de conhecimento, desconhecia os benefícios que a formalização traria para ela e para o empreendimento como por exemplo: acesso a crédito, contribuição com o INSS, cobertura em casos de acidentes, entre outros.

A empreendedora disse contar com uma rede de apoio da cidade onde mora, enaltecendo em sua fala o trabalho dos agentes de desenvolvimento e do apoio do SEBRAE nas ações de desenvolvimento territorial. E relata que essa política de desenvolvimento econômico contribuiu para simplificar a formalização do seu negócio, dos acessos ao crédito, facilitou a sua capacitação técnica e consultorias para seu negócio.

A entrevistada deixou evidenciado que sempre foi dependente de alguém. Quando ainda morava com os pais, suas necessidades básicas eram supridas por sua mãe e seu pai, e que isto se estendeu a seu companheiro quando passaram a morar juntos:

[...] não havia objeção por parte deles, mas isto me incomodava, me sentia mal e fragilizada e como não gosto de pedir, muita das vezes, me submetia ao silêncio. Coisa simples como um corte de cabelo, dinheiro para um lanche ou uma roupa, tudo precisava pedir.

Quanto aos aspectos cognitivos, a poderosa verbalizou que no momento em que se tornou empreendedora rompeu com as dependências que a restringiam, conquistando liberdade e acesso a coisas que nunca imaginara possíveis. O empreendedorismo a fez capaz de se enxergar e se ressignificar.

Quando questionada como o processo de empreender mais a teria ajudado a despertar o processo de ação, a poderosa respondeu que o primeiro sentimento que o empreendedorismo despertou foi o sentimento de mudança. “Querida mudar a mim mesma e a vida de quem vivia comigo”, disse a Poderosa. A mesma ainda se diz orgulhosa de si e da trajetória profissional que vem construindo:

[...] tenho orgulho de ser quem sou e da história de vida que venho construindo. Tudo que sonho hoje, parece possível. Antes, não! Hoje tenho a sensação de poder”.

Apesar de todo orgulho, ela reconheceu que no início do empreendimento, a microempreendedora necessitou da ajuda de seu esposo para adquirir ferramentas de trabalho simples, a exemplo de alicate de unha, lixa, esmalte bem como os móveis para mobiliar o espaço que hoje trabalha. O empreendedorismo foi para a microempreendedora um instrumento de

empoderamento financeiro, como pode ser conferido em seu relato.

“[...] consegui ter poder de compra e organizar meu negócio. Passei a investir em móveis novos, divulgações de marketing, aquisição de novos materiais e de ferramentas avançadas, daí, fui ganhando clientes. Isso foi me deixando cada vez mais feliz. Comecei frequentar lugares mais confortáveis, consumir coisas melhores, ajudar meu esposo nas despesas de casa como: aluguel, conta de água e energia, coisas que só foram possíveis por meio do meu trabalho como empreendedora”.

Apesar de não estar diretamente envolvida em projetos, grupos, correntes ou entidades sociais de cunho coletivo e político, a entrevistada acredita ser uma pessoa influente e que transforma o meio em que vive por meio do seu exemplo. Se mostra consciente do seu papel na sociedade e considera sua trajetória um exemplo a ser seguido.

#### 4.1.2 A VITORIOSA

A Vitoriosa tem 33 anos, declara-se parda, está solteira e é do sexo feminino. Ela se reconhece do gênero feminino e é bissexual. Pertence a classe C e possui ensino superior incompleto.

A entrevistada desenvolve atividade de cabeleireira em local fixo, ao lado de sua casa, num espaço que preparou destinado somente a seu trabalho. Não assumiu publicamente sua sexualidade e tem sua vida sexual reservada, compartilhada somente entre os mais próximos.

Em conversa ela verbalizou que seu principal motivo para empreender se deu pela necessidade de tornar-se independente e ter seu próprio dinheiro a fim de pagar as contas e sobreviver. Como havia aprendido muito cedo com sua mãe, *In memoriam*, resolveu dar prosseguimento ao que ela fazia:

“[...] depois do falecimento da minha mãe, a pessoa que me assumia de tudo, tive que buscar alternativa para meu sustento. Como era algo que já tinha familiaridade e aprendi desde pequena resolvi continuar. Já tinha o espaço, pouco conhecimento, mas fui em busca do aprimoramento”.

Quando questionada sobre o processo de formalização, a Vitoriosa relatou que o processo ocorreu de forma bastante simplificada e que contou

com ajuda de um profissional contábil para isso. Entretanto, o principal motivo da formalização decorreu da necessidade de apresentar um CNPJ aos órgãos os quais ela prestava seu trabalho:

“[...] comecei a prestar serviços para órgãos públicos e fui orientada a abrir uma empresa para que eu pudesse apresentar o CNPJ. A inscrição facilitaria no processo de pagamento dos meus serviços em todos os espaços que eu apresentasse meu trabalho. E foi simples, não encontrei dificuldades”.

A entrevistada ainda informou que a formalização lhe permitiu acesso a crédito diante das instituições financeiras e que as orientações técnicas que recebeu lhe permitiu melhor aplicar seu dinheiro na reforma e ampliação do espaço de trabalho, bem como em conhecimento e técnicas de aperfeiçoamento frente aos cursos de capacitação que realizou.

Quando questionada sobre como o processo de empreender a ajudou a superar a dependência, respondeu: “a necessidade faz o homem”. Diante dessa sabedoria popular, Vitoriosa relatou que o empreendedorismo foi sua válvula de escape e que o ajudou a refletir sobre o processo em que viveu de dependência durante vinte e seis anos:

“[...] minha ficha caiu no momento em que perdi minha mãe. Percebi o quanto era dependente dela para pagar uma simples conta de água ou até mesmo de colocar comida na mesa”.

Logo em seguida a entrevistada discorreu sobre os sentimentos em empreender na busca de autonomia. Deixou claro que precisava mudar a situação e que estava colocando em prática o que sempre fez, ainda que de forma amadora e sem muito profissionalismo:

“[...] o empreendedorismo me possibilitou empreender por necessidade. Minha mãe se foi, mas as obrigações ficaram. A responsabilidade de pagar as contas, assumir a casa e honrar o legado dela de modo que ela nunca fosse esquecida, pelo menos para mim, fez com que o sentimento de mudança acontecesse. As pessoas dizem que sou uma vitoriosa por enfrentar tudo isso sozinha e ainda ser resiliente”.

Quando estimulada a falar sobre o processo de empoderamento

econômico, Vitoriosa citou com lágrimas nos olhos, o quanto o empreendedorismo possibilitou acesso a lugares e bens de consumo. A entrevistada ainda apontou o empoderamento financeiro como o principal fator da sua felicidade, pois acredita que maior parte do que te faz bem, é adquirido por meio do poder de compra:

“[...] por meio do empreendedorismo foi possível assumir as responsabilidades deixadas por minha mãe, como, por exemplo, o pagamento de contas básicas de água e energia, comprar alimentos e também me possibilitou reformar e melhorar o espaço de trabalho, investir em educação, me vestir melhor e ter acesso a lugares e espaços de lazer como cinema, que eu amo, e realizar viagens todos os anos”.

Quando provocada a falar sobre a sua possibilidade de analisar o ambiente em termos políticos e sociais e a promoção de mudanças as quais envolvem a consciência individual, bem como ação coletiva por meio das ações e intenções, a entrevistada relatou que sua condição discreta e seus traumas por ser uma garota que sempre foi questionada sobre seu comportamento tipicamente masculino, bloqueou comportamentos como esse. Embora acredite ser capaz de contribuir para uma sociedade mais evoluída e despreendida de preconceito, parece não saber muito bem como fazer. Mas que entende seu papel como empreendedora e bissexual, para que as transformações da sociedade ocorram e desse modo pretende se unir a outras forças para fazer valer seu legado.

#### 4.1.3 A REVOLUCIONÁRIA

A Revolucionária tem 30 anos, declara-se da cor preta e possui ensino médio incompleto. Considera-se solteira, embora more com o parceiro fixo há cerca de 4 (quatro) anos. Trabalha no ramo de beleza desde os 16 anos. Declara-se do sexo masculino, todavia, se reconhece do gênero feminino. Afirmou que assumiu sua orientação sexual aos 15 anos e logo saiu de casa por conflitos com a família.

A entrevistada desenvolve atividade de cabeleireira: corte, escova, selagem, pintura, aplicação de mega hair, entre outros serviços. A Revolucionária relatou que sua habilidade com serviços de beleza surgiu ainda

na infância, realizando penteados em suas primas e amigas. Hoje ela segue suas atividades em sua residência, e o imóvel em questão é alugado. Informou que a escolha pelo empreendimento surgiu porque ela queria colocar suas habilidades profissionais em prática, já que precisava de uma fonte de renda para sustento, uma vez que tinha saído da casa dos pais logo cedo, ainda na adolescência.

A cabeleireira relatou que passou muito tempo na informalidade, cerca de 07 anos. Essa realidade mudou quando teve conhecimento do assunto por meio das campanhas do SENAI, através dos canais de TV, que fomentam a formalização de microempreendedores no Brasil. Logo, essa formalização ocorreu da sua própria residência, através do portal do empreendedor disponível na plataforma digital do governo federal.

A princípio, a Revolucionária relatou ter muita insegurança ao abrir o negócio, já que não tinha muita familiaridade com aberturas de empresa, mas que depois de assistir, ler e ver vídeos no Youtube sobre o processo de formalização, conseguiu fazer sozinha a abertura da empresa. A entrevistada verbalizou que a criação do CNPJ facilitou o seu acesso a instituições financeiras e criou possibilidades para investir na compra de produtos e equipamentos como, por exemplo: cadeira de lavagem, produtos químicos de uso aplicável em cabelos, toalhas, entre outros.

A entrevistada relatou que antes de sair de casa era totalmente dependente de seus pais, mas que o empreendedorismo lhe trouxe uma vida adulta empoderada.

“[...] Eles pagavam escola, viagens, compravam roupa, alimentos, me davam dinheiro para lazer e para tudo que eu precisasse; meus pais me davam esse suporte, principalmente financeiro. Todavia, eles nunca hesitaram ou recusaram, desde que eu atendesse as obrigações de estudar e me comportar bem. Tudo isso mudou quando resolvi conversar com eles sobre minha condição sexual. Hoje, vivendo minha vida de forma independente, por meio do empreendedorismo, consegui restabelecer a relação com a família e superar a dependência dos pais, conseguindo migrar para vida adulta e profissional de forma empoderada”.

Quando questionada sobre os motivos que a levaram a empreender, a mesma apontou que a vontade surgiu principalmente pela necessidade de sobrevivência e de colocar as habilidades profissionais em prática, já que existia uma familiaridade com a atividade pretendida:

“[...] compreendi que minha missão, a partir daquele momento, era melhorar a autoestima das pessoas por meio das minhas habilidades. Daí comecei com o que tinha em casa, ganhei a confiança das pessoas e consegui aos poucos fazer aquisição de novas ferramentas de trabalho. Hoje consigo ter estima, reconhecimento por parte das minhas clientes e respeito das pessoas, mais que isso, consegui colocar em prática tudo que inicialmente era muito improvável. Ainda que por necessidade, consegui realizar um sonho que estava adormecido. Hoje, depois do empreendedorismo, consigo pensar em melhorias para mim e para meu negócio, e, também, voltar a estudar a fim de entregar melhores resultados aos meus clientes”.

Segundo a entrevistada, o empreendedorismo ajudou-a a ganhar estabilidade financeira, e que isso pode ser percebido todos os dias quando a empreendedora consegue realizar pagamento de contas, ter acesso a lugares e adquirir bens de consumo. Embora ela tenha relatado que tudo isso era possível quando morava ainda com os pais, ela deixa claro a sensação de que ter seu próprio negócio é satisfatório:

“[...] Por meio do meu emprego eu consigo pagar as contas de casa, ter acesso a lugares, sustentar minhas vaidades, me alimentar melhor, pagar aluguel e até mesmo fazer fundos de economia para comprar minha própria casa. Não preciso ficar dependente do meu esposo, que também trabalha, porque consigo ter minha própria renda”.

A empreendedora é filiada a um partido político, por anos vem lutando, de forma silenciosa, para que se estabeleça dentro do município que mora uma coordenação LGBTQIAP +, a fim de dar suporte a essa população, principalmente acerca de saúde, educação e emprego, e que se sente uma pessoa influenciável neste meio, uma vez que é a primeira transexual assumida da sua cidade e que as pessoas a veem de forma respeitosa e inspiradora:

[...] sempre que tenho espaço de fala disponho da pauta LGBTQIAP + para discussão. Estou cansada de ver os nossos povos morrem todos os dias pela razão única e injustificável de serem quem são. Temos que enfrentar a discriminação, por exemplo, no mercado de trabalho, na família, na escola e em todos os espaços não humanizados. Somos tão vulneráveis que para a maioria de nós, sobram, por segregação, os trabalhos periféricos e informais.

#### 4.1.4 ANÁLISE COMPARATIVA DOS CASOS

Nesta fase da pesquisa é apresentada a análise comparativa dos dados a fim de confrontar e/ou verificar a similaridade e divergências entre o que foi

coletado nas entrevistas. Diante disso, seguiu-se um roteiro com base no que foi previamente definido nos objetivos específicos e nas categorias analíticas. Neste caso, por exemplo, foi observado o perfil socioeconômico dos(as) entrevistados(as), o processo de criação dos empreendimentos e o processo de empoderamento por meio do empreendedorismo.

#### **4.1.5 Caracterização dos Entrevistados**

Conforme o perfil das microempreendedoras entrevistadas, as idades apresentadas no quadro 2 (25, 30 e 33), mostram que se tem aqui pessoas jovens empreendendo. Concordante a esses dados, o Data Sebrae (2022), aponta que 60% dos MEI ativos no Brasil são pessoas que possuem entre 30 e 49 anos. O que significa dizer que foram selecionadas empreendedoras cujas idades estavam compreendidas nessa faixa dos 60% da população.

A média salarial dessas microempreendedoras (ver quadro 2) aponta um rendimento entre R\$ 1600,00 a R\$3700,00. Segundo o Data Sebrae (2022), cerca de 54% dos MEIs ganham entre 2 e 5 salários mínimos. Entre as entrevistadas, apenas a Vitoriosa apresenta renda dentro desse perfil, da maioria da população as outras duas possuem rendimentos inferiores a dois salários mínimos. Em 1º de maio de 2023 o salário mínimo no Brasil foi reajustado para R\$ 1.320,00.

Conforme Polakiewicz (2021), a sexualidade humana é formada por quatro elementos: identidade de gênero, expressão de gênero, orientação sexual e sexo biológico.

No que tange à identidade de gênero e orientação sexual, enquanto a identidade de gênero é a forma como uma pessoa identifica seu próprio gênero e se apresenta socialmente, a orientação sexual está voltada à maneira como um indivíduo se relaciona afetiva e sexualmente com outras pessoas.

No que diz respeito ao gênero das três entrevistadas, constata-se que duas se reconhecem do gênero feminino, embora tenham sexo biológico masculino e tenham expressão afetiva homossexual e uma é mulher cis bissexual. Segundo o Data Sebrae, 45% do total do MEI no Brasil, em 2022, são mulheres. Desse modo, as mulheres ainda são minorias dentro do

empreendedorismo. Por outro lado, as mulheres são maioria entre os microempreendedores individuais da indústria, serviços e comércio em dados apresentados entre 2010 e 2018 que trata do perfil do microempreendedor individual. Entre as atividades mais frequentes das mulheres MEIs a de Comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios e, cabeleireiros, manicure e pedicure, se destacam como primeira e segunda opção, respectivamente.

No que concerne à classe social, através da Associação Brasileira de Empresas de Pesquisa ABEP (2022), observa-se uma concentração de MEI nas classes médias e baixas, com 98% do total de empreendedores. Mais detalhadamente: 1% são da “classe alta”, 36% da “classe baixa” e 62% da classe média. Conforme relatório do perfil do MEI no Brasil em 2019, cruzando a renda familiar pelos grandes setores é possível notar que os Microempreendedores Individuais que exercem atividades no setor de serviços possuem renda familiar superior àqueles que exercem atividades de outros setores. Conclui-se, desse modo, que as características das entrevistadas correspondem aos dados dessa última pesquisa.

Buscando compreender o nível de escolaridade dos mais ativos no Brasil, o Data Sebrae aponta que em 2022 a maioria dos MEIs ativos apresentaram nível de escolaridade médio ou técnico completo. Diante dessas informações, percebe-se que, tratando-se do nível de escolaridade analisados entre as participantes desta pesquisa, constata-se que duas das entrevistadas colaboram para a formação desses índices: A Poderosa e a Vitoriosa, ambas com ensino médio completo.

Já os dados que incidem sobre as questões raciais, sabem-se que os negros - pretos e pardos representaram 54% da população empreendedora brasileira (DATASEBRAE 2022). Desse modo, as entrevistadas nesta pesquisa apresentam características semelhantes: Vitoriosa e a Poderosa reconhece-se como pardas, enquanto a Revolucionária, como Preta.

Segundo Silveira *et al.* (2018), 64% dos Microempreendedores Individuais no contexto econômico Brasileiro são casados. Nossas entrevistadas, apesar de oficialmente solteiras, duas delas (Poderosa e Revolucionária) têm companheiros fixos que dividem as despesas e somam rendas.

Pesquisa recente aponta que os microempreendedores que operam em feiras ou shoppings populares apresentam uma renda familiar maior quando comparado aos que exercem sua atividade em casa segundo aponta estudo (DATA SEBRAE, 2019). Na variação da série histórica, em 2022, segundo Data Sebrae, observa-se uma queda na renda familiar mensal com o aumento das faixas até três salários mínimos, comportamento esse que se assemelha às informações levantadas no perfil das três entrevistadas: a Poderosa, vitoriosa e a Revolucionária (ver quadro 2).

Dados do Data Sebrae (2022) indicam que a constituição familiar dos MEIs diminuiu em relação aos anos de 2017 e 2019. Analisando a série histórica, percebe-se uma leve diminuição no tamanho das famílias desses empreendedores. Em 2017, era composta por 3,4 pessoas, em 2019 era composta por 3,2 pessoas e em 2022 foi composta por 3,1 pessoas. Percebe-se que a constituição familiar dos MEIs entrevistados nesta pesquisa se aproxima dos dados que apontam o relatório do Data Sebrae (2022).

**Quadro 2 - Caracterização dos Entrevistados**

| <b>Entrevistados</b>         | <b>A Poderosa</b>       | <b>A Vitoriosa</b>        | <b>A Revolucionária</b> |
|------------------------------|-------------------------|---------------------------|-------------------------|
| <b>Idade</b>                 | 25                      | 33                        | 30                      |
| <b>Sexo</b>                  | Masculino               | Feminino                  | Masculino               |
| <b>Identidade de gênero</b>  | Transgênero             | Cisgênero                 | Transgênero             |
| <b>Orientação Sexual</b>     | Homossexual             | Bissexual                 | Homossexual             |
| <b>Classe Social</b>         | D                       | C                         | E                       |
| <b>Escolaridade</b>          | Nível médio completo    | Nível superior incompleto | Nível médio incompleto  |
| <b>Estado civil</b>          | Solteira                | Solteira                  | Solteira                |
| <b>Raça</b>                  | Parda                   | Parda                     | Preta                   |
| <b>Renda</b>                 | R\$ 2.100               | R\$ 3.700                 | R\$ 1.600               |
| <b>Constituição familiar</b> | Morando com companheiro | Solteira                  | Morando com companheiro |

Fonte: Autoria própria com base na pesquisa de campo realizada em 2022.

#### 4.1.6 Processo de criação dos empreendimentos

Neste segmento, é possível analisar de forma comparativa como se deu o processo de criação dos 03 (Três) empreendimentos. De forma mais detalhada são abordadas nesta seção a categoria de negócio desses empreendimentos, nome dados a eles, onde estão localizados, os motivos pelos quais foram criados, a forma como se deu a formalização como MEI, relatos das possíveis dificuldades no processo de criação e suas redes de apoio.

No quadro 3 é possível verificar a categoria do negócio, bem como as atividades que cada uma dessas empreendedoras realiza. Das três entrevistadas, uma delas, a Poderosa, desenvolve atividade de manicure e pedicure, enquanto que as demais realizam atividades direcionadas aos cabelos, a exemplo de tingimento, corte, alongamento, penteados, entre outras. 95,9% das mulheres MEI optaram por tratamento de beleza (DATASEBRAE, 2022).

Dois dos negócios - da Poderosa e da Revolucionária - são desenvolvidos em ambiente domiciliar, em residências alugadas, enquanto que um deles, o empreendimento da Vitoriosa, é desenvolvido em espaço anexado ao domicílio da empreendedora. Segundo Data Sebrae (2022) entorno de 38% dos estabelecimentos estão instalados na residência do empreendedor, enquanto 27% se desenvolvem em estabelecimentos comerciais. Nesse estudo os dados apresentam-se da seguinte maneira: cerca de 66,66 % das empreendedoras desenvolvem seu negócio em Domício enquanto que os outros 33,33% em ponto comercial.

O sonho da independência financeira foi o que motivou duas - a Poderosa e a Vitoriosa - dentre as três entrevistadas a empreenderem. Segundo Data Sebrae (2022), enquanto que em anos anteriores os entrevistados se dividiam entre aqueles que se tornaram MEIs em busca da independência ou porque precisavam de nova fonte de renda, em 2022 a vontade de ser independente pesou para a maior parcela dos pesquisados (42%).

No que tange ao processo de formalização, dificuldades na abertura dos negócios e suas redes de apoio; o Sebrae revelou que mais da metade dos entrevistados na pesquisa que revela o perfil do MEI em 2022, não precisou de ajuda para registrar seu negócio como MEI e o Sebrae surge como a primeira opção entre aqueles que buscaram apoio. Nesta pesquisa a Poderosa e da Vitoriosa, que em ambos os casos contaram, ambas, com apoio. Aquela dos agentes de desenvolvimento e profissional contábil. Já a Vitoriosa procedeu como nos 53% dos casos dos MEIs ativos levantados pelo Sebrae em 2022, não precisando de ajuda para registro do negócio, relatando não encontrar dificuldades. Na percepção dos MEIs entrevistados o processo de abertura e registro como microempreendedor individual é fácil e bem avaliado, chegando a conferirem nota média 8,9 para a questão, o que traduz as suas respostas que não encontraram dificuldades em seus processos de abertura.

A seguir, o quadro 3 com detalhes acerca do processo de criação dos empreendimentos sob análise.

**Quadro 3 - Processo de criação dos empreendimentos**

|   | <b>A poderosa</b>  | <b>A vitoriosa</b>   | <b>A revolucionária</b>   |
|---|--|--|---|
| <b>Categoria de negócio</b>   | Manicure e pedicure  | Cabeleireira   | Cabeleireira  |
| <b>Nome ou razão social</b>   | Jad Unhas  | Salão Flor de Lis  | Dany Concept  |
| <b>Espaço ou localização do negócio</b>                                   | Domicílio /alugado   | Anexo a residência de domínio próprio  | Domicílio /alugado  |
| <b>Motivos que levaram o empreendedorismo como categoria profissional</b> | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Dificuldades em se adaptar aos locais de trabalho;</li> <li>2. Independência financeira.</li> </ol>  | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Busca pela independência financeira.</li> <li>2. Necessidade de apresentar um CNPJ aos órgãos os quais ela prestava seu trabalho.</li> </ol> | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Sonho de colocar suas habilidades profissionais em prática;</li> <li>2. Necessidade de fonte de renda para sustento.</li> </ol>                     |
| <b>Como ocorreu o processo de formalização</b>                            | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Não encontrou dificuldade no processo de formalização;</li> <li>2. Contou com a ajuda dos agentes de desenvolvimento e o espaço do empreendedor;</li> <li>3. Não teve custos com abertura de empresa.</li> </ol> | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ocorreu por meio de um profissional contábil.</li> </ol>   | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. A formalização ocorreu da sua própria residência, através do portal do empreendedor disponível na plataforma digital do governo federal.</li> </ol> |
| <b>Dificuldades encontradas durante o processo de formalização</b>        | Não encontrou  | Não encontrou  | Demonstrou insegurança, mas não relatou dificuldades.   |
| <b>Redes de apoio durante o processo de criação</b>                       | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. SEBRAE / SE;</li> <li>2. Agentes de desenvolvimento;</li> <li>3. Prefeitura da sua</li> </ol>  | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Profissional contábil;</li> <li>2. Instituição financeira;</li> <li>3. Instituição de ensino</li> </ol>                                      | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Instituições financeiras;</li> <li>2. Esposo</li> </ol>   |

|  |                      |  |  |
|--|----------------------|--|--|
|  | cidade.<br>4. Esposo |  |  |
|--|----------------------|--|--|

Fonte: autoria própria com base nos dados da pesquisa de campo realizada em 2022

#### 4.1.7 Processo de Empoderamento por meio do empreendedorismo

Na ocasião, por meio da análise de comparações, é possível verificar de que forma o processo de empreendedorismo pode promover o empoderamento cognitivo, econômico, psicológico e social das entrevistadas a partir do conceito da autora Nelly Stromquist (1977).

Segundo Stromquist (1977), os parâmetros do empoderamento são: construção da auto imagem e confiança positiva, desenvolvimento da habilidade para pensar criticamente, a construção da coesão em grupo e a promoção da tomada de decisão e ação. sentido, esse processo de avanço da mulher se dá através de cinco níveis de igualdade: Bem-estar, acesso aos recursos, conscientização, participação e controle.

Segundo ainda a supracitada autora, uma perfeita definição de empoderamento devem incluir os componentes cognitivos, psicológicos, políticos e econômicos. Partindo da percepção da autora a respeito desses conceitos, o elemento cognitivo refere-se a compreensão que as mulheres têm da sua subordinação assim como as causas desta na sociedade e todo um conhecimento sobre as relações e ideologia de gênero, sexualidade, direitos legais e conjugais as quais estão inseridas.

Na psicologia, a forma como as pessoas se sente emocionalmente e a forma como se comportam estão associadas há como elas interpretam e pensam a respeito de alguma situação. Nesse sentido, o processo cognitivo é a modificação dos processos de pensamentos desadaptativos e comportamentos problemáticos para obter mudanças em direção ao empoderamento feminino (BISPO *et al.*, 2014). Acerca do componente cognitivo, nos relatos das entrevistadas percebe-se que o processo de empreender ajudou na conscientização que a mulher tem a respeito da subordinação que o afeta, levando ao entendimento dos motivos, causas e consequências e os reflexos diante da sociedade. Poderosa, por exemplo, relatou que o empreendedorismo foi capaz de transformá-la e provocá-la a mudança que precisava - desde então iniciou-se um processo de conscientização sobre as questões que a afetam enquanto mulher. Já a Vitoriosa reforça esse argumento quando

apresenta uma narrativa de que o empreendedorismo foi sua válvula de escape e que esse modelo de trabalho a ajudou a refletir sobre o processo em que viveu de dependência durante 26 anos, possibilitando uma reflexão sobre o processo de subordinação. A Revolucionária, por vez, foi ainda mais profunda e relatou que o empreendedorismo rompeu a bolha em que ela vivia e te permite viver bem relacionada com a família e suas questões de ideologia de gênero e sexualidade. Desse modo, percebe-se que o processo de empoderamento cognitivo apresentado pela autora Stromquist (1997), em que se baseia na ideia de torna-se a mulher um indivíduo autônomo, independente, dotado de plenitude humana tão quanto o homem se apresenta perante a sociedade é justificado nestes três casos.

Seguindo com as discussões e os achados nesta pesquisa, no que tange os aspectos econômicos, alcançar o empoderamento econômico feminino é altamente relevante para que se modifique ou até mesmo provoquem as discussões a respeito das questões de desigualdade que atingem as mulheres em sociedade no campo do trabalho e familiar.

No estudo desenvolvido por Lima *et al.*, (2021, p. 258), tratando-se do aspecto econômico como aporte para o empoderamento feminino, a autora mapeou, conforme relatos das entrevistas, os elementos que proporcionaram o empoderamento econômico da mulher por meio do empreendedorismo. Neste achado são mencionados a promoção da saúde, promoção de lazer, promoção de renda, conquistas familiares, conquistas no âmbito profissional, conquistas na esfera da educação e conquistas da autovalorização.

As empreendedoras entrevistadas - A Poderosa, A Vitoriosa e A Revolucionária - relatam que o empreendedorismo lhes conferiu a condição de poder de compra e que o retorno financeiro de suas atividades foi importante para que as empreendedoras conseguissem fazer investimentos em seus negócios. A independência financeira foi capaz, também, de torná-las pessoas felizes e libertas a partir do momento em que começaram a frequentar lugares mais confortáveis, consumir produtos e serviços com um padrão de qualidade melhor e até mesmo ajudar os esposos nas despesas de casa, e ainda melhorarem as suas condições de trabalho. Desse modo, cabe dizer que os estudos realizados por outros pesquisadores corroboram para os achados desta pesquisa. Esse resultado é um indicador do empoderamento econômico

feminino, o qual envolve ganho de poder, controle sobre a vida e respeito no seio familiar (HUNT e SAMMAN, 2016, *apud* JUSSARA, 2021).

Outro componente observado neste estudo foi o psicológico, o qual inclui o desenvolvimento de sentimentos que as empreendedoras podem pôr em prática a nível pessoal e social para melhorar sua condição, assim como a ênfase na crença de que podem ter êxito nos seus esforços por mudanças: autoconfiança, autonomia e autoestima são fundamentais (COSTA, 2022).

Com relação ao componente psicológico, a Poderosa relatou que o primeiro sentimento que o empreendedorismo provocou foi o sentimento de mudança e poder, enquanto que para a Vitoriosa o empreendedorismo gerou autoconfiança e autoestima e a possibilitou se enxergar como uma mulher mais segura, confiante e indomável. Segundo a Revolucionária, o trabalho foi fundamental para que a sociedade a reconhecesse como uma pessoa com dignidade e capaz de viver em sociedade. Nesse sentido, os indicadores como autoestima, autoconfiança e autonomia estão presentes nas narrativas das entrevistas. Para além disso, Stromquist (1997) entende que o elemento psicológico precisa ser reforçado com o componente econômico. Assim, a autora enxerga que esse último componente colabora para o fim da subordinação econômica das mulheres, provocando o processo de autonomia e oportunidade de ser empoderada.

No tocante ao componente político, isso trata-se da habilidade para analisar o meio circundante em termos políticos e sociais, e também significa a capacidade para organizar e promover mudanças sociais. Nesse sentido, nos achados desta pesquisa foi possível observar que uma das entrevistadas, A Poderosa, não participa de projetos, grupos, correntes ou entidades sociais de cunho coletivo e político, todavia acredita ser uma pessoa influente e que transforma o meio em que vive por meio do seu exemplo, apesar de ser consciente do seu papel na sociedade e considerar sua trajetória um exemplo a ser seguido.

Por outro lado, a Vitoriosa mantém sua vida discreta e não faz o uso da oratória para discursar sobre a causa. Embora acredite ser capaz de contribuir para uma sociedade mais evoluída e desprendida de preconceito, parece não saber muito bem como fazer. Mas relatou que entende seu papel como empreendedora e bissexual, para que as transformações da sociedade

ocorram e desse modo pretende se unir a outras forças para fazer valer seu legado.

Diferente das outras duas, a Revolucionária é filiada a um partido político e usa sua voz para militar sobre as pautas que te afetam de forma individual e coletiva. Tem o segmento LGBTQIAPN + como causa e está sempre em defesa dessas pessoas e enxerga o empreendedorismo como uma opção para que muitas travestis e transexuais, assim como ela, recupere sua dignidade, respeito, autoestima e passem a viver de forma digna e não dependam dos trabalhos periféricos e que as prostituem.

Segundo Martins (2021), o empoderamento político é medido ao longo de três dimensões: as liberdades civis (escolha), a participação na sociedade civil (agência), e a participação política (participação).

A primeira dimensão remete para a capacidade de fazer escolhas sobre aspectos fundamentais da vida - que inclui a liberdade face ao trabalho forçado e o direito à propriedade e o acesso à justiça. sentido, as empreendedoras apresentam um comportamento de quem encontrou a liberdade sobre seu corpo, sobre sua sexualidade e sobre sua individualidade. E que, também, têm buscado os direitos como cidadãs, como empreendedoras e como esposas.

A segunda dimensão mede a agência das mulheres, definida como a capacidade de ser um agente ativo na mudança e de expressar publicamente as suas reivindicações. Para isso, algumas condições devem ser garantidas, incluindo a liberdade de discussão e de participação em organizações da sociedade civil e a representação nos órgãos de comunicação social.

Percebe-se diante dos achados que essas duas dimensões não são contempladas por duas das entrevistadas - A Poderosa e a Vitoriosa, mas que a Revolucionária se comporta de modo a usar sua voz para ser protagonista da sua própria história e que se encontra inserida dentro dos espaços de discussões em sociedade.

A terceira dimensão centra-se na participação das mulheres como protagonistas nas tomadas de decisões políticas. Essa participação requer não só a representação das mulheres nos parlamentos nacionais, como também uma distribuição igualitária do poder. Esses indicadores apontam para a presença da mulher no centro do debate e nas participações de escolhas e decisões de seus interesses. Nesse sentido, os achados desta pesquisa

apontam que as empreendedoras que dela participaram têm buscado o empoderamento e a igualdade de gênero por meio da força do trabalho, mas que a participação dentro política pertence apenas uma delas - A Revolucionária.

## 5 CONCLUSÕES

Nesta seção são apresentadas as conclusões desta pesquisa e sugestões para possíveis pesquisas futuras.

### 5.1 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A presente pesquisa buscou analisar como o empreendedorismo contribui para o empoderamento da população LGBTQIAPN + em Sergipe. Para tal a história de três mulheres; foram investigadas uma cis e duas transsexuais, as quais se identificam com o gênero feminino, elas se encontram na faixa etária entre 25 e 33 anos, escolaridade e níveis sociais variados.

Os empreendimentos são estabelecidos no próprio domicílio e um terceiro num anexo da residência. A abertura dos empreendimentos pesquisados ocorreu por motivos diversos, dentre estes: a) dificuldades em se adaptar as condições de trabalho; b) busca de independência financeira; c) necessidade de apresentar um CNPJ às empresas para as quais prestava serviços; d) sonho de colocar suas habilidades profissionais em prática; e) necessidade de fonte de renda para sustento. Neste mesmo estudo, as entrevistadas relataram que o processo de formalização ocorreu por meios diferentes, a saber: a) auxílio dos agentes de desenvolvimento local que são capacitados pelo do Sebrae/SE para desenvolverem essa função no âmbito municipal; b) apoio de profissionais da área contábil; ou ainda c) por conta própria, com o auxílio da internet.

Destacaram ainda que, durante o processo de criação dos empreendimentos, contaram com redes de apoio, a exemplo do SEBRAE/SE, prefeitura do município onde empreendem, agentes de desenvolvimento local, profissionais contábeis, instituições financeiras, instituições de ensino e apoio familiar.

Acerca do empoderamento, percebe-se que as empreendedoras que participaram desta pesquisa desenvolvem o componente cognitivo a maneira que entenderam e romperam com a independência em seus diferentes graus e modos. Passando a compreender os aspectos da subordinação, as relações e

ideologia de gênero, sexualidade, direitos legais e conjugais as quais estão inseridas e seus reflexos na sociedade. Quando a mulher percebe que o processo de dependência existe e encontra meios através do trabalho - empreendedorismo, para que esse ciclo se rompa, ela está desenvolvendo o empoderamento cognitivo, facilmente percebido nos diálogos destas entrevistadas.

Nesse processo de empoderamento, percebeu-se que as mulheres passaram a ter mais poder de aquisição, reforçando o entendimento a respeito do empoderamento feminino, tão defendido por Stromquist (1997). Neste mesmo sentido, notou-se que a força de trabalho por meio do empreendedorismo tornou as mulheres mais encorajadas a partir do momento em que essas empreendedoras passaram a atender necessidades de consumo, ter acesso a lugares e viver do seu próprio sustento. Faz saber que o processo empreendedor promoveu a essas mulheres um ganho em diferentes campos e níveis da vida delas, a saber: lazer, renda, educação, cultura, profissional, familiar, saúde, autoestima e autovalorização.

Notou-se ainda, que o empreendedorismo promoveu a participação da mulher em espaços de fala, de cunho político e social, colaborando para que a imagem da mulher fosse respeitada e incluída no centro do debate. Percebeu-se, também, que duas dessas mulheres têm consciência do seu papel em encorajar outras mulheres com seus exemplos de vida, mas que se recusam ou se protegem da exposição.

As entrevistadas demonstraram sentir-se empoderadas ao apresentarem uma fala clara, segura e consistente. Todavia, esse processo de empoderamento não é percebido de forma prática por elas. Exemplo disso é a dificuldade de expressar e identificar o real significado da palavra empoderamento, contudo o empoderamento nessas empreendedoras pode ser exemplificado, visto que entrevistando as mesmas, percebeu-se que o empreendedorismo possibilitou condições de se sentirem conscientes, livres, independentes e seguras de si.

## 5.2 CONTRIBUIÇÕES DO ESTUDO E SUGESTÕES PARA FUTURAS PESQUISAS

Este oferece oportunidade para que a sociedade desperte para a necessidade de olhar para o esforço de mulheres que buscam no empreendedorismo a oportunidade de conquistar independência financeira e autoestima, enfrentando barreiras impostas por questões sociais de gênero, sexualidade e identidade de gênero. Acredita-se que a partir da ciência é possível colocar a comunidade LGBTQIAPN+ no centro do debate e juntos construir políticas de reparação a essa comunidade.

Perante os achados, evidenciou-se a necessidade de outros estudos, visto a baixa produção de pesquisa que trate da possibilidade do empreendedorismo alavancar o processo de empoderamento LGBTQIAPN + em Sergipe. Recomenda-se, inclusive, o estudo dessa abordagem com outras identidades de gêneros que não foram exploradas neste trabalho, de modo que venha a ser revertido na tomada de políticas públicas para a comunidade LGBTQIAPN +.

Diante disso, recomenda-se que estudos futuros acerca do empreendedorismo venham acompanhar o processo de empoderamento dessa população de modo a estimular as academias desenvolverem trabalhos de pesquisa para melhor compreender o processo criativo de empreendedores, Gays, bissexuais, Transsexuais, Lésbicas e como o processo de empoderamento é alcançado pela força de trabalho.

## REFERÊNCIAS

- ARAUJO, M. J. F. **Minorias**. Disponível em: <<https://www.infoescola.com/sociologia/marginalizacao/>>. Acesso em: 05 out. 2021.
- BAQUERO, R. Empoderamento: instrumento de emancipação
- BARON, R. A; SHANE, S. A. **Empreendedorismo: uma visão do processo**. São Paulo: Thomson Learning, 2007.
- BASTOS, L. C; BIAR, L. A. Análise de narrativa e práticas de entrevistados da vida social. **DELTA: Documentação e Estudos em Linguística Teórica e Aplicada**. ISSN 1678-460X, v. 31, n. 4, 2015.
- BATALHA, G. F. O. M. Orientação sexual e discriminação no ambiente laboral. **Revista de direito internacional**. UnilCEUB, v, 10, n. 2, 2013.
- BERNARDO, J. M. L; SILVEIRA, T. I. O; FERREIRA, L. N. V. O microempreendedor individual no contexto econômico brasileiro: oportunidade ou necessidade? **Simpósio De Excelência em Gestão e Tecnologia**. Disponível em <https://www.aedb.br/seget/arquivos/artigos18/14826152.pdf>. Consultado em, v. 16, n. 02, 2020.
- BISPO, M. S; SOARES, L. C; CAVALCANTE, E. D. C. **Panorama dos estudos sobre “prática” no Brasil: Uma análise da produção**. Anais do Encontro da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração, Rio de Janeiro, 2014.
- BORGES, R. D. H. A. **A inclusão LGBTQIA + no mercado de trabalho**, 2021.
- BRASIL. CONSTITUIÇÃO DA REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL, 1988. Brasília: Senado Federal, Coordenação de Edições Técnicas, 2016. Disponível no Diário Oficial da União. 496 p.
- BRASKEM; BLUEVISION. **Mapa do Empreendedorismo social por gênero, raça e orientação sexual**, 2021. Disponível em: [www.branskem.com.br/comunidades](http://www.branskem.com.br/comunidades). Acesso em 06/05/2021.
- CERVO, A. L.; BERVIAN, P. A.; DA SILVA, R. **Metodologia científica**. 6. ed. São Paulo: Pearson, 2007.
- CHAVES, L.G.M. Minorias e seu estudo no Brasil. **Revista Sociais**, Vol. II. 2019.
- COSTA, A. A. **Gênero, poder e empoderamento das mulheres**. A química das mulheres, Salvador, março 2004.
- DALFOVO, M. S; LANA, R. A; SILVEIRA, A. Métodos quantitativos e qualitativos: um resgate teórico. **Revista Interdisciplinar Científica Aplicada**, Blumenau, v.2, n.4, p.01- 13, Sem II. 2008.

DE SOUZA, L. H. B. L. Trabalho e diversidade sexual e de gênero: dilemas entre a inserção econômica e social no mercado de trabalho e as estratégias de sobrevivência da população LGBT. **Revista Brasileira de Estudos da Homocultura**, v. 3, n. 10, p. 252-275, 2020.

DORNELAS, J.C.A. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

DRUCKER, P. F. **O Gerente Eficaz**. Editora Zahar, São Paulo, 1974.

FACCHINI, R. **Histórico de Luta LGBT no Brasil**. Ver. Adm. UFSM, Santa Maria, v.9. 2019.

FERNANDO, T. O empoderamento mitigado. **Revista Eletrônica dos Pós-Graduandos em Sociologia Política da UFSC**. Vol. 3 n. 1 (1), agosto-dezembro/2006, p. 67-85.

FIALHO, F.A.P. *et al.* **Empreendedorismo na era do conhecimento**. Florianópolis: Visual Books, 2007.

GEM, 2019. **Relatório do empreendedorismo no Brasil**. Disponível em: <https://ibqp.org.br>. Acesso em: 28 ago. 2021.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa** 6. ed. Atlas, 2017.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 2005, p.45.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 5.ed. São Paulo: Atlas, 1999.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. São Paulo: ATLAS, 2008.

GOVERNO DO ESTADO DE SERGIPE. **Secretaria de Inclusão apoia projeto de empregabilidade LGBT em Sergipe**. Disponível em: <https://www.se.gov.br>, Acesso em: 23 mar. 2021.

INSTITUTO DE PESQUISA ECONÔMICA APLICADA - IPEA. **Redução das desigualdades**. Disponível em: <https://www.ipea.gov.br>. Acesso em: 06 out. 2021.

IORIO, C. **Algumas considerações sobre estratégias de empoderamento e de direitos**. In: ROMANO, J; ANTUNES, M. (Org.). Empoderamento e direitos de combate à pobreza. Rio de Janeiro: ActionAid Brasil, 2002. p.47.

ITABORAHY, L. P. **Pessoas LGBT vivendo em pobreza no Rio de Janeiro**. Londres, Reino Unido: Micro Rainbow International C.I.C, 2014.

ITABORAHY, L. P; CAVALCANTE, C. K; RIBEIRO, I. P. **EMPREENDEDORISMO LGBT: histórias de empoderamento socioeconômico no Rio de Janeiro (2015-17)**. Rio de Janeiro, Brasil: Micro Rainbow International C.I.C, 2017.

JESUS. J. G. **ORIENTAÇÕES SOBRE IDENTIDADE DE GÊNERO: CONCEITOS E TERMOS**. Guia técnico sobre pessoas transexuais, travestis e demais transgêneros, para formadores de opinião. Brasília, 2012.

JUSTO, G. **Pelo 12º ano consecutivo, Brasil é o país que mais mata transexuais no mundo**. Disponível em <https://exame.com/brasil/pelo-12o-ano-consecutivo-brasil-e-pais-que-mais-mata-transexuais-no-mundo/>. Acesso em: 07 out. 2021.

KALUME C.C; ITABORAHY L. P. **vulnerabilidades socioeconômicas de pessoas LGBT no Rio de Janeiro**, 2016.

KLEBA, M. E; WENDAUSEN, A. **Empoderamento: processo de fortalecimento dos sujeitos nos espaços de participação social e democratização política**. Saúde Soc. São Paulo, v.18, n.4, p.733-743, 2009.

KULICK, D. **Travesti: sex, gender and, culture among Brazilian transgendered prostitutes**. Chicago: university of Chigago press, 1998.

LAKATOS, E. M; MARCONI, M. A. **Fundamentos de metodologia científica**. 7 ed. São Paulo: Atlas, 2010.

LEITE, A; Oliveira, F. (2007). **Empreendedorismo e Novas Tendências**. Estudo EDIT VALUE Empresa Júnior, 5, 1-35. Disponível em: < [www.foreigners.textovirtual.com/empreendedorismo-e-novastendencias-2007.pdf](http://www.foreigners.textovirtual.com/empreendedorismo-e-novastendencias-2007.pdf) > Acesso em: 30 out. 2010.

LIMA, J.M. *et al.* **Empreendedorismo como aporte para o empoderamento econômico feminino**. Rev. Tecnol. Soc., Curitiba, v. 17, n. 48, p.251-266, jul./set., 2021. Disponível em: <https://periodicos.utfpr.edu.br/rts/article/view/13462>. Acesso em: 06 nov. 2021.

LISBOA, T. K. (2000). **Heroínas em luta na conquista de suas glórias: um estudo sobre o processo de “empoderamento” das mulheres nas comunidades de periferia de Florianópolis**. Tese (Mestrado em Sociologia). Programa de Pós-Graduação em Sociologia, Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre.

LISBOA, T. K. **O empoderamento como estratégia de inclusão das mulheres nas políticas sociais**. Fazendo gênero 8 – Corpo, Violência e Poder. Universidade Federal de Santa Catarina. Florianópolis, 2008.

MELLO, L; BRITO, W; MAROJA, D. Políticas públicas para a população LGBT no Brasil: notas sobre alcances e possibilidades. **Cadernos pagu**, p. 403-429, 2012.

MINAYO, M. C. S. **O desafio do conhecimento**. 11 ed. São Paulo: Hucitec, 2008.

MOLINA, L. P. P. A homossexualidade e a historiografia e trajetória do movimento homossexual. **Antíteses**, v. 4, n. 8, p. 949-962, jul./dez. 2011.

MORAES, R. Análise de conteúdo. **Revista Educação**, Porto Alegre, v. 22, n. 37, p. 7-32, 1999.

OIT. **Pesquisa Diversidade Aprendiz: Aprendizagem para um futuro inclusivo**. Ed. Somos Diversidade. Publicação: 2021.

OLIVEIRA, F.M. **Empreendedorismo: teoria e prática**. Curso Vip de Administração Instituto de Pós Graduação IPOG, 2012.

ONU. **Como as Nações Unidas apoiam os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável no Brasil**. Disponível em: <https://brasil.un.org/pt-br/sdgs>. Acesso em: 14 set. 2021.

OUT NOW GLOBAL. Relatório Brasil LGBT2030 de 15 de novembro de 2017. Disponível em: <http://www.outnow.lgbt/>. Acesso em: 16 de nov. 2021.

PARRA, P. **Empreender diversidade: desafios e oportunidades para a população LGBTQIA +**. Fortaleza, CE, 2018.

PEQUENAS EMPRESAS & GRANDES NEGÓCIOS. Orgulho LGBT: 5 histórias de empreendedores LGBTs para se empoderar. **Revista PEGN**, Ed. 28 jun. 2021.

PORFÍRIO, F. **"Minorias sociais"**; *Brasil Escola*. Disponível em: <https://brasilecola.uol.com.br/sociologia/minorias-sociais.htm>. Acesso: em 22 set. 2021.

RAGINS, B.R. Orientação sexual no local de trabalho: experiências únicas de trabalho e carreira de gays, lésbicas e bissexuais trabalhadores. **Pesquisa em Pessoal e Recursos Humanos Management**, 23, pp. 35-120. 2004.

ROSA, G. **Empoderamento feminino e desenvolvimento: uma análise para o Brasil**. Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Faculdade de Ciências Econômicas. Porto Alegre, BR-RS, 2018.

SÃO PAULO. Governo do Estado. Secretaria da Justiça e da Defesa da Cidadania. Coordenação de Políticas para a Diversidade Sexual. **Diversidade sexual e cidadania LGBT**. 3ª ed. São Paulo: SJDC/SP, 2018. 47 p.

SCHUMPETER, J. A. (1984). **Capitalismo, socialismo e democracia (S. G. de Paula, Trad.)**. Rio de Janeiro, Zahar. (Obra original publicada em 1942).

SILVA, M. L. A. Sexo ou gênero: qual variável utilizar no trabalho científico? **Revista Funec Científica – Multidisciplinar**, Santa Fé do Sul (SP), v.7, n.9, jan./dez. 2018.

SILVA, W. **Jovens de minorias dão cara nova ao empreendedorismo**. Disponível em: <https://infograficos.estadao.com.br/focas/por-minha-conta/materia/jovens-de-minorias-dao-cara-nova-empreendedorismo-forma-de-se-inserir-no-mercado>. Acesso em: 16 set. 2021.  
social? – uma discussão conceitual. **Revista debates**, Porto Alegre, v. 6, n. 1, p.173-187, jan.-abr. 2012.

STROMQUIST, N. P. “**Education as a means for empowering women**”. In J.Parpart, S. Rai & K. Staudt (eds), *Rethinking empowerment: gender and development in a global/local world*. London: Routledge, p.22-38, 2002.

STROMQUIST, N.P. **Poder y empoderamiento de las mujeres**. 1º ed. agosto de 1997.

TREVISAN, J.S. **Devassos no paraíso: a homossexualidade no Brasil, da colônia à atualidade**.4 ed.rev. e ampl. Rio de Janeiro; objetiva, 2018.

VARTABEDIAN, J. **Travestis brasileiras trabalhadoras do sexo algumas notas além da heteronormatividade**. Bagoas - Estudos gays: gêneros e sexualidades, 11 (17). pp. 64-92, 2018.

VERGARA, S. C. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. 7 ed. São Paulo: Atlas, 2006.

VILLACORTA, A. E; RODRIGUEZ, M. **Metodologias e ferramentas para implementar estratégias de empoderamento**. In: ROMANO, J; ANTUNES, M. (Org.). *Empoderamento e direitos no combate à pobreza*. Rio de Janeiro: Actionaid Brasil, 2002.

YIN, R. K. **Estudo de Caso: planejamento e métodos**. 2a ed. São Paulo: Bookman, 2001.

ZEN, A. C; FRACASSO, E. M. Quem é o empreendedor? As implicações de três revoluções tecnológicas na construção do termo empreendedor. **RAM. Revista de Administração Mackenzie**, v. 9, p. 135-150, 2008.

## APÊNDICE

### ROTEIRO DE ENTREVISTA

#### 1 CARACTERIZAÇÃO DO ENTREVISTADO

- 1.1 Idade?
- 1.2 Sexo?
- 1.3 Gênero?
- 1.4 Classe social?
- 1.5 Escolaridade?
- 1.6 Estado civil?
- 1.7 Raça?
- 1.8 Renda?
- 1.9 Constituição familiar?

- Classe A: (renda mensal domiciliar superior a R\$ 22 mil) ( )
- Classe B: (renda mensal domiciliar entre R\$ 7,1 mil e R\$ 22 mil) ( )
- Classe C: (renda mensal domiciliar entre R\$ 2,9 mil e R\$ 7,1 mil) ( )
- Classes D: (rendimento entre dois e quatro salários mínimos)
- E: (rendimentos de no máximo dois salários mínimos) ( )

Fonte: IBGE (2022)

#### 2 PROCESSO DE CRIAÇÃO DOS EMPREENDIMENTOS

- 2.1 Qual a categoria do negócio. Melhor dizendo, quais as atividades desenvolvidas?
- 2.2 Qual o nome ou razão social do empreendimento?
- 2.3 Em que espaço está localizado o seu negócio (casa, espaço alugado, local próprio, garagem, sala)?
- 2.4 Relate quais foram os motivos que te levaram a escolher o

empreendedorismo como categoria profissional.

2.5 Como ocorreu o processo de formalização e quais foram os motivos que levaram a formalização do negócio?

2.6 Caso tenha havido, quais foram as suas dificuldades durante o processo de criação?

2.7 Redes de apoio: quais foram suas redes de apoio? teve participação da família e amigos? Buscou informações ou teve acesso a instituições financeiras, órgãos públicos ou privados de forma ampla?

### **3 EMPODERAMENTO COGNITIVO, PSICOLÓGICO, ECONÔMICO E SOCIAL**

#### **COGNITIVO**

3.1 O empoderamento cognitivo, parte do pressuposto da compreensão da subordinação. Existe em algum momento o entendimento da sua subordinação ou dependência por algum membro da família, esposo, esposa ou cônjuge? Se sim, quais eram essas dependências e como dava-se a relação com essa outra pessoa? Por quanto tempo durou? Como você se sentia? Ao que você estava sujeito naquele momento (ordem, disciplina, violência)? Como o processo de empreender te ajudou, se é que isso ocorreu, a superar essa dependência/subordinação?

#### **PSICOLÓGICO**

3.2 Entende-se como empoderamento psicológico, o momento em que o indivíduo sente a necessidade de colocar algum dos seus sentimentos no processo de empoderamento em prática. São sentimentos como: vontade de mudar a situação em que vive, a busca por autonomia, aceitação, reconhecimento, participação nas decisões políticas e sociais, idealização dos sonhos. Quando e como ocorreu? Como o processo de empreender te ajudou, se é que isso ocorreu, em seu processo de empoderamento psicológico?

## ECONÔMICO

3.3 Momento em que se alcança a superação da subordinação financeira. Como ocorreu? De que maneira? Com a independência financeira, o que mudou? Quais sonhos foram realizados? Passou a consumir coisas antes não consumidas como bebidas, comidas, artigos vestuários, entre outros? Cite alguns lugares que você hoje tem acesso e costuma frequentar e que antes não podia. Como o processo de empreender te ajudou, se é que isso ocorreu, a superar essa dependência financeira a realizar sonhos, desejos?

## SOCIAL

3.4 O componente político do empoderamento envolve a habilidade de analisar o ambiente em termos políticos e sociais e a promoção de mudanças em seu meio. Envolve a consciência individual, bem como a ação coletiva. Narre, caso aconteça, as suas ações e intenções para alcançar transformações sociais na comunidade. Já realizou algum tipo de mobilização da população ou projetos, ao menos, de pequena escala, voltado ao coletivo da população LGBTQIAP+? Como o processo de empreender te ajudou a empoderar-se socialmente?