



UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARÁ
INSTITUTO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO

GABRIEL RODRIGUES DE OLIVEIRA GADELHA

OS DESAFIOS DO EMPREENDEDORISMO LGBTQIAPN+:
um mapeamento do cenário atual

BELÉM-PA
2023

GABRIEL RODRIGUES DE OLIVEIRA GADELHA

OS DESAFIOS DO EMPREENDEDORISMO LGBTQIAPN+:
um mapeamento do cenário atual

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Administração, do Instituto de Ciências Sociais Aplicadas, da Universidade Federal do Pará, como parte dos requisitos necessários para a obtenção do título de Mestre em Administração. Área de Concentração: Estratégia Organizacional.

Orientadora: Profa. Dra. Marinalva Cardoso Maciel

BELÉM-PA
2023

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP) de acordo com ISBD
Sistema de Bibliotecas da Universidade Federal do Pará
Gerada automaticamente pelo módulo Ficat, mediante os dados fornecidos pelo(a)
autor(a)

R696d Rodrigues de Oliveira Gadelha, Gabriel.
OS DESAFIOS DO EMPREENDEDORISMO
LGBTQIAPN+ : UM MAPEAMENTO DO CENÁRIO ATUAL /
Gabriel Rodrigues de Oliveira Gadelha. — 2023.
68 f. : il.

Orientador(a): Prof^ª. Dra. Marinalva Cardoso Maciel
Dissertação (Mestrado) - Universidade Federal do Pará,
Instituto de Ciências Sociais Aplicadas, Programa de Pós-
Graduação em Administração, Belém, 2023.

1. empreendedorismo. 2. LGBTQIAPN+. 3. revisão
sistemática da literatura. 4. orientação sexual. I. Título.

CDD 338.04

GABRIEL RODRIGUES DE OLIVEIRA GADELHA

OS DESAFIOS DO EMPREENDEDORISMO LGBTQIAPN+:
um mapeamento do cenário atual

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Administração da Universidade Federal do Pará como requisito para a obtenção do Título de Mestre em Administração. Área de Concentração: Estratégia Organizacional.

Aprovada em 03 de agosto de 2023.

Banca examinadora:

Presidente: Profa. Marinalva Cardoso Maciel (Orientadora)
Doutora em Economia (UFPE)

1º Examinador: Prof. Cristiano Descovi Schimith
Doutor em Engenharia de Produção e Sistemas (Unisinos)

2º Examinador: Prof. Welson de Sousa Cardoso
Doutor em PPGSS (UFPA)

AGRADECIMENTOS

Agradeço, primeiramente, a Deus, que esteve comigo desde a minha inscrição até o momento de escrever este texto. Nunca me abandonou e me deu força para continuar até mesmo quando eu não acreditava em mim.

A minha família, pois é o motivo pelo qual faz valer a pena todo esforço e luta. Orgulhá-la é o que me move e que me faz ir mais longe. Mãe, Pai, Hugo e Annanda, a vocês, todo meu amor.

Aos meus amigos que tornaram a caminhada mais leve e respeitaram meu tempo, foram compreensíveis, companheiros e afetuosos. Aos da vida, aos do trabalho e aos do mestrado, meu muito obrigado.

A minha orientadora Marinalva Maciel, pela parceria e pela paciência durante a jornada. O respeito mútuo foi o que tornou possível a conclusão desse trabalho.

Ao programa, às servidoras e aos servidores do PPGAD – UFPA. A dedicação de vocês em tornar o programa possível e ajudar a nos guiar durante esses dois anos foi essencial para que alcançássemos nosso objetivo maior.

À comunidade LGBTQIAPN+, à qual tenho um orgulho enorme de pertencer. Nossa luta, nossas dores, nossas felicidades, nossa competência, nossa Cultura de Excelência me guiaram até aqui. Que conquistemos cada vez mais. Que a gente viva e não apenas sobreviva, exista e não apenas resista, realize e não apenas sonhe

A mim, Gabriel Gadelha, Gay, Negro, Cabano e Amazônida. Não me agradeço, reconheço-me. Nos rótulos que me envolveram, encontrei forças para seguir; no que achavam que iriam me diminuir, engrandeci. Onde enxergavam limitações, encontrei brechas. Ser quem eu sou é o que de melhor eu tenho a oferecer ao mundo.

RESUMO

Empreendedorismo, Identidades de Gênero e Orientação Sexual ainda são analisados, em sua maioria, sob a perspectiva do indivíduo ou da organização, à medida em que as pesquisas se debruçam acerca do preconceito e da discriminação ou sobre como as organizações estão se estruturando para resolver esta problemática. Nesse contexto, o objetivo deste estudo foi investigar o cenário atual do Empreendedorismo LGBTQIAPN+, mapeando o panorama científico atual e identificando principais barreiras e desafios, perfil das pessoas empreendedoras, práticas de gestão e motivação empreendedora. Para atingir o alvo de pesquisa, foram realizados dois estudos independentes, mas complementares em si. O primeiro estudo está orientado em delimitar o cenário da literatura científica na pesquisa sobre Empreendedorismo LGBTQIAPN+, por meio de uma Revisão Sistemática da Literatura (RSL) baseada em Kraus et al. (2020), Page et al. (2021) e Tranfield et al. (2003). Após a condução do método, foi possível delimitar o campo científico em torno do tema, identificando três momentos da pesquisa sobre os temas: existência de empreendedores LGBTQIAPN+ e comparativos com empreendedores heterossexuais; modo de empreender da comunidade LGBTQIAPN+; teorias da administração orientadas à motivação empreendedora. Sobre os temas de pesquisas, o que se destaca são as dificuldades enfrentadas pelas pessoas empreendedoras LGBTQIAPN+, motivação para empreender, como empreendem e como reagem ao mercado heteronormativo. A segunda parte do estudo utilizou um questionário com três seções distintas para a identificação do cenário do Empreendedorismo LGBTQIAPN+. A base amostral da pesquisa abrangeu diversas identidades de gênero e orientações sexuais, não se limitando a empreendedores gays e lésbicas como em outros estudos. Foi possível afirmar que há uma dissonância entre o potencial empreendedor com a ausência de práticas de gestão, apoio, suporte e investimento, o que dificulta o desenvolvimento e a expansão dos negócios liderados por pessoas LGBTQIAPN+. Por fim, é possível afirmar que o Empreendedorismo LGBTQIAPN+ precisa de mais espaço para crescer, menos preconceito para permitir o esforço empreendedor em sua plenitude, mais visibilidade para que seus problemas sejam reconhecidos e solucionados, assim como mais apoio e suporte para que seus potenciais sejam aproveitados ao máximo. A pesquisa se limita no tamanho da base amostral. Como sugestão de pesquisa futura, propõem-se estudos voltados a soluções para as barreiras identificadas, estudos de casos para melhor investigação das práticas de gestão e proposição de projetos de incentivo e fomento ao empreendedorismo LGBTQIAPN+.

Palavras-chave: empreendedorismo; LGBTQIAPN+; revisão sistemática da literatura.

ABSTRACT

Most studies have approached entrepreneurship and Gender and Sexual Orientation Identities from an individual or organizational standpoint, focusing on researching prejudice, discrimination, or how organizations are structuring themselves to tackle these issues. This study aims to delve into the present landscape of LGBTQIAPN+ Entrepreneurship, actively charting the current scientific landscape, and pinpointing the primary barriers and challenges, along with profiling entrepreneurial individuals, exploring management practices, and delving into entrepreneurial motivation. To attain this research goal, we conducted two separate yet interconnected studies. The initial study seeks to define the scientific context surrounding research on LGBTQIAPN+ Entrepreneurship. We accomplished this through a Systematic Literature Review (SLR) based on the works of Kraus et al. (2020), Page et al. (2021), and Tranfield et al. (2003). After applying this method, we were able to outline the scientific framework concerning the topic, uncovering three key research focal points: the existence of LGBTQIAPN+ entrepreneurs and their comparison with heterosexual counterparts, the LGBTQIAPN+ community's entrepreneurial approach, and management theories oriented towards entrepreneurial motivation. Within these research areas, notable aspects include the challenges that LGBTQIAPN+ entrepreneurs face, their entrepreneurial drive, strategies employed, and responses to the heteronormative market. The second phase of the study involved a questionnaire comprising three distinct sections to gauge the landscape of LGBTQIAPN+ Entrepreneurship. Our research sample encompassed diverse gender identities and sexual orientations, extending beyond the confines of gay and lesbian entrepreneurs as studied previously. Our findings confirm the existence of a disparity between entrepreneurial potential and the lack of management practices, support systems, assistance, and investment, all of which collectively hinder the growth and expansion of businesses led by LGBTQIAPN+ individuals. In conclusion, it is evident that LGBTQIAPN+ Entrepreneurship requires an expanded platform for growth, a reduction in prejudice to enable comprehensive entrepreneurial endeavors, increased visibility to acknowledge and resolve their challenges, and enhanced support and assistance to fully harness their potential. Additionally, it is important to note that the scope of this research is bounded by the size of the sample base. As a prospective avenue for future research, we recommend focusing on solutions to identified barriers, conducting case studies for deeper insights into management practices, and proposing projects that promote and foster LGBTQIAPN+ entrepreneurship.

Keywords: entrepreneurship; LGBTQIAPN+; systematic literature review.

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	8
2	OBJETIVO GERAL.....	10
3	QUADRO TEÓRICO	11
3.1	Empreendedorismo.....	11
3.2	Empreendedorismo de grupos marginalizados	11
3.3	Ciclo de Vida Organizacional	12
4	ARTIGOS.....	14
4.1	Artigo 1: Empreendedorismo LGBTQIAPN+: uma revisão sistemática da literatura para o mapeamento do campo de estudo e sua evolução	14
4.2	Artigo 2: Práticas de Gestão em Empreendimentos LGBTQIAPN+: uma análise exploratória sob a perspectiva do Ciclo de Vida Organizacional	32
5	CONSIDERAÇÕES FINAIS	46
	REFERÊNCIAS.....	47
	APÊNDICE.....	51

1 INTRODUÇÃO

Na interseção entre Empreendedorismo, Identidades de Gênero e Orientação Sexual, a literatura ainda se concentra nas experiências de pessoas LGBTQIAPN+ como uma força de trabalho ou em como as organizações se estruturam ou deveriam se estruturar para incluírem essas pessoas trabalhadoras em sua rotina (Byington; Tamm; Trau, 2020).

Em sua pesquisa, Germon et al. (2020) notam que o empreendedorismo e as práticas empreendedoras são masculinos, ao passo que o grau de aproximação com as normas e regras ditadas por essa realidade é diretamente proporcional à probabilidade de sucesso ao empreender. Além disso, os *stakeholders* tendem a julgar projetos baseados nesses estereótipos masculinos do mercado.

Ainda há uma lacuna no entendimento uniforme de quais são os grupos marginalizados (Bates, 2011). As evoluções nos direitos das pessoas marginalizadas, assim como o maior espaço que essas discussões estão ganhando fazem com que o interesse nestes objetos de estudo aumente (Cooney, 2021).

Sob essa perspectiva, de acordo com Landström (2020), apesar das diferentes abordagens sobre empreendedorismo, este se firma como o processo de criação de soluções inovadoras para problemas e necessidades da sociedade, não excluindo a comunidade LGBTQIAPN+, mas expandindo-se para incluí-la nas discussões.

Investigar sobre o Empreendedorismo LGBTQIAPN+ é desafiar o estereótipo masculino do campo dos esforços empreendedores e poder, assim, dar visibilidade, gerar conscientização e priorizar as particularidades de pessoas empreendedoras LGBTQIAPN+ no discurso ainda heteronormativo do mercado.

Sendo assim, este estudo se propõe responder a duas perguntas principais: Qual o panorama da pesquisa científica sobre Empreendedorismo LGBTQIAPN+? Qual a realidade dessas pessoas empreendedoras em suas práticas de gestão, dificuldades, barreiras e motivações empreendedoras?

Interpretar o empreendedorismo sob a perspectiva da Orientação Sexual e da Identidade de Gênero é importante quando pessoas da comunidade LGBTQIAPN+ sofrem com o preconceito e a discriminação em questões salariais, na escolha

profissional, na seleção de talentos, assim como em contratações (Ahmed; Hammarstedt, 2021).

Para tanto, dois artigos científicos foram desenvolvidos, cada um objetivando responder uma das perguntas de pesquisas.

2 OBJETIVO GERAL

Investigar o cenário atual do Empreendedorismo LGBTQIAPN+ a partir do mapeamento do panorama científico atual e da identificação de principais barreiras e desafios, perfil das pessoas empreendedoras LGBTQIAPN+, práticas de gestão e motivação empreendedora.

A presente dissertação de mestrado será apresentada na forma de dois artigos científicos, cujos objetivos serão apresentados a seguir:

Artigo 1: Empreendedorismo LGBTQIAPN+: uma revisão sistemática da literatura para o mapeamento do campo de estudo e sua evolução. **Objetivo:** Mapear o campo de estudo, sua evolução, principais temas pesquisados e autores citados sobre Empreendedorismo LGBTQIAPN+ por meio de uma Revisão Sistemática da Literatura.

Artigo 2: Práticas de Gestão em Empreendimentos LGBTQIAPN+: uma análise exploratória sob a perspectiva do ciclo de vida organizacional. **Objetivo:** Compreender práticas de gestão, desafios e barreiras do Empreendedorismo LGBTQIAPN+ por meio de uma Análise Exploratória de Dados.

3 QUADRO TEÓRICO

3.1 Empreendedorismo

Conceituar empreendedorismo é um exercício de pluralidade, uma vez que a definição e os seus construtos ainda são muito abrangentes (Oliveira et al., 2020). Na visão de Diandra e Azmy (2020), de acordo com o prisma que se adote, a definição de empreendedorismo sofre alterações. De uma perspectiva prática, pode-se entendê-lo pelo exercício de começar ou criar uma organização (Silva; Silva, 2019). Também pode ser entendido como uma força de desenvolvimento econômico e geração de empregos (Bandeira et al., 2020).

Segundo Wadhvani et al. (2020), o conceito de empreendedorismo sofre alterações tanto de acordo com o contexto histórico, quanto na forma de evoluir com as transformações da economia, desde os séculos XII e XIII, nos quais era entendido como fazer ou construir algo, até os séculos XVII e XIX, que agrega a ideia de oferecer bens e serviços a um terceiro em troca de capital e trabalho, com o objetivo de gerar e acumular riquezas. Quanto à natureza empreendedora, Diandra e Azmy (2020) mapeiam dois tipos: Empreendedorismo por Oportunidade e Empreendedorismo por Necessidade.

O Empreendedorismo por Oportunidade é aquele no qual o empreendedor percebe uma chance de negócio e, a partir disso, desenvolve sua organização e escolha de carreira. Já no Empreendedorismo por Necessidade, o empreendedor não escolhe empreender, mas é compelido, pois não tem outra opção de carreira ou sustento (Diandra; Azmy, 2020). Nesse contexto, considerando a natureza empreendedora, é possível direcionar os esforços empreendedores, bem como a estratégia e o posicionamento no mercado.

3.2 Empreendedorismo de grupos marginalizados

Grupos marginalizados são aqueles nos quais são incluídas todas as pessoas que sofrem com o preconceito, a desigualdade e a baixa representatividade em espaços de influência. Ou seja, aqueles que, mesmo que sejam maioria na sociedade, são minoria nas posições de liderança e tomada de decisão (Mazzarol, 2021).

Dessa forma, apesar de a literatura existente utilizar o termo empreendedorismo de minorias, este estudo utilizará a expressão grupos minorizados ou marginalizados com o objetivo de ser mais fiel à realidade na qual estas pessoas estão inseridas.

Mazzarol (2021) desenha uma linha do tempo, por meio de revisão dos estudos sobre o tema publicados entre 1970 e 2019, classificando um primeiro período (1970 - 2009) no qual os estudos estavam mais voltados ao desenvolvimento de empreendimentos e questões políticas. Por sua vez, no período de 2010 a 2019, as pesquisas orientam-se para a pessoa empreendedora, com destaque ao empreendedorismo feminino.

Bates (2011) costura uma linha do tempo de diferentes perspectivas, adotando a visão dos grupos marginalizados no desenvolvimento de empreendimentos nos EUA, no qual os estudos começaram por grupos étnicos, negros e asiáticos.

Ainda em seu estudo, Bates (2011) disserta que a singularidade de Empreendedorismo de Grupos Marginalizados está fundada nas rígidas dificuldades que enfrentam ao tentar acessar os blocos essenciais na construção de um negócio, como capital financeiro e acesso ao mercado.

Aguiar (2022), com os dados do estudo de Mazzarol (2021), aponta que existe um questionamento na literatura sobre quais grupos são marginalizados. Para responder essa pergunta, ele mapeia, em cada estudo sobre empreendedorismo de grupos minorizados, quais são incluídos. Dos 11 estudos identificados, somente em 2 (18%) houve a menção da comunidade LGBTQIAPN+.

Dana e Vorobeva (2021) definem, com um alerta de que o conceito é fluído e dinâmico, Empreendedorismo de Grupos Minorizados como um empreendimento autônomo conduzido por uma pessoa que não faz parte dos grupos dominantes.

3.3 Ciclo de Vida Organizacional

Existem diferentes teorias sobre por quais estágios uma empresa ou organização passa no decorrer da sua existência. O modelo de Lester, Parnell e Carraher (2003) entra em concordância com diversos outros estudos do Ciclo de Vida Organizacional (CVO), como indica o estudo de Primc et al. (2020), o qual será adotado no desenvolvimento desta pesquisa.

O Ciclo de Vida Organizacional, segundo o estudo de Lester, Parnell e Carraher (2003), é composto por cinco estágios, nos quais todas as empresas passaram ou irão passar em algum momento, são eles: Nascimento, Crescimento, Maturidade, Declínio e Rejuvenescimento.

O estágio de Nascimento é marcado pelo início do desenvolvimento empresarial, com enfoque na viabilidade do negócio, na identificação dos possíveis clientes, e a tomada de decisão fica concentrada nas mãos da pessoa fundadora (Souza; Moraes, 2019).

No estágio de Crescimento, a pessoa empreendedora deve orientar sua estratégia na expansão do negócio, desenvolver uma certa estrutura formal e construir suas próprias competências. Distingue-se, também, por ser a etapa na qual metas começam a ser definidas, principalmente financeiras e operacionais (Canton et al., 2019).

Já o estágio de Maturidade caracteriza-se pela formalização por meio da burocracia e do controle. Cria-se uma estrutura mais complexa com descrição dos trabalhos, processos e políticas, assim como o organograma gerencial da empresa cresce com a divisão de planejamento e estratégia em uma camada, e operacional em outra mais baixa. Tem como enfoque a proteção do que foi conquistado no estágio de crescimento (Souza; Moraes, 2019).

O estágio de Declínio marca a valorização do ego dos membros que colocam seus desejos e objetivos acima dos da organização. Influenciado pelo jogo político e poder, esta etapa gera uma inabilidade de atender as demandas externas, o que provoca um declínio nos lucros e perda de mercado (Primc et al., 2020).

O estágio de Rejuvenescimento é a etapa na qual a organização busca, por meio da colaboração e do trabalho em equipe, incentivar a inovação e a criatividade. A tomada de decisão é descentralizada e as necessidades do cliente são colocadas no centro (Primc et al., 2020).

4 ARTIGOS

4.1 Artigo 1: Empreendedorismo LGBTQIAPN+: uma revisão sistemática da literatura para o mapeamento do campo de estudo e sua evolução

1 INTRODUÇÃO

No Brasil, 2,9 milhões de pessoas de 18 anos ou mais se declaram lésbicas, gays ou bissexuais (Pesquisa Nacional de Saúde – IBGE, 2022). No entanto, os próprios pesquisadores apontam para o efeito de subnotificação neste número. Além do medo ao preconceito e à LGBTQIAPN+qiafobia, outro fator que contribui para isso é a falta de conhecimento sobre a questão e as diversas identidades de gênero e orientações sexuais (Barros, 2022).

Em 2022, a Rede Social LinkedIn realizou uma investigação intitulada de “Orgulho no Trabalho” com o objetivo de entender a relação desses profissionais com o mercado. Segundo a pesquisa, 43% dos respondentes já sofreram algum tipo de discriminação no ambiente de trabalho, 47% afirmaram que suas empresas não promovem ações de igualdade e respeito e 47% têm maior propensão a problemas de saúde mental se comparados com heterossexuais cisgêneros (LinkedIn, 2022).

À vista disso, o empreendedorismo tem um papel fundamental no desenvolvimento econômico e social em todas as esferas. Pesquisadores têm explorado diferentes dimensões desse fenômeno e de diversas perspectivas, investigando fatores que influenciam o sucesso dos empreendedores, suas motivações e características distintas (Marlow et al., 2018).

No entanto, como demonstrado por Essers et al. (2022), apesar do avanço, tanto em quantidade, quanto em qualidade de pesquisas, existe uma lacuna significativa de conhecimento no que se refere ao Empreendedorismo LGBTQIAPN+.

Entende-se por Empreendedorismo LGBTQIAPN+ atividades empreendedoras lideradas por pessoas Lésbicas, Gays, Bissexuais, Transexuais e Travestis, *Queer*, Intersexo, Assexuais, assim como por outras identidades de gênero e sexualidade (Bandeira, 2019). Há mais de um termo ao se referir à comunidade, no entanto, este estudo opta pelo uso do termo LGBTQIAPN+ em consonância com a Secretaria Nacional

dos Direitos das Pessoas LGBTQIAPN+ do Governo Federal (Ministério dos Direitos Humanos e da Cidadania, 2023).

Para entender a perspectiva do empreendedorismo LGBTQIAPN+, diferentes revisões literárias sobre a comunidade LGBTQIAPN+ em gestão têm sido conduzidas, principalmente orientadas sob a perspectiva do ambiente de trabalho para profissionais LGBTQIAPN+, a exemplo dos estudos de Webster et al. (2017); Mara, Ginieis e Brunet-Icart (2020); Byington, Tamm e Trau (2020); e Mcfadden (2015).

Leppel (2016) assinala que, na abordagem de diversidade no empreendedorismo, estudos sobre raça, gênero e etnias têm sido os principais temas pesquisados, no entanto, ainda há uma lacuna quando se trata sobre Orientação Sexual. Em concordância, Fraga et al. (2022) apontam que os estudos de diversidade na administração, quando falamos de Orientação Sexual, apesar do crescente interesse, ainda estão limitados aos preconceitos vivenciados por homens gays no mercado de trabalho formal.

Nesse contexto, esta pesquisa busca responder a seguinte questão norteadora: Qual a extensão de estudos sobre empreendedorismo LGBTQIAPN+ na literatura e quais os caminhos futuros?

Para chegar à resposta da questão norteadora, buscou-se responder as seguintes questões secundárias:

- Qual é o panorama da literatura sobre Empreendedorismo LGBTQIAPN+?
- Quais são os principais temas e lacunas de pesquisa identificados na literatura existente sobre Empreendedorismo LGBTQIAPN+?
- Quais são os principais desafios e barreiras enfrentados pelos empreendedores LGBTQIAPN+ em seus esforços empreendedores?
- Quais são os principais fatores de sucesso dos empreendimentos LGBTQIAPN+?
- Sob a ótica do Ciclo de Vida Organizacional, onde os estudos estão classificados?
- Quais as principais tendências e sugestões de pesquisas futuras sobre Empreendedorismo LGBTQIAPN+?

Esta pesquisa utiliza a Revisão Sistemática da Literatura (RSL) com o propósito de responder a estas perguntas. O método de RSL é reconhecido e utilizado em diversos

campos científicos para identificar, analisar e sintetizar evidências relevantes de estudos existentes (Galvão; Ricarte, 2019).

Além disso, buscar-se-á fornecer uma análise dos metadados e resultados encontrados e discutidos nos estudos selecionados para construir uma base sólida que permita o avanço da pesquisa sobre Empreendedorismo LGBTQIAPN+. Dessa maneira, o mapeamento do cenário do Empreendedorismo LGBTQIAPN+ na literatura busca fortalecer quatro pilares: a) compreensão e extensão do conhecimento existente; b) prática e política empreendedora; c) pessoa empreendedora LGBTQIAPN+; e d) conscientização sobre o tema.

Como primeiro ponto de relevância, há a necessidade de entender a extensão das pesquisas realizadas e identificar áreas que necessitam atenção e maior pesquisa, de modo a possibilitar uma evolução do tema ao identificar questões ainda não exploradas.

Ademais, a relevância desse estudo habita no potencial de contribuir para a prática empreendedora de pessoas LGBTQIAPN+, além de oferecer subsídios para projetos de desenvolvimento e políticas de incentivo ao empreendedorismo de grupos sub-representados, como criação de programas de apoio e inclusão de pessoas empreendedoras LGBTQIAPN+ nos ecossistemas empreendedores.

O estudo se propõe a, também, servir como material de apoio para novos ou já atuantes empreendedores e empreendedoras LGBTQIAPN+ no mercado, como uma forma de aproximação e representatividade em um meio no qual a maioria das pessoas ainda são homens héteros cisgêneros. Por fim, este estudo busca auxiliar na conscientização sobre o tema.

Esta pesquisa tem por objetivo mapear o campo de estudo, sua evolução, principais temas pesquisados e autores citados sobre Empreendedorismo LGBTQIAPN+ por meio de uma Revisão Sistemática da Literatura. Para tanto, segue abaixo os objetivos específicos:

- Descrever o panorama da literatura sobre Empreendedorismo LGBTQIAPN+;
- Identificar quais são os principais temas e lacunas de pesquisa identificados na literatura existente sobre Empreendedorismo LGBTQIAPN+;
- Identificar quais são os principais desafios e barreiras enfrentados pelos empreendedores LGBTQIAPN+ em seus esforços empreendedores;

- Identificar quais são os principais fatores de sucesso dos empreendimentos LGBTQIAPN+;
- Mapear, sob a ótica do Ciclo de Vida Organizacional, onde os estudos estão classificados;
- Identificar quais são as principais tendências e sugestões de pesquisas futuras sobre Empreendedorismo LGBTQIAPN+.

2 MÉTODO DE PESQUISA

Este estudo tem como método principal a Revisão Sistemática da Literatura, tornando-se assim um estudo qualitativo exploratório. A escolha da RSL se dá por seus protocolos e procedimentos que se constituem transparentes, replicáveis, auditáveis e com rigor científico (Kraus et al., 2020).

Utilizar uma abordagem sistemática e com estrutura bem definida garante a objetividade do estudo, bem como diminui os vieses e possibilita uma visão abrangente e atual do conhecimento disponível do assunto em questão (Thomas; Higgins, 2023).

Baseada em Kraus et al. (2020), Page et al. (2021) e Tranfield et al. (2003), esta pesquisa foi dividida em quatro etapas: Planejamento da RSL; Identificação e Avaliação de Estudos; Extração e Síntese dos Dados; Divulgação dos Resultados da Revisão.

2.1 Revisão sistemática da literatura

2.1.1 Planejamento da Revisão Sistemática da Literatura

Esta etapa é composta por definir leitura prévia, pergunta de pesquisa, escolha da base de dados, escolha das palavras-chave, definição das *strings* de pesquisa e protocolo de pesquisa.

a) Leitura Prévia

Para identificar as motivações da pesquisa, lacunas na literatura e oportunidades de enriquecimento do corpo de conhecimento científico, foi realizada uma busca prévia na Base de Dados Google Acadêmico dos dois principais objetos de estudo: Empreendedorismo de Minorias e Empreendedorismo LGBTQIAPN++, tanto em português quanto em inglês.

Os estudos lidos foram: “As diversidades da diversidade: revisão sistemática da produção científica brasileira sobre diversidade na administração (2001-2019)” (Fraga et al., 2022); “Mulheres Negras Empreendedoras no Brasil: Suas barreiras e comportamento de superação para empreender” (Aguiar, 2022); e “*It’s all about identity: The identity constructions of LGBTQIAPN+ entrepreneurs from an intersectionality perspective*” (Essers et al., 2022).

b) Pergunta de Pesquisa

Para estruturação e definição da pergunta de pesquisa, foi utilizado o método PICO. Segundo Thomé et al. (2016), utilizar este método auxilia no desenho da pergunta de pesquisa ideal para a Revisão Sistemática da Literatura. O método é um anagrama para as seguintes categorias: População, Intervenção, Comparação e Desfecho (*Outcome*) (Quadro 1).

Quadro 1 – Componentes da pergunta de pesquisa, seguindo o método PICO

Descrição	Componente da Pergunta
População	LGBTQIAPN+
Intervenção	Empreendedorismo
Comparação	Orientação Sexual
Desfecho	Extensão de pesquisa

Fonte: Autor (2023).

c) Definição da Base de Dados

A base de dados escolhida para a pesquisa dos estudos sobre a área foi o *Web of Science* (WoS). De acordo com Pranchuté (2021), WoS foi a primeira Base de Dados com abrangência internacional e tem como vantagens alta cobertura de fontes diversas e metadados das pesquisas para serem exportados e analisados. Zhu e Liu (2020) pontuam que tanto WoS quanto Scopus se tornaram as principais bases de dados para pesquisas científicas nos últimos anos.

d) Definição das Palavras-Chaves

Para definição das palavras-chaves, foi realizada leitura prévia dos artigos já citados. Como a maioria dos estudos são publicados em inglês, definiram-se as palavras-chaves de acordo com a Quadro 2.

Foi utilizado o “*” como indexador de todas as palavras com o prefixo descrito, assim sendo, não excluindo nenhuma possibilidade. Outro ponto identificado na pesquisa prévia foi o uso do termo “Autoempregado”, em inglês, para definir empreendedores, o

que foi incluído nas palavras-chaves para garantir a maior aderência de estudos e aumentar a assertividade da pesquisa. Desse modo, conclui-se o Protocolo de Pesquisa (Quadro 3).

Quadro 2 – Palavras-Chaves: *Strings* de Pesquisa

OBJETO DE ESTUDO	PALAVRA - CHAVE	OPERADOR BOOLEANO
LGBTQIAPN+	"LGBTQIAPN+*" OR "SEXUAL ORIENTATION"	AND
EMPREENDEDORISMO	"ENTREPRENEUR*" OR "SELF-EMPLOYMENT"	

Fonte: Autor (2023).

e) Protocolo da RSL

Quadro 3 – Protocolo de Pesquisa

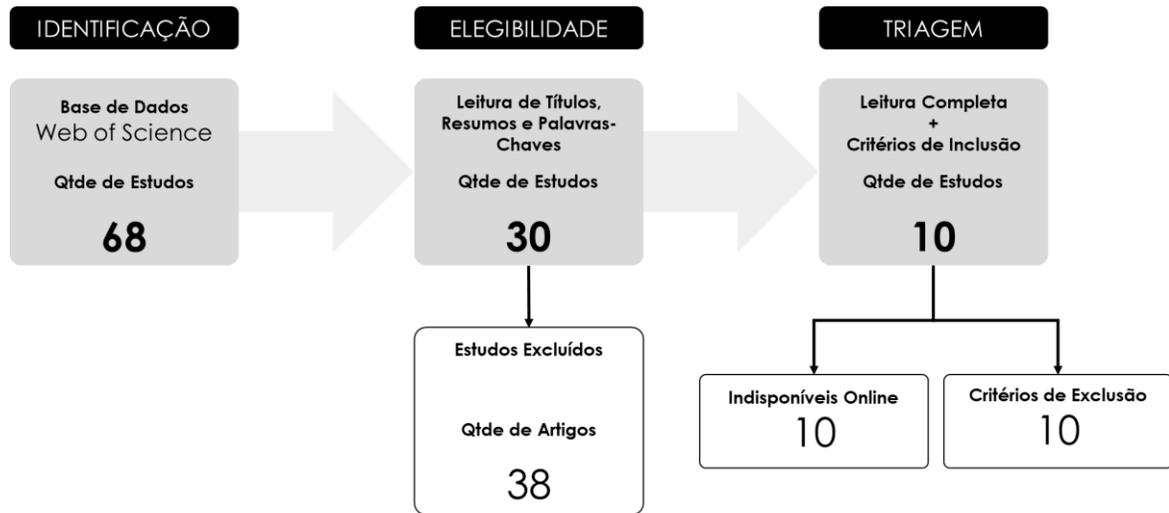
PROTOCOLO DA REVISÃO SISTEMÁTICA DA LITERATURA	
Objetivos	Identificar o que a literatura científica tem estudado sobre Empreendedorismo LGBTQIAPN+
Questão de Pesquisa	Qual o atual cenário e extensão da pesquisa sobre Empreendedorismo LGBTQIAPN+ na literatura científica?
Base de Dados	Web of Science
Palavras-Chave	"LGBTQIAPN+*" OR "SEXUAL ORIENTATION" AND "ENTREPRENEUR*" OR "SELF-EMPLOYMENT"
Critérios de Inclusão	Artigos Completos tendo como objeto de estudo Empreendedorismo ou Empreendedores LGBTQIAPN+, acesso completo gratuito
Critérios de Exclusão	Capítulos, Foco nos Consumidores LGBTQIAPN+, Saúde e Trabalhadores do Mercado de Trabalho Formal; Mais de um grupo minorizado
Avaliação de Qualidade dos Artigos	Aderência à Estrutura Científica
Estratégia de Extração de Informação	Extração da Base em CSV
Software p/ Análise	Excel

Fonte: Autor (2023).

2.1.2 Identificação e Avaliação dos Estudos

A pesquisa na Base de Dados *Web of Science* com as palavras-chaves acima definidas retornou uma população de 68 estudos. Não foi aplicado nenhum filtro de período temporal, periódicos, tipo de pesquisa, entre outros (Figura 1).

Figura 1 – Passo a Passo de Revisão Sistemática da Literatura



Fonte: Autor (2023).

a) Leitura do Título, Resumo e Palavras-Chaves

Após a extração dos dados dos artigos em CSV, foi utilizado o software Microsoft Excel para a primeira etapa de avaliação dos estudos: a leitura de Título, Resumo e Palavras-Chave. Considerando os critérios de inclusão e exclusão, após a realização desta etapa, 30 estudos foram selecionados como aderentes ao objetivo da pesquisa.

b) Busca dos Artigos Completos

Nesta etapa, foram buscados na internet os 30 artigos selecionados na etapa prévia para leitura completa; 20 estavam completos e disponíveis online para dar prosseguimento ao estudo.

c) Leitura Completa dos Artigos

Na leitura completa dos artigos, foi possível identificar que apenas 10 estudos estavam condizentes com o objetivo de pesquisa e critérios de inclusão. Então, estes foram os artigos utilizados para coleta de dados, análises e discussões (Quadro 4).

d) Avaliação de Qualidade dos Artigos

Para avaliação da qualidade dos artigos selecionados, foi utilizado o critério apontado no estudo de Kraus et al. (2020), observando a qualidade dos periódicos nos quais os artigos foram publicados.

Para tanto, o indicador utilizado foi o Fator de Impacto (FI) calculado pelo *Journal Citation Reports* da *Clarivate*. De acordo com a pesquisa, periódicos com um FI acima de 1,5 estariam dentro do padrão de qualidade.

Sendo assim, dos 10 artigos selecionados, 1 não possuía a informação do FI calculado, não apresentando o indicador na base de dados pesquisada, e os outros 9 (90%) acima do mínimo exigido.

Quadro 4 – Artigos Selecionados para Revisão Sistemática da Literatura

Autores	Título	Título da Fonte	Tipo de Documento	Palavras - Chaves	Ano de Publicação	Categoria WoS	Área de Pesquisa
Ahmed, A; Hammarstedt, M	Customer and Worker Discrimination against Gay and Lesbian Business Owners: A Web-Based Experiment among Students in Sweden	JOURNAL OF HOMOSEXUALITY	Artigo	Orientação sexual; Empregado por conta própria; discriminação; trabalhador; gay; lésbica; cliente	2022	Psicologia Multidisciplinar ; Ciências Sociais, Interdisciplinar	Psicologia ; Ciências Sociais - Outros Tópicos
Essers, C; van der Heijden, B; Fletcher, L; Pijpers, R	It's all about identity: The identity constructions of LGBTQIAPN+ entrepreneurs from an intersectionality perspective	INTERNATIONAL SMALL BUSINESS JOURNAL- RESEARCHING ENTREPRENEURS HIP	Artigo	empreendedorismo; identidade sexual; interseccionalidade ; LGBTQIAPN+; carreiras sustentáveis	2022	Negócios; Gestão	Negócios & Economia
Cavalcanti, AL; Ferreira, JJ	The entrepreneurial orientation of LGBTQIAPN+ Brazilian startups: Context and antecedents	STRATEGIC CHANGE-BRIEFINGS IN ENTREPRENEURIAL FINANCE	Artigo	orientação empreendedora; empreendedorismo; LGBTQIAPN+; minorias	2022	Negócios; Finanças	Negócios & Economia
Germon, R; Leloarne, S; Razgallah, M; Safraoui, I; Maalaoui, A	The role of sexual orientation in entrepreneurial intention: the case of Parisian LGB people	JOURNAL OF ORGANIZATIONAL CHANGE MANAGEMENT	Artigo	Empreendedorismo; Intenção empreendedora; Orientação sexual; LGB; teoria TCP	2020	Gestão	Negócios & Economia
Rumens, N; Ozturk, MB	Heteronormativity and the (re)construction of gay male entrepreneurial identities	INTERNATIONAL SMALL BUSINESS JOURNAL- RESEARCHING ENTREPRENEURS HIP	Artigo	empreendedorismo; empresários gays; gênero; heteronormatividade; teoria queer; sexualidade	2019	Negócios; Gestão	Negócios & Economia
Marlow, S; Greene, FJ; Coad, A	Advancing Gendered Analyses of Entrepreneurship : A Critical Exploration of Entrepreneurial Activity among Gay Men and Lesbian Women	BRITISH JOURNAL OF MANAGEMENT	Artigo		2018	Negócios; Gestão	Negócios & Economia
Jepsen, C; Jepsen, LK	Self-employment, earnings, and sexual orientation	REVIEW OF ECONOMICS OF THE HOUSEHOLD	Artigo	Orientação sexual; Empregado por conta própria; Ganhos	2017	Economia	Negócios & Economia
Leppel, K	The incidence of self-employment by sexual orientation	SMALL BUSINESS ECONOMICS	Artigo	Empregado por conta própria; Orientação sexual; situação da força de trabalho;	2016	Negócios; Economia; Gestão	Negócios & Economia
Waite, S; Denier, N	Self-Employment among Same-Sex and Opposite-Sex Couples in Canada	CANADIAN REVIEW OF SOCIOLOGY- REVUE CANADIENNE DE SOCIOLOGIE	Artigo		2016	Sociologia	Sociologia
Galloway, L	The experiences of male gay business owners in the UK	INTERNATIONAL SMALL BUSINESS JOURNAL- RESEARCHING ENTREPRENEURS HIP	Artigo	Propriedade de negócio; discriminação; diversidade; empreendedorismo; gay; minoria; motivações	2012	Negócios; Gestão	Negócios & Economia

Fonte: Autor (2023).

2.1.3 Extração e Síntese dos Dados

a) Definição dos Dados a serem coletados

Para determinar quais dados seriam extraídos dos estudos selecionados, tomou-se como guia os objetivos de pesquisa (gerais e específicos), com a finalidade de responder as perguntas levantadas pelo estudo. Portanto, os dados coletados foram divididos em dois grupos: dados descritivos e dados de conteúdo.

Por dados descritivos, entende-se os dados relacionados aos artigos, sendo eles: nome dos Autores; periódico de publicação; tipo de documento; palavras-chaves; frequência de citação; ano de publicação; categorias do WoS; e Área de Pesquisa.

Já os dados de conteúdo são aqueles extraídos do corpo do texto, a citar: país pesquisado; tamanho da amostra de pesquisa; variáveis estudadas; orientação sexual da amostra; método de coleta de dados; objeto de estudo; motivação empreendedora; barreiras para empreender; conclusão; etapa do Ciclo de Vida Organizacional; e tendências de pesquisas futuras.

b) Análise e Síntese dos Dados

Os dados coletados foram reunidos em uma tabela do Excel para serem agrupados, analisados e sintetizados. Também foi utilizado o software VOSviewer para plotagem das redes de citação e palavras-chaves.

2.1.4 Divulgação dos Resultados

Na seção abaixo, segue a divulgação e a discussão dos resultados encontrados a partir dos dados extraídos dos estudos selecionados.

3 RESULTADOS E DISCUSSÕES

3.1 Análise Temporal

No contexto dos estudos selecionados, a linha temporal das publicações sobre o recorte LGBTQIAPN+ dentro do empreendedorismo tem como seu pioneiro o estudo de Galloway (2012), o qual disserta sobre as experiências dos empreendedores Gays no Reino Unido. A partir daí, é possível notar uma estabilidade na quantidade de artigos

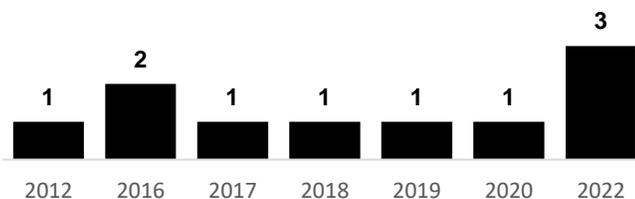
publicados, cujo pico de publicações foi o ano de 2022, com 3 artigos sobre o tema (Figura 2).

Na análise temporal, é possível determinar dois momentos de assuntos pesquisados e um momento de transição. No primeiro momento, os pesquisadores estão investigando a existência de empreendedores LGBTQIAPN+ e realizando um comparativo - na maioria das vezes, utilizando a renda como parâmetro - com empreendedores heterossexuais.

O momento de transição é percebido em 2018 e 2019, pois, além de se evidenciar a existência desses empreendimentos, observa-se também a perspectiva do modo de empreender das pessoas LGBTQIAPN+ e as influências da heteronormatividade dominante do mercado sobre esses empreendedores.

Só em 2020, caracterizando o segundo momento, começa-se a visualizar teorias da administração no recorte LGBTQIAPN+, porém ainda centradas na existência e no nascimento dos empreendimentos de pessoas LGBTQIAPN+, com a pesquisa de Germon et al. (2020), em um estudo sobre a intenção empreendedora, e Cavalcanti e Ferreira (2022) investigando sobre a Orientação Empreendedora de pessoas LGBTQIAPN+.

Figura 2 – Publicações por ano



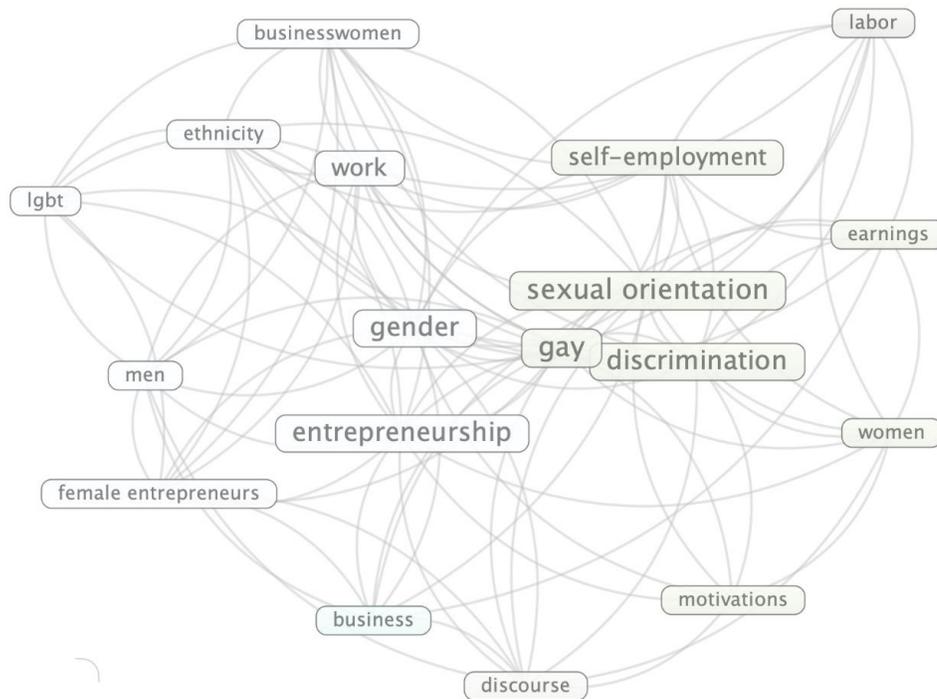
Fonte: Autor (2023).

3.2 Análise das Palavras-Chaves

As palavras-chaves mais citadas foram gay (6 vezes), orientação sexual (6 vezes), discriminação (5 vezes), empreendedorismo (6 vezes) e gênero (6 vezes). Observando esses vocábulos, pode-se delimitar os assuntos mais pesquisados sobre o tema. Na análise de palavras-chaves, é possível determinar três categorias distintas: palavras

relacionadas à comunidade LGBTQIAPN+, palavras sobre empreendedorismo e palavras sobre grupos minorizados (Figura 3).

Figura 3 – Rede de Palavras-Chave



Fonte: Autor (2023).

A presença dessa última categoria mostra que o estudo do empreendedorismo da comunidade LGBTQIAPN+ ainda não se apresenta de forma única e separada. Estudar todos os grupos marginalizados de forma única é um erro já apontado por autores na literatura, como Aguiar (2022), Mazzarol (2021) e Fraga et al. (2001).

É essencial o estudo separado para que se identifiquem particularidades, barreiras e fatores de sucesso de cada grupo, para que o desenvolvimento desses empreendimentos não sofra com uma visão generalizada de problemas singulares.

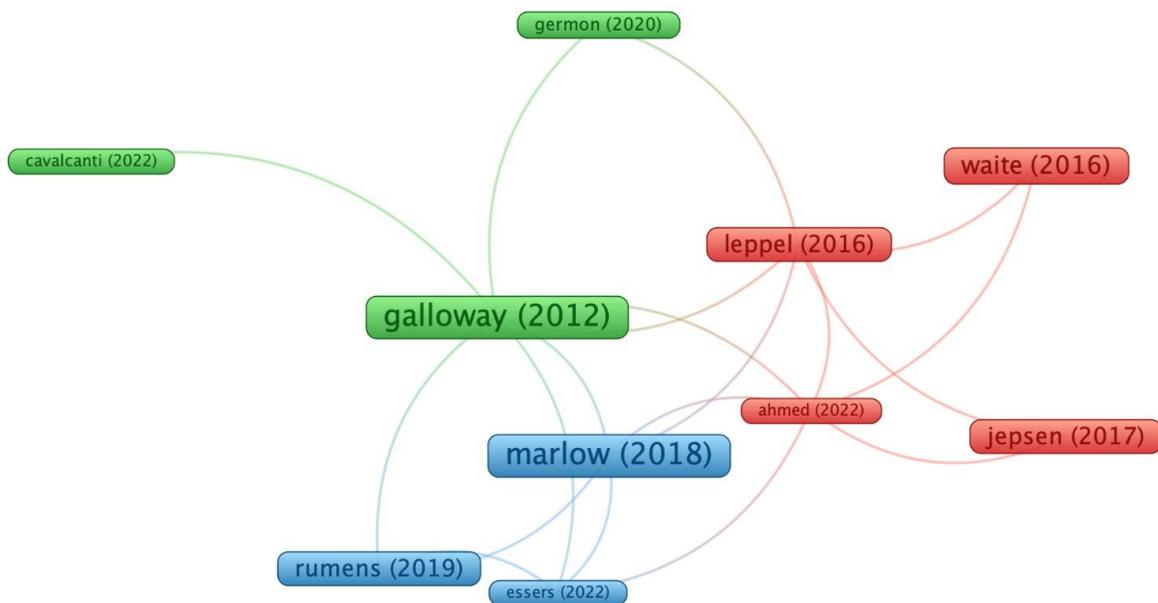
3.3 Rede de Citação

A análise da rede de citação demonstra Galloway (2012) como o artigo mais citado, fato que se dá por seu vanguardismo no assunto, apesar de não explicar, em sua totalidade, o maior grau de citação do que os outros (Figura 4).

Os estudos publicados em 2022 ainda não apresentam nenhuma citação, o que é compreensível dado o pouco tempo que a pesquisa estava disponível. A média de citação dos artigos é 8,33, o que revela ainda espaço para pesquisa na área.

Sobre os periódicos em que foram publicados temos um Fator de Impacto Médio de 4.882 e Indicador de Citação Médio (JCI) de 1,13.

Figura 4 – Rede de Citação



Fonte: Autor (2023).

3.4 Principais Temas e Lacunas de Pesquisa

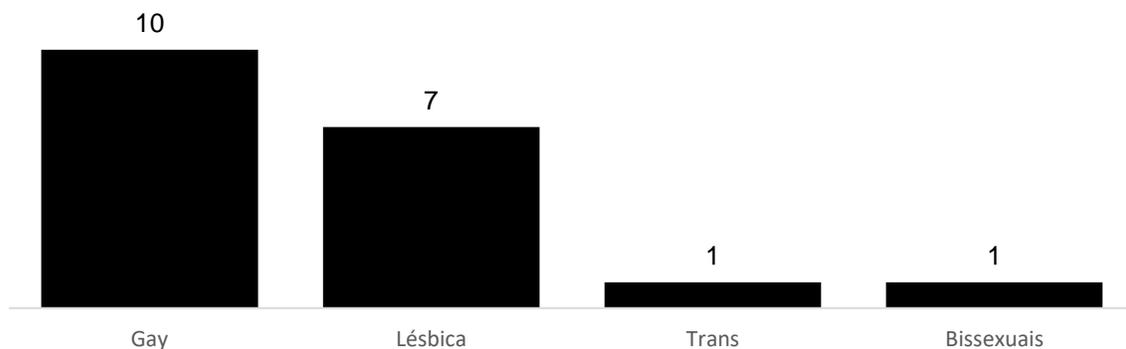
O principal tema pesquisado referente ao empreendedorismo LGBTQIAPN+ ainda se limita às dificuldades enfrentadas por empreendedores LGBTQIAPN+, motivação ou intenção para empreender, preconceitos sofridos antes e depois de se tornarem empreendedores, como eles empreendem e o perfil empreendedor dentro deste recorte.

Mais detalhadamente, os objetos de estudo das pesquisas foram: 40% sobre a probabilidade de empreender por pessoas LGBTQIAPN+; 30% sobre o modo de empreender e os fatores externos; e 30% sobre a intenção ou orientação empreendedora.

A principal lacuna apresentada em todos os estudos foi a limitação da coleta de dados e o local da pesquisa. Os estudos que entrevistaram ou coletaram informações diretas de pessoas empreendedoras LGBTQIAPN+ teve em média 12 pessoas entrevistadas apenas dentro de países com uma maior tolerância à comunidade LGBTQIAPN+.

Outra lacuna foram os recortes estudados (Figura 5). Todos os estudos analisavam a realidade de Gays, 70% incluíam lésbicas e 10% pessoas trans ou travestis e Bissexuais. Como já mencionado anteriormente, a comunidade LGBTQIAPN+ é composta por diferentes realidades, e não se pode falar em uma pesquisa para essa comunidade estudando apenas algumas das letras da sigla.

Figura 5 – Publicações por Orientação Sexual



Fonte: Autor (2023).

Foram identificados dois tipos de coleta de dados: Entrevista Semiestruturada ou Extração de dados sociais e econômicos de bases já existentes.

Quando os resultados se originavam das entrevistas, percebia-se uma maior sensibilidade e um mapeamento maior sobre as barreiras do empreendedor LGBTQIAPN+. Os dados de pesquisas de dados socioeconômicos demonstraram mascarar as dificuldades enfrentadas por pessoas LGBTQIAPN+. Portanto, não se recomenda a utilização de apenas dados socioeconômicos para tal análise, principalmente de países desenvolvidos, uma vez que esses dados não apresentam sensibilidade, preconceito e discriminação enfrentados pela comunidade.

3.5 Desafios e Barreiras para Empreendedores LGBTQIAPN+

Em 70% dos estudos, foi apontado que a principal barreira ao empreendedorismo é o preconceito e a discriminação pelos *Stakeholders*, seja funcionários, clientes ou investidores. O que para muitos seria uma forma de liberdade, ao chegar no mercado heteronormativo, torna-se um desafio, pois é preciso se esconder ou se aproximar de uma masculinidade tóxica para conseguir fazer com que o negócio prospere (Essers et al., 2022).

O estudo de Rumens e Ozturk (2019) apresenta o conceito a heteronormatização de empreendedores LGBTQIAPN+ para se ter sucesso. Isso pode ser conceituado como se aproximar de características e comportamentos masculinos para ser aceito pelo mercado.

3.6 Principais Fatores de Sucesso

Foi possível identificar, também, ainda que em menos estudos, fatores que ajudam os empreendimentos LGBTQIAPN+ a crescerem e a amadurecerem. Entre eles, há o senso de comunidade, que faz com que o público LGBTQIAPN+ fortaleça as relações tanto consumidor-empresa quanto empreendedor-empendedor.

Outro fator de sucesso presente em 40% dos estudos é a visão única possibilitada pela orientação sexual. A ideia de liberdade melhora o bem-estar e a sensação de realização, e isso demonstrou ser um catalisador na parte criativa e inovadora de empreendedores LGBTQIAPN+.

3.7 Empreendedores LGBTQIAPN+ e o Ciclo de Vida Organizacional

Sob a perspectiva do Ciclo de Vida Organizacional, pode-se afirmar que 70% dos estudos se preocuparam em estudar os empreendedores LGBTQIAPN+ no estágio de nascimento e 30% no estágio de crescimento.

Apenas 20% dos estudos utilizaram algum conceito da administração de negócios para além do empreendedorismo geral, a exemplo de Cavalcanti e Ferreira (2022) com a Orientação Empreendedora e Intenção Empreendedora com Germon et al. (2020).

É necessário quebrar a barreira da análise do preconceito e partir para formas mais práticas de como se blindar em um mercado heteronormativo e começar a transformar essa realidade.

3.8 Tendências e sugestões de pesquisas futuras

Há um consenso nos estudos sobre a necessidade de se pesquisar mais sobre os Fatores de Sucesso de Pessoas Empreendedoras LGBTQIAPN+ e como transformar sua singularidade em pontos fortes.

Outra tendência é estudar as redes de apoio de pessoas empreendedoras LGBTQIAPN+ como um catalisador de negócios e como principal força do desenvolvimento e sucesso do empreendedorismo LGBTQIAPN+.

Por estar ainda em um estágio inicial de pesquisa, o campo de estudo ainda apresenta um largo espaço para novas descobertas, no entanto, é importante investigar o empreendedorismo LGBTQIAPN+ em todos os seus recortes e em praças menos favoráveis às comunidades. Os estudos aqui selecionados foram conduzidos em países desenvolvidos, exceto por um artigo que foi realizado no Brasil.

4 CONCLUSÃO

O empreendedorismo é essencial para o desenvolvimento econômico e social. Devido a isso, ao longo do tempo, estudiosos têm investigado dimensões diversas, como motivação empreendedora, orientação empreendedora, intraempreendedorismo, entre outras, a partir de diferentes perspectivas, seja do indivíduo, da organização e da sociedade.

Nesse cenário, mesmo que haja um maior reconhecimento e visibilidade da comunidade LGBTQIAPN+ nos últimos tempos, ainda há desafios e barreiras que precisam ser enfrentados por esses indivíduos em suas práticas empreendedoras.

Desse modo, este estudo se propôs a investigar o panorama do Empreendedorismo LGBTQIAPN+ sob a perspectiva da literatura científica. Para tanto, foi conduzida uma Revisão Sistemática da Literatura para fins de responder à questão

norteadora: Qual a extensão de estudos sobre empreendedorismo LGBTQIAPN+ na literatura e quais os caminhos futuros?

Sendo assim, é possível afirmar que a pergunta foi respondida, uma vez que, segundo os artigos selecionados, construiu-se o cenário do Empreendedorismo LGBTQIAPN+ na literatura estudada.

É possível afirmar, após a Revisão Sistemática da Literatura, que a Orientação Sexual influencia no empreendedorismo. Todos os estudos analisados apresentaram a mesma conclusão, seja pelo perfil empreendedor imposto pela heteronormatização, no relacionamento com os *stakeholders* internos e externos ou no preconceito e na discriminação sofridos no mercado de trabalho.

Para tal conclusão, foi conduzida uma detalhada Revisão Sistemática da Literatura seguindo o passo a passo baseado em Kraus et al. (2020), Page et al. (2021) e Tranfield et al. (2003), desde o planejamento da revisão até a síntese e a divulgação dos resultados.

Assim, foi possível identificar três momentos distintos na literatura sobre Empreendedorismo LGBTQIAPN+. O primeiro investiga sobre a existência dos empreendedores LGBTQIAPN+ e o comparativo com empreendedores heterossexuais. Um segundo momento de transição que investigou sobre o modo de empreender e como os fatores externos estão impactando essa atividade empreendedora. E o terceiro momento, que ainda está em curso, é a inserção de teorias da administração mais técnicas no contexto do empreendedorismo LGBTQIAPN+.

A análise das palavras-chaves deixa explícito que o recorte LGBTQIAPN+ ainda não se apresenta de forma isolada e única de outros grupos marginalizados, ainda havendo espaços cinzentos nessa separação.

As principais lacunas de pesquisas identificadas foram o quão nichado eram as amostras de análises, tanto em localidade quando em diversidade de orientações sexuais, fazendo com que os resultados pudessem apresentar algum viés. No entanto, todos os estudos reconheceram sua lacuna e apresentam soluções nas seções de pesquisas futuras.

O preconceito e a discriminação continuam sendo os antagonistas das vidas de empreendedores LGBTQIAPN+. Esse movimento, em consonância com a masculinidade

tóxica vigente no mercado atual, faz com que pessoas LGBTQIAPN+ busquem se aproximar dessa figura, o que os autores Rumens e Ozturk (2019) denominaram como a heteronormatização.

Quanto às tendências de pesquisas, para além de investigar apenas as três primeiras letras da sigla LGBTQIAPN+ e expandir os horizontes amostral, os autores identificam que há necessidade de se investigar mais e melhor os fatores de sucesso de empreendedores LGBTQIAPN+ e como tornar suas singularidades pontos fortes. Além disso, pesquisar mais sobre como a rede de apoio pode se tornar um catalisador dos empreendimentos LGBTQIAPN+.

Sobre as limitações desse estudo, primeiro há a necessidade de se buscar mais artigos em base de dados diferentes e que o processo de triagem passe por mais de uma pessoa, garantindo, dessa forma, uma expansão ou mais delimitações sobre as conclusões encontradas.

Como sugestão de pesquisa futura, há o desenvolvimento de estudos mais práticos sobre empreendedorismo LGBTQIAPN+ e com aplicação de técnicas da administração. Sugere-se, também, uma pesquisa mais aprofundada sobre as outras realidades da comunidade LGBTQIAPN+ para além das três primeiras letras. Por fim, é recomendada uma análise detalhada a respeito do impacto da orientação sexual sobre os investimentos privados.

4.2 Artigo 2: Práticas de gestão em empreendimentos LGBTQIAPN+: uma análise exploratória sob a perspectiva do Ciclo de Vida Organizacional

1 INTRODUÇÃO

No Brasil, a realidade de pessoas LGBTQIAPN+ (Lésbicas, Gays, Bissexuais, Travestis e Transexuais, *Queer*, Intersexuais, Assexuais e demais identidades de gênero e orientações sexuais) é marcada pelo preconceito e pela discriminação, seja na vida pessoal ou profissional. Desenhar um quadro socioeconômico sobre a comunidade LGBTQIAPN+ no Brasil é complexo e difícil, principalmente devido ao número subnotificado desta população (Souza; Junqueira; Reis, 2020).

Para ajudar na visibilidade da comunidade LGBTQIAPN+, diversas ONGs e Associações realizam pesquisas independentes objetivando gerar dados que possibilitem tanto a criação de políticas públicas, quanto trazer à luz os problemas enfrentados por essa parte importante da população (Souza; Junqueira; Reis, 2020).

Um exemplo é o estudo realizado em 2017 pela consultoria Out Now sobre consumo da comunidade LGBTQIAPN+ no Brasil, na qual os números mostram que a comunidade movimenta em torno de R\$ 150 bilhões por ano, além de fazer uma projeção dos custos da LGBTQIAPN+qiafobia de US\$ 405 bilhões, valor projetado pelo cálculo referente a fatores como falta de produtividade, processos judiciais e rotatividade em postos de trabalho (Johnson, 2017).

Apesar do preconceito e da discriminação ainda dominarem as discussões em torno da comunidade LGBTQIAPN+, importantes avanços frente aos direitos desta população vêm ocorrendo, a exemplo dos assuntos em torno do tema, os quais deixam de ser tabus e passam a compor as mesas de discussões políticas (Byington; Tamm; Trau, 2020).

Isso posto, o mercado não fica imune a essas mudanças, precisando ficar atento tanto ao consumidor LGBTQIAPN+, como mostrado na pesquisa da Out Now, quanto no esforço empreendedor desta população.

Byington, Tamm e Trau (2020) mapearam a literatura em gestão com recorte da orientação sexual e identificaram duas perspectivas de pesquisa: organizacional e individual. A primeira aponta para a direção de práticas de gestão da diversidade nas

organizações, alocação de recursos e contexto nacional/legal. Já a perspectiva individual está orientada sobre as experiências e relações do indivíduo LGBTQIAPN+ no ambiente de trabalho e no desenvolvimento de carreiras.

Tendo isso em vista, é possível afirmar, assim como Essers et al. (2022), que há uma lacuna no entendimento do empreendedorismo no aspecto LGBTQIAPN+. Ainda que o reconhecimento e a visibilidade da comunidade LGBTQIAPN+ tenham amadurecido nas últimas décadas, existem desafios particulares enfrentados por esses indivíduos em esforços empreendedores que precisam ser mapeados e tratados (Essers et al., 2022).

Empreendedorismo LGBTQIAPN+ pode ser entendido como uma ramificação do Empreendedorismo de Grupos Marginalizados, conceituado como as atividades empreendedoras lideradas por pessoas excluídas dos lugares de poder, neste caso, pessoas Lésbicas, Gays, Bissexuais, Transexuais e Travestis, *Queer*, Intersexo, Assexuais, assim como outras identidades de gênero e sexualidade (Bates, 2011). Este estudo opta pelo uso do termo LGBTQIAPN+ alinhado à Secretaria Nacional dos Direitos das Pessoas LGBTQIAPN+ do Governo Federal (Ministério dos Direitos Humanos e da Cidadania, 2023).

A Associação Brasileira de Startups realizou um estudo com 1.753 startups espalhadas por 266 cidades brasileiras em 2022, incluindo dados sobre Diversidade nas Startups. De acordo com a pesquisa, apenas 4,3% das pessoas fundadoras são homossexuais ou bissexuais e, desses empreendimentos, 61% estão nas fases iniciais de validação e operação, enquanto 52% das pessoas fundadoras heterossexuais estão na fase de tração e escala. No que se refere a práticas de Governança Ambiental, Social e Corporativa (ESG), 45,2% das empresas com pessoas fundadoras heterossexuais não têm nenhuma iniciativa, número que representa 22,5pp (pontos percentuais) acima de startups de pessoas fundadoras LGBTQIAPN+.

Em média, Startups de pessoas fundadoras heterossexuais receberam investimentos 3,2pp a mais do que as empresas de pessoas fundadoras homossexuais, sendo que 32,1% dos startups de pessoas fundadoras homossexuais já realizaram rodadas de investimento e não receberam. Esse número é de 23,1% para startups de pessoas fundadoras heterossexuais.

Conforme Leppel (2016), empreender agrega valor tanto no bem-estar individual quanto na prosperidade da comunidade, podendo ser uma reação antecipada a alguma oportunidade ou como resposta a necessidades individuais como desemprego e necessidades financeiras, assumindo, assim, um papel empoderador e de independência para os indivíduos.

Dessa forma, esta pesquisa busca responder a seguinte questão norteadora: Quais são os desafios, as oportunidades e as práticas de gestão do Empreendedorismo LGBTQIAPN+?

Para chegar à resposta da questão norteadora, buscou-se responder as seguintes questões secundárias:

- Qual o perfil do empreendedor LGBTQIAPN+?
- Qual o tempo de vida dos empreendimentos LGBTQIAPN+?
- Quais são as motivações empreendedoras?
- Quais as práticas de gestão observadas?
- Em qual etapa do Ciclo de Vida Organizacional estão situadas?
- Quais os desafios e as oportunidades?

Com a finalidade de atingir os objetivos mencionados, o presente estudo realizou uma pesquisa com empreendedores LGBTQIAPN+ orientado em três frentes distintas: Identificação, Ciclo de Vida Organizacional e Práticas de Gestão.

Na teoria da administração, é importante localizar em qual estágio um negócio se encontra, pois, dependendo da fase, o planejamento e a estratégia se modificam. (Wadhvani et al., 2020). Este estudo se delimitará neste quesito pelo Ciclo de Vida Organizacional proposto por Lester, Parnell e Carraher (2003), com o propósito de entender a maturidade dos empreendimentos liderados por pessoas LGBTQIAPN+ a partir do grau de concordância com as proposições de cada etapa.

Para além disso, o Ciclo de Vida Organizacional foi utilizado para situar cada empreendimento identificado na etapa de coleta de dados, com o objetivo de mapear não só a maturidade dos empreendimentos e das pessoas empreendedoras, mas também como forma de contribuir para a identificação do panorama do Empreendedorismo LGBTQIAPN+.

Esta pesquisa tem por objetivo entender sobre as práticas de gestão, desafios e barreiras do Empreendedorismo LGBTQIAPN+ por meio de uma Análise Exploratória de Dados. Para tanto, busca-se:

- Identificar quais são os principais desafios e as barreiras enfrentados pelos empreendedores LGBTQIAPN+ em seus esforços empreendedores;
- Mapear sob a ótica do Ciclo de Vida Organizacional onde os empreendimentos estão situados;
- Descrever o perfil da pessoa empreendedora LGBTQIAPN+;
- Identificar as motivações empreendedoras.

A relevância desse estudo se sustenta em três pilares: visibilidade às pessoas empreendedoras LGBTQIAPN+, informações sobre empreendimentos LGBTQIAPN+ e conscientização frente às dificuldades e barreiras enfrentadas pela comunidade no mercado.

Esta pesquisa está estruturada da seguinte maneira: a próxima seção refere-se à metodologia descrevendo o passo a passo do desenvolvimento das ferramentas e dos métodos utilizados; resultados e discussões com fatos, dados, informações e conhecimento oriundos do método utilizado; e, por fim, conclusão do estudo com as realizações, limitações e sugestões de pesquisas futuras.

2 MÉTODO DE PESQUISA

2.1 Definição do questionário

Para atender ao objetivo de pesquisa, o questionário foi dividido em duas seções. A primeira seção refere-se à identificação da pessoa empreendedora dentro da sigla LGBTQIAPN+. A segunda seção tem por finalidade determinar em qual etapa do Ciclo de Vida Organizacional se encontra, adaptando o questionário de Lester, Parnell e Carraher (2003), que utiliza o grau de concordância com cada afirmativa para determinar onde cada empreendimento se localiza. Este questionário também foi utilizado nos estudos de gestão organizacional dos seguintes autores: Silva, Krakauer e Coda (2020); Beuren, Rengel e Hein (2012); Santana e Callado (2020); e Correia et al. (2019).

2.2 Coleta de dados

Para coleta de dados, foi utilizado a ferramenta *Google Forms* (Apêndice A). A escolha se deu devido à facilidade de envio e à possibilidade de alcançar mais pessoas. Não há uma base de dado com dados de pessoas empreendedoras LGBTQIAPN+, dessa forma, foram mapeadas duas feiras de empreendedores LGBTQIAPN+: a Feira de Empreendedores LGBTQIAPN+I+ em Belém do Pará e o evento Contaí Summit organizado pela empresa de consultoria em Diversidade Nhaí.

Na etapa de Revisão da Literatura, a base amostral encontrada no estudo foi uma média de 11 pessoas empreendedoras LGBTQIAPN+. A pesquisa foi enviada para 40 pessoas empreendedoras, sendo respondida por 14, com uma taxa de resposta de 35%. Além disso, 5 (15%) disseram não se sentir à vontade para responder a pesquisa, mesmo sendo anônima.

3.3 Determinação do Ciclo de Vida Organizacional

Para a determinação da etapa do Ciclo de Vida Organizacional, como proposto por Lester, Parnell e Carraher (2003), utilizou-se uma escala de 1 a 5, sendo o 1 Discordo Totalmente e 5 Concordo Totalmente. Para definir a etapa, utilizou-se o Grau de Concordância com cada etapa, calculado pela média das respostas das proposições referentes a cada uma delas, na qual cada etapa possuía 4 proposições para avaliação da pessoa empreendedora (Quadro 5).

Quadro 5 – Proposições por etapa do Ciclo de Vida Organizacional

ETAPA CVO	ID	PROPOSIÇÃO
Nascimento	N1	Nossa organização pequena em tamanho, quando comparada com nossos concorrentes
	N2	O poder decisório de nossa empresa estão principalmente nas mãos do fundador
	N3	A estrutura organizacional da empresa pode ser considerada simples
	N4	O processamento de informação em nossa empresa pode ser descrito como simples, no estilo boca a boca
Crescimento	C1	O poder decisório de nossa empresa está dividido entre muitos donos e/ou investidores
	C2	Em nossa organização, temos várias especializações (contadores, engenheiros etc.) e, com isso, nos tornamos diferenciados
	C3	O processamento das informações pode ser descrito como monitorador de desempenho e facilitador de comunicação entre os departamentos.
	C4	A maioria das decisões na nossa empresa são tomada por grupos de gestores de nível intermediário que utilizam alguma sistemática ainda bem superficial
Maturidade	M1	Como empresa, somos maiores do que a maioria de nossos concorrentes, mas não tão grandes como deveríamos ser
	M2	O poder decisório de nossa empresa está concentrado nas mãos de um grande número de acionistas e/ou sócios
	M3	A estrutura organizacional da empresa é baseada na visão departamental e funcional
	M4	O processamento de informações é sofisticado e necessário para a produção eficiente e para atingir os resultados requeridos.
Rejuvenescimento	R1	Somos uma organização com diretores e acionistas
	R2	A estrutura organizacional é divisional ou matricial com sofisticado sistema de controle
	R3	O processamento de informações é muito complexo e utilizado na coordenação de diversas atividades para melhor servir aos mercados
	R4	A maioria das decisões na nossa empresa são feitas por gerentes, forças-tarefa, equipes de projeto, que estão tentando facilitar o crescimento por meio da participação
Declínio	D1	A estrutura organizacional da empresa é centralizada, com poucos sistemas de controle.
	D2	O processamento de informações não é muito sofisticado
	D3	O processo decisório é centralizado na alta administração e considerado não é muito complexo
	D4	A maioria das decisões na nossa empresa são feitas por alguns gerentes conservadores

Fonte: Adaptado de Lester, Parnell e Carraher (2003).

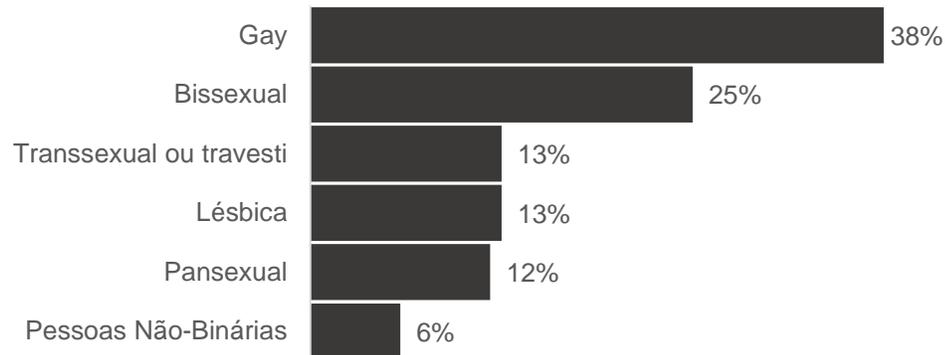
3 RESULTADOS E DISCUSSÕES

3.1 Perfil das pessoas empreendedoras

De acordo com os dados coletados, a amostra de pesquisa é formada pelas seguintes identidades de gênero e orientações sexuais autodeclaradas pelas pessoas empreendedoras (Figura 6): Gay (25%); Bissexuais (24%); Transexual ou Travesti (12%); Lésbica (12%); Pansexual (12%) e Pessoas Não–Binárias (6%).

Apesar da, ainda, ausência de algumas identidades de gênero e orientações sexuais, é válido ressaltar a diversidade das pessoas empreendedoras pesquisadas, garantindo as informações a partir de diferentes recortes.

Figura 6 – Identidade de Gênero e Orientação Sexual

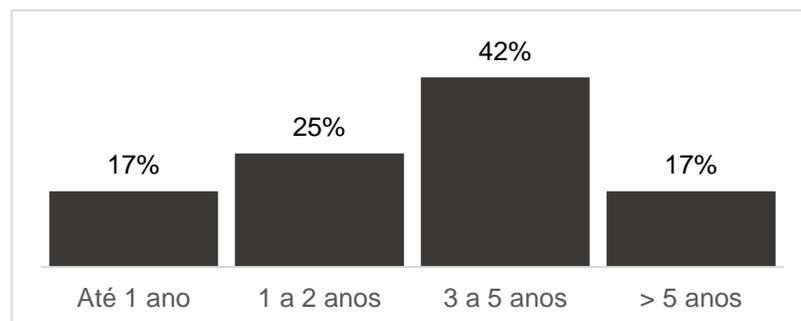


Fonte: Autor (2023).

Sobre o tempo de vida de cada empreendimento (Figura 7), existiam 4 faixas possíveis, sendo a faixa de 3 a 5 anos com a maior concentração (42%) e a média em 3 anos e 9 meses. Quanto à quantidade de pessoas empreendedoras, 67% dos empreendimentos foram fundados por apenas 1 pessoa e 33% por 2, não havendo mais do que isso.

É importante destacar a presença de 2 empresas com 12 anos e 8 anos de funcionamento, demonstrando que pessoas empreendedoras LGBTQIAPN+ já vêm exercendo o empreendedorismo há algum tempo.

Figura 7 – Distribuição das Empresas por Tempo de Vida



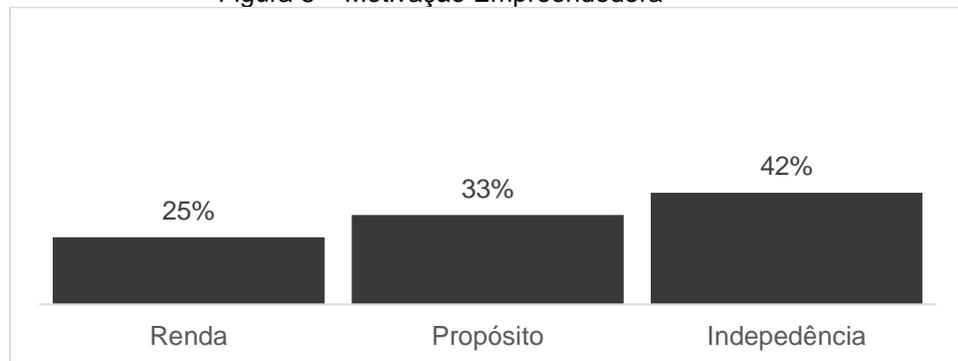
Fonte: Autor (2023).

3.2 Motivação empreendedora LGBTQIAPN+

Quando perguntados sobre suas motivações empreendedoras, as respostas podem ser classificadas em três categorias (Figura 8): Independência (42%), caracterizada pela liberdade de tomada de decisão e flexibilidade do local e horários de trabalho; Propósito (33%), significando trabalhar com o que acredita e orientado a melhorar o mundo a sua volta; e Renda (25%), aqui referente à renda extra ou como única fonte de renda.

Os motivos não são exclusivos e únicos, havendo intersecção entre eles, demonstrando, assim, a versatilidade da pessoa empreendedora LGBTQIAPN+, bem como a convergência para um lugar comum a todas e a todos reforça a particularidade dessa população.

Figura 8 – Motivação Empreendedora



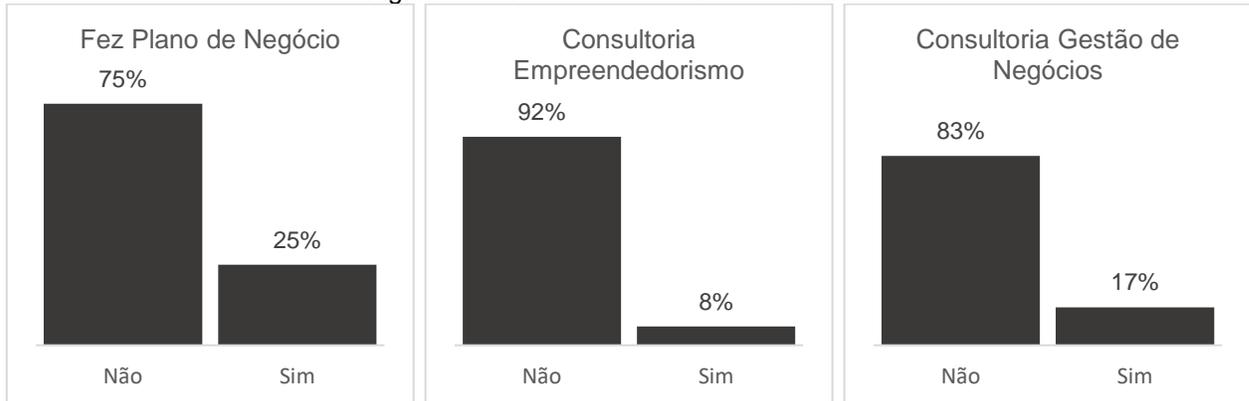
Fonte: Autor (2023).

3.3 Práticas de gestão em empreendimentos LGBTQIAPN+

Mapeou-se, também, práticas de gestão. Quanto à origem do esforço empreendedor, 92% compreendem que são empreendedores por Oportunidade, enquanto 8% entendem que o são por Necessidade.

De acordo com Diandra e Azmy (2020), para o empreendedorismo conectado, o reconhecimento de oportunidade e o conhecimento de negócio são pontos fundamentais para a habilidade empreendedora. Dessa forma, as pessoas empreendedoras foram perguntadas quanto as suas práticas de gestão (Figura 9): 75% não fizeram ou têm um Plano de Negócio; 92% não tiveram consultoria em empreendedorismo; e 83% não tiveram consultoria em Gestão de Negócios.

Figura 9 – Práticas de Gestão e Consultorias



Fonte: Autor (2023).

Assim, é possível concluir que há uma lacuna de conhecimento tanto em empreendedorismo quanto em Gestão de Negócios para essas pessoas. Em consonância com esse conhecimento, os pesquisados foram perguntados sobre como estava a saúde financeira de seus negócios em uma escala de 1 a 10: obteve-se uma média de 5,9, ou seja, a maioria não performa bem financeiramente.

Quanto ao potencial de crescimento, em uma escala de 1 a 5, sendo 1 Baixo Potencial e 5 Alto Potencial, a média ficou em 4,2. Isso demonstra que, apesar das dificuldades e barreiras, as pessoas empreendedoras acreditam na capacidade de desenvolvimento e expansão dos seus negócios.

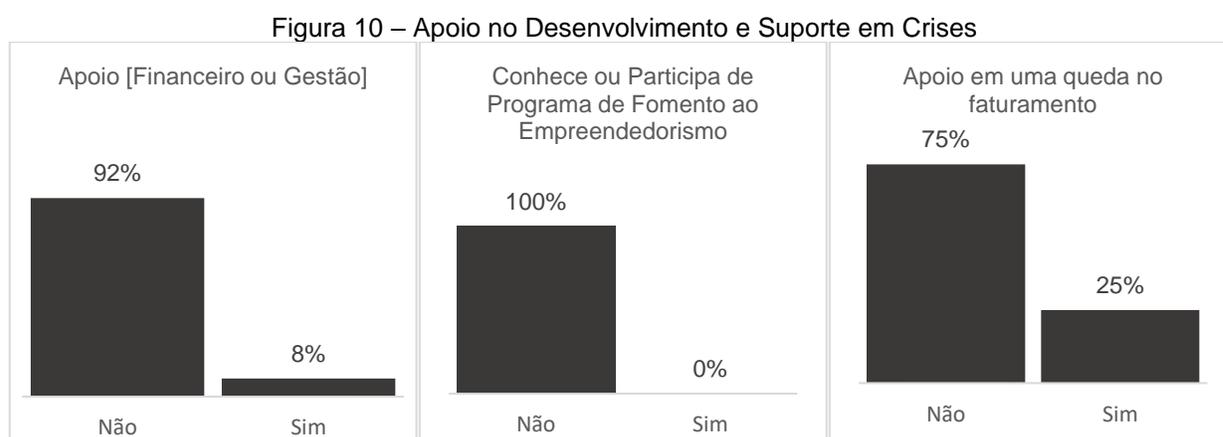
Logo, fica evidente que o potencial empreendedor não é acompanhado de gestão e processo, principalmente na área financeira, a qual é vital para a sobrevivência de uma empresa. É indiscutível a necessidade de apoio e suporte com o objetivo de melhorar a prática empreendedora.

3.4 Desafios e barreiras para empreendedores LGBTQIAPN+

Foi perguntado se as pessoas empreendedoras já haviam sofrido preconceito no seu próprio empreendimento, 50% responderam que sim. Quando questionados sobre o quão confortável se sentiam em uma reunião de negócios com possíveis investidores, apenas 41% se sentiam confortáveis.

Desse modo, é possível evidenciar que pessoas empreendedoras LGBTQIAPN+ ainda precisam enfrentar o preconceito e a discriminação tanto no seu dia a dia como na busca por desenvolverem seus negócios.

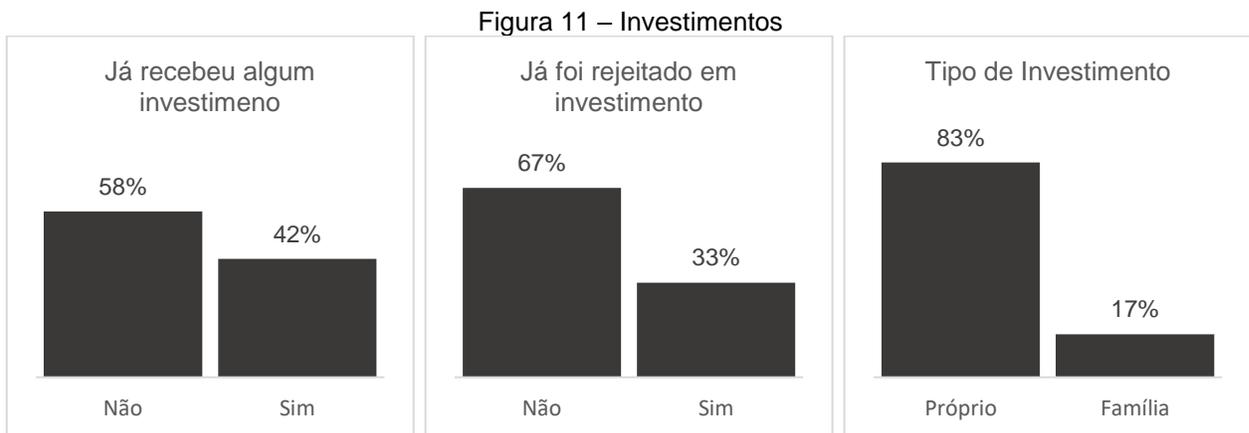
Os pesquisados e as pesquisadas também foram perguntados sobre apoio e suporte (Figura 10) ao longo do tempo de vida da empresa. 92% dos entrevistados não tiveram nenhum apoio, seja financeiro ou de gestão para os seus empreendimentos e 75% acreditam não terem apoio caso seu faturamento venha a cair. Todos os entrevistados (100%) não participam e nem conhecem algum programa de fomento ao empreendedorismo.



Fonte: Autor (2023).

Quanto a investimentos (Figura 11), 58% dos entrevistados já receberam algum tipo de investimento; 67% já foi rejeitado em alguma solicitação para investidores; e existem duas fontes principais de capital: Próprio (83% das empresas) e Família (17% das empresas).

Os resultados tanto de investimentos quanto de apoio e suporte mostram o quão limitado ainda é o espaço para pessoas empreendedoras LGBTQIAPN+, assim como evidencia também a pesquisa da Associação Brasileira de Startups em 2022, na qual Startups de pessoas fundadoras LGBTQIAPN+ recebem menos investimentos do setor privado e são mais rejeitados (Homossexuais 32,1% das vezes e Heterossexuais 23,1%).

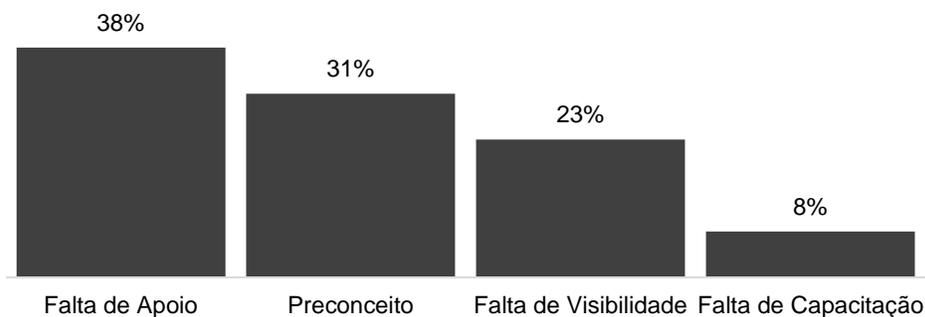


Fonte: Autor (2023).

Na pergunta aberta “Qual sua opinião sobre o mercado e o Empreendedorismo LGBTQIAPN+?”, é possível elucidar melhor o que vêm a ser as barreiras e as dificuldades de pessoas empreendedoras LGBTQIAPN+. É frequente a demonstração de que é um mercado em ascensão e com muito potencial, porém ainda é regido pelo preconceito e limitado por discriminação e violências.

Como principais barreiras e dificuldades, pode-se identificar (Figura 12): Falta de Apoio (38%), Preconceito (31%), Falta de Visibilidade (23%) e Falta de Capacitação (8%).

Figura 12 – Principais Barreiras para o Empreendedorismo LGBTQIAPN+



Fonte: Autor (2023).

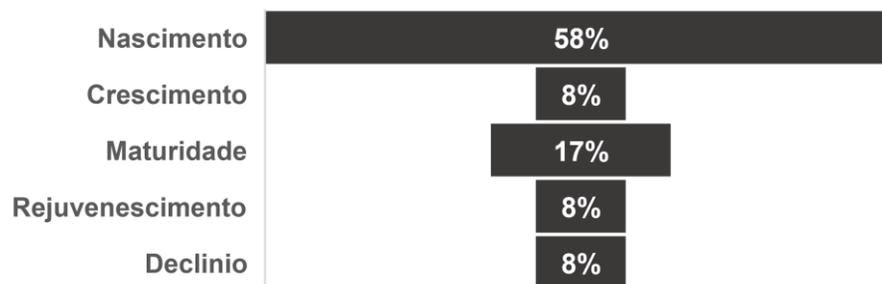
3.5 Empreendedores LGBTQIAPN+ e o Ciclo de Vida Organizacional

Sob a perspectiva do Ciclo de Vida Organizacional, pode-se afirmar que 70% dos estudos se preocuparam em estudar os empreendedores LGBTQIAPN+ no estágio de nascimento e 30% no estágio de crescimento.

Apenas 20% dos estudos utilizaram algum conceito da administração de negócios para além do empreendedorismo geral: Cavalcanti e Ferreira (2022) com Orientação Empreendedora e Germon et al. (2020) com Intenção Empreendedora.

Como resultado da pesquisa de Pessoas Empreendedoras LGBTQIAPN+, é possível afirmar que a maioria dos empreendimentos se concentra na etapa de Nascimento (58%), seguido pela etapa de Maturidade (17%). As etapas de Crescimento, Rejuvenescimento e Declínio empatam com 8% (Figura 13).

Figura 13 – Distribuição das Empresas no Ciclo de Vida Organizacional



Fonte: Autor (2023).

Quando correlacionados o Tempo de Vida da Empresa com a Etapa do Ciclo de Vida Organizacional, é possível identificar que não há correlação, indicando que o tempo de funcionamento não impacta no estágio do CVO desses empreendimentos. Sendo assim, aponta-se um problema de planejamento e dificuldade em desenvolver os negócios.

4 CONCLUSÃO

A realidade LGBTQIAPN+ no Brasil é marcada pelo preconceito e pela discriminação. No entanto, nos últimos anos, está havendo uma mudança de paradigma no qual aqueles deixam de ser um assunto proibido de falar e passam a assumir um lugar nos espaços de poder e decisão.

Nessa conjuntura, o mercado precisa, também, acompanhar as mudanças, seja da perspectiva do consumidor, seja pela perspectiva da pessoa empreendedora LGBTQIAPN+. Sob tal lógica, este estudo objetivou identificar práticas de gestão, desafios e barreiras da população LGBTQIAPN+.

No cenário apresentado por esta pesquisa, é possível afirmar que o objetivo foi atendido, tanto na questão norteadora quanto nas questões de apoio.

O cenário do empreendedorismo LGBTQIAPN+ identificado nesta pesquisa foi diverso ao abordar diferentes perfis de pessoas empreendedoras, abrangendo várias identidades de gênero e orientações sexuais, assim como empresas com menos de 1 ano de funcionamento até empreendimentos com mais de 10 anos no mercado.

Ao determinar a motivação empreendedora, ficou evidente três motivos principais: Independência, Propósito e Renda, com suas ramificações e intersecções. Estes não são fatores exclusivos da comunidade LGBTQIAPN+, no entanto, ao elaborarem o que cada um significava para eles, ficava lúcida a particularidade, como no caso de um empreendedor do ramo de moda, que busca representatividade para toda a comunidade LGBTQIAPN+.

Quanto às práticas de gestão, fica claro que há uma dissonância entre o potencial empreendedor com a ausência de gestão, apoio, suporte e investimentos. Apesar de acreditarem em seus negócios e suas capacidades de evolução e expansão, a maioria das pessoas empreendedoras não consegue visualizar apoio externo para que seus negócios prosperem.

É notório, também, nas respostas das pessoas empreendedoras LGBTQIAPN+, como não só a falta de apoio é um impedimento para o seu sucesso, mas também o preconceito, a falta de visibilidade e a falta de capacitação, que também exercem um papel detrator em seus esforços empreendedores.

Apesar de diferentes tempos de vida das empresas pesquisadas, não foi encontrada correlação com as etapas do Ciclo de Vida Organizacional. Mesmo a maioria estando em estágio do nascimento, segundo o grau de concordância com as proposições do CVO, é possível perceber uma desarmonia entre a realidade empreendedora e a expectativa empreendedora, isso devido à ausência de práticas de gestão.

Por fim, como identificado na pesquisa, Pessoas Empreendedoras LGBTQIAPN+ não têm apoio e suporte para expandir seus negócios, nem estão inclusas em programas de fomento ao empreendedorismo. Além disso, a ausência de investimentos ou o fato de seu capital vir de maioria da família ou próprio indica a necessidade de maior visibilidade.

Por parte da pessoa empreendedora LGBTQIAPN+, é evidente a vontade e a confiança em seu negócio, porém, da perspectiva de gestão, não há apoio, suporte e nem investimento, elementos estes essenciais para o desenvolvimento de um negócio. Para além disso, o Empreendedorismo LGBTQIAPN+ não está na lente do poder público, muito menos na do privado.

Como limitações deste estudo, aponta-se a base amostral, a qual não tem uma estimativa fiel nem da população LGBTQIAPN+ no Brasil, tampouco de quantas pessoas empreendedoras LGBTQIAPN+ existem. A utilização de base de dados de Feiras de Empreendedorismo LGBTQIAPN+ ainda é muito limitada.

Este artigo sugere como pesquisas futuras a proposição de planos de ação para incentivo e fomento do empreendedorismo LGBTQIAPN+, ferramentas de gestão aplicada à realidade do empreendedorismo LGBTQIAPN+ e estudos de casos de pessoas empreendedoras LGBTQIAPN+ de sucesso.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Da perspectiva da literatura científica, é possível entender que a investigação sobre Empreendedorismo LGBTQIAPN+ ainda está no início, apesar de ter marcos importantes desde 2012, bem como a quantidade de artigos nos quais este se configura como objeto de estudo principal ainda é baixa.

Porém, é perceptível, de acordo com os artigos analisados, que a Orientação Sexual e a Identidade de Gênero influenciam no esforço empreendedor, caracterizado em sua maioria pelo preconceito que pessoas empreendedoras LGBTQIAPN+ sofrem em um mercado heteronormativo.

Um efeito já levantado em estudos anteriores, como o de Germon et al (2020), ficou evidente, após a leitura de todos os artigos, o efeito, nomeado por Rumens e Ozturk (2019) em sua pesquisa, de heteronormatização, no qual se afirma que quanto mais próximo das normas e regras masculinas maior a probabilidade de se ter sucesso nas práticas empreendedoras.

Foi identificado que tanto a intenção empreendedora como a confiança no potencial empreendedor de pessoas LGBTQIAPN+ são altos. No entanto, o apoio, o suporte e os investimentos vêm de encontro com essa expectativa, dificultando o desenvolvimento e a expansão dos empreendimentos de pessoas LGBTQIAPN+.

É determinante o impacto do preconceito no desempenho de pessoas empreendedoras LGBTQIAPN+, o que demonstra como a comunidade ainda está cerceada e limitada por ele. Como constatado na Revisão Sistemática da Literatura, uma das motivações empreendedoras é o preconceito nas organizações. O empreendedorismo surge como uma solução de liberdade, todavia, ao adentrar o mercado, o preconceito ainda é existente.

Mapear o panorama do Empreendedorismo LGBTQIAPN+ a partir da perspectiva da literatura científica e da realidade de pessoas empreendedoras possibilitou trazer para o centro da discussão um grupo marginalizado e, muitas vezes, desconsiderado nas tomadas de decisão.

REFERÊNCIAS

AGUIAR, H. M. DE. **Mulheres negras empreendedoras no Brasil: suas barreiras e comportamento de superação para empreender.** 2022.

AHMED, A.; HAMMARSTEDT, M. Customer and Worker Discrimination against Gay and Lesbian Business Owners: A Web-Based Experiment among Students in Sweden. **Journal of Homosexuality**, p. 1-10, 22 abr. 2021.

BANDEIRA, A. **A teoria queer em uma perspectiva brasileira: escritos para tempos de incertezas.** 2019.

BANDEIRA, P. B.; AMORIM, M. V.; OLIVEIRA, M. Z. DE. Empreendedorismo Feminino: estudo comparativo entre homens e mulheres sobre motivações para empreender. **Revista Psicologia: Organizações e Trabalho**, v. 20, n. 3, 2020.

BARROS, A. Em pesquisa inédita do IBGE, 2,9 milhões de adultos se declararam homossexuais ou bissexuais em 2019. **Agência IBGE Notícias.** 25 de maio de 2022. Disponível em: < <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/33785-em-pesquisa-inedita-do-ibge-2-9-milhoes-de-adultos-se-declararam-homossexuais-ou-bissexuais-em-2019>>.

BATES, T. Minority Entrepreneurship. **Foundations and Trends® in Entrepreneurship**, v. 7, n. 3-4, p. 151-311, 2011.

BEUREN, I. M.; RENGEL, S.; HEIN, N. Ciclo de vida organizacional pautado no modelo de Lester, Parnell e Carraher (2003) e na lógica fuzzy: classificação de empresas de um segmento industrial de Santa Catarina. **Revista de Administração** (São Paulo), v. 47, n. 47, p. 197-216, 1 jun. 2012.

BYINGTON, E. K.; TAMM, G. F. B.; TRAU, R. N. C. Mapping sexual orientation research in management: A review and research agenda. **Human Resource Management**, v. 60, n. 1, p. 31-53, 24 ago. 2020.

CANTON, C.; MÜLLER, M.; JUNIOR, M. M. R. Influência da Gestão do Capital de Giro e do Ciclo de Vida Organizacional na Rentabilidade. International Conference in Accounting. **Anais...**2019.

CAVALCANTI, A. L.; FERREIRA, J. J. The entrepreneurial orientation of LGBTQIAPN+ Brazilian start-ups: Context and antecedents. **Strategic Change**, v. 31, n. 4, p. 415-425, 19 mai. 2022.

COONEY, T. M. **The Palgrave Handbook of Minority Entrepreneurship.** 2021.

CORREIA, R. B. et al. Um estudo empírico sobre ciclo de vida e estágios organizacionais. **Revista de Administração e Contabilidade da FAT**, v. 8, n. 2, 14 abr. 2019.

DANA, L. P.; VOROBÉVA, E. **Understanding the Term “Minority Entrepreneurship”**. Disponível em: <https://econpapers.repec.org/bookchap/sprsprchp/978-3-030-66603-3_5f2.htm>. Acesso em: 26 jul. 2023.

DIANDRA, D.; AZMY, A. **Understanding Definition of Entrepreneurship**. [s.l: s.n.]. Disponível em: <www.ijmae.com>.

Dossiê denuncia 273 mortes e violências de pessoas LGBTQIAPN+ em 2022 – Observatório de Mortes e Violências LGBTQIAPN+I+ no Brasil. Disponível em: <<https://observatoriomorteseviolenciasLGBTQIAPN+ibrasil.org/dossie/mortes-LGBTQIAPN+-2022/>>.

ESSERS, C. et al. It’s all about identity: The identity constructions of LGBTQIAPN+ entrepreneurs from an intersectionality perspective. **International Small Business Journal: Researching Entrepreneurship**, 2022.

FRAGA, A. M. et al. As diversidades da diversidade: revisão sistemática da produção científica brasileira sobre diversidade na administração (2001-2019). **Cadernos EBAPE.BR**, v. 20, n. 1, p. 1-19, 22 fev. 2022.

GALLOWAY, L. The experiences of male gay business owners in the UK. **International Small Business Journal**, v. 30, n. 8, p. 890-906, dez. 2012.

GALVÃO, M. C. B.; RICARTE, I. L. M. Revisão sistemática da literatura: conceituação, produção e publicação. **Logeion: Filosofia da Informação**, v. 6, n. 1, p. 57-73, 15 set. 2019.

GERMON, R. et al. The role of sexual orientation in entrepreneurial intention: the case of Parisian LGB people. **Journal of Organizational Change Management**, v. 33, n. 3, p. 527-544, 22 mai. 2020.

JOHNSON, I. **Brazil 2017 Report – Out Now Global LGBTQIAPN+2030 Study**. 2017.

KRAUS, S.; BREIER, M.; DASÍ-RODRÍGUEZ, S. The art of crafting a systematic literature review in entrepreneurship research. **International Entrepreneurship and Management Journal**, v. 16, n. 3, p. 1023-1042, 1 set. 2020.

LANDSTRÖM, H. **The evolution of entrepreneurship as a scholarly field. Foundations and Trends in Entrepreneurship** Now Publishers Inc, 13 jan. 2020.

LEPPEL, K. The incidence of self-employment by sexual orientation. **Small Business Economics**, v. 46, n. 3, p. 347-363, 1 mar. 2016.

LESTER, D. L.; PARNELL, J. A.; CARRAHER, S. ORGANIZATIONAL LIFE CYCLE: A FIVE-STAGE EMPIRICAL SCALE. **The International Journal of Organizational Analysis**, v. 11, n. 4, p. 339-354, 1 abr. 2003.

LINKEDIN. **Pesquisa Orgulho no Trabalho**. 2022.

MARA, L. C.; GINIEIS, M.; BRUNET-ICART, I. Strategies for Coping with LGBTQIAPN+ Discrimination at Work: a Systematic Literature Review. **Sexuality Research and Social Policy**, 22 jun. 2020.

MARA, L. C.; GINIEIS, M.; BRUNET, I. Strategies for Coping with LGBTQIAPN+ Discrimination at Work: a Systematic Literature Review. **Sexuality Research and Social Policy**, 22 jun. 2020.

MARLOW, S.; GREENE, F. J.; COAD, A. Advancing Gendered Analyses of Entrepreneurship: A Critical Exploration of Entrepreneurial Activity among Gay Men and Lesbian Women. **British Journal of Management**, v. 29, n. 1, p. 118-135, 1 jan. 2018.

MAZZAROL, T. Future research opportunities: a systematic literature review and recommendations for further research into minority entrepreneurship. Em: **The Palgrave Handbook of Minority Entrepreneurship**. [s.l.] Springer International Publishing, 2021. p. 503-561.

MCFADDEN, C. Lesbian, Gay, Bisexual, and Transgender Careers and Human Resource Development. **Human Resource Development Review**, v. 14, n. 2, p. 125-162, 13 jan. 2015.

MENDES, D. C.; MENDONÇA, J. R. C. DE. Como é ser diferente em administração? A performance de discentes gays e bissexuais em uma graduação heteronormativa. **Revista Eletrônica de Ciência Administrativa**, v. 20, n. 3, p. 483-508, 1 set. 2021.

MENDONÇA FRAGA, A. et al. **As diversidades da diversidade: revisão sistemática da produção científica brasileira sobre diversidade na administração (2001-2019)**. The diversities within diversity: a systematic review of Brazilian scientific production on diversity in Administration. 2001.

OLIVEIRA, X. L. C.; CABANNE, C. L. S. M.; TEIXEIRA, R. M. Metodologias qualitativas de pesquisa em empreendedorismo: revisão de estudos nacionais publicados de 2010 a 2015. **Revista da Micro e Pequena Empresa**, v. 14, n. 1, p. 3-25, 23 abr. 2020.

PAGE, M. J. et al. The PRISMA 2020 statement: An updated guideline for reporting systematic reviews. **The BMJBMJ Publishing Group**, 29 mar. 2021.

PRANCKUTÉ, R. Web of science (Wos) and scopus: The titans of bibliographic information in today's academic world. **Publications MDPI AG**, 1 mar. 2021.

PRIMC, K. et al. Circular economy configuration indicators in organizational life cycle theory. **Ecological Indicators**, v. 116, 1 set. 2020.

RUMENS, N.; OZTURK, M. B. Heteronormativity and the (re)construction of gay male entrepreneurial identities. **International Small Business Journal: Researching Entrepreneurship**, v. 37, n. 7, p. 671-688, 1 nov. 2019.

SANTANA JUNIOR, G. M. DE; CALLADO, A. L. C. A Influência dos Estágios do Ciclo de Vida Organizacional no Uso de Medidas de Desempenho em Empresas Industriais. **GESTÃO.org**, v. 18, n. 1, p. 64-81, 2020.

SILVA, J.; SILVA, M. Análise da evolução do empreendedorismo no Brasil no período de 2002 a 2016. **Journal of Studies**, v. 3, n. 2, 2019.

SILVA, E. E. DA; KRAKAUER, P. V. DE C.; CODA, R. Empresas startups: análise do ciclo de vida a partir do modelo de Lester, Parnell e Carraher (2003). **Revista Ibero-Americana de Estratégia**, v. 19, n. 1, p. 81-103, 22 maio 2020.

SOUZA, H. DA C. A; JUNQUEIRA, S. R. A; REIS, T. **Ensaio sobre o perfil da comunidade LGBTQIAPN+**. Curitiba: IBDSEX, 2020.

SOUZA, J. L. DE; MORAES, R. D. O. Influência do Ciclo de Vida Organizacional no Trade-off de Gerenciamento de Resultados por meio de Accruals e Decisões Operacionais. International Conference in Accounting. **Anais...2019**.

THOMAS, J.; HIGGINS, J. **Cochrane Handbook for Systematic Reviews of Interventions**. 2023.

THOMÉ, A. M. T.; SCAVARDA, L. F.; SCAVARDA, A. J. Conducting systematic literature review in operations management. **Production Planning and Control**, v. 27, n. 5, p. 408-420, 2016.

TRANFIELD, D.; DENYER, D.; SMART, P. Towards a Methodology for Developing Evidence-Informed Management Knowledge by Means of Systematic Review* Introduction: the need for an evidence- informed approach. **British Journal of Management**, v. 14, p. 207-222, 2003.

WADHWANI, R. D. et al. Context, time, and change: Historical approaches to entrepreneurship research. **Strategic Entrepreneurship Journal**, v. 14, n. 1, p. 3-19, 1 mar. 2020.

WEBSTER, J. R. et al. Workplace contextual supports for LGBTQIAPN+ employees: A review, meta-analysis, and agenda for future research. **Human Resource Management**, v. 57, n. 1, p. 193-210, 10 nov. 2017.

ZHU, J.; LIU, W. A tale of two databases: the use of Web of Science and Scopus in academic papers. **Scientometrics**, v. 123, n. 1, p. 321–335, 1 abr. 2020.

APÊNDICE A – Pesquisa sobre Empreendedorismo LGBTQIAPN+

Pesquisa sobre Empreendedorismo LGBTQIAPN+

Sou Gabriel Gadelha, Mestrando em Administração na Universidade Federal do Pará. Minha pesquisa é sobre Empreendedorismo LGBTQIAPN+ sob a perspectiva do Ciclo de Vida Organizacional. O objetivo do estudo, além de mapear as pesquisas na área, é entender como pessoas LGBTQIAPN+ vem empreendendo, suas barreiras e fatores de sucesso.

Sua resposta vai contribuir para aumentar a assertividade sobre a pesquisa em torno do empreendedorismo LGBTQIAPN+ e aumentar os escopos da literatura existente sobre o tema.

Desde já agradeço a participação.

Como você se identifica? *

- Lésbica
- Gay
- Bissexual
- Transsexual ou Travesti
- Queer
- Interssexo
- Assexual
- Panssexual
- Não Binária
- Outro
- Prefiro não responder

Por favor, marque o seu grau de concordância com as seguintes afirmativas *

	Discordo totalmente	Discordo parcialmente	Não concordo nem discordo	Concordo parcialmente	Concordo totalmente
Nossa organização é pequena em tamanho, quando comparada com nossos concorrentes	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
O poder decisório de nossa empresa está principalmente nas mãos do fundador.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
A estrutura organizacional da empresa pode ser considerada simples.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
O processamento de informação em nossa empresa pode ser descrito como simples, no estilo boca a boca.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
O poder decisório de nossa empresa é dividido entre muitos donos e/ou investidores.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Em nossa organização, temos várias especializações (contadores, engenheiros etc.) e, com isso, nos tornamos diferenciados.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

O processamento das informações pode ser descrito como monitorador de desempenho e facilitador de comunicação entre os departamentos.

A maioria das decisões na nossa empresa é tomada por grupos de gestores de nível intermediário que utilizam alguma sistemática ainda bem superficial.

Como empresa, somos maiores do que a maioria de nossos concorrentes, mas não tão grandes como deveríamos ser.

O poder decisório de nossa empresa está concentrado nas mãos de um grande número de acionistas e/ou sócios

A estrutura organizacional da empresa é baseada na visão departamental e funcional.

O processamento de informações é sofisticado e necessário para a produção eficiente e para atingir os resultados requeridos.	<input type="radio"/>				
Somos uma organização com diretores e acionistas.	<input type="radio"/>				
A estrutura organizacional é divisional ou matricial com sofisticado sistema de controle.	<input type="radio"/>				

O processamento de informações é muito complexo e utilizado na coordenação de diversas atividades para melhor servir aos mercados.	<input type="radio"/>				
A maioria das decisões na nossa empresa é feita por gerentes, forças-tarefa, equipes de projeto, que estão tentando facilitar o crescimento por meio da participação.	<input type="radio"/>				
A estrutura organizacional da empresa é centralizada, com poucos sistemas de controle.	<input type="radio"/>				

O processamento de informações não é muito sofisticado.	<input type="radio"/>				
O processo decisório é centralizado na alta administração e considerado não muito complexo.	<input type="radio"/>				
A maioria das decisões na nossa empresa é feita por alguns gerentes conservadores.	<input type="radio"/>				

Como empreendedor, como você se consideraria? *

Empreendedores por Necessidade

são pessoas que perderam o emprego, ou não possuíam emprego, e tiveram que abrir um negócio, como alternativa de ocupação e renda para a sobrevivência

Empreendedores por Oportunidade

são pessoas atentas a novas oportunidades de negócio, que querem ser independentes na sua forma de sobreviver e existir.

Empreendedor por Necessidade

Empreendedor por Oportunidade

Qual foi sua principal motivação empreendedora? *

Your answer _____

Você teve apoio (financeiro ou consultoria) para começar o seu empreendimento? *

Sim

Não

Quanto tempo tem sua empresa?

Your answer _____

Você fez um plano de negócio? *

Sim

Não

Seu empreendimento tem como Público Alvo a comunidade LGBTQIAPN+? *

- Sim
 Não

Você já participou de Feiras ou Eventos de Empreendedorismo? *

- Sim
 Não

Se sim, você se sentiu acolhido?

- Sim
 Não

Você já recebeu algum tipo de investimento? *

- Sim
 Não

Você já foi rejeitado em algum pedido de investimento? *

- Sim
 Não

Você já teve consultoria sobre Empreendedorismo? *

- Sim
 Não

Você já teve alguma consultoria de negócios? *

- Sim
 Não

Em qual grau você consideraria seu potencial de crescimento em faturamento nos próximos 2 anos? *

- 1 2 3 4 5
Baixo Potencial Alto Potencial

Você sente que teria apoio caso viesse a ter uma queda em seus faturamentos? *

- Sim
 Não

Você já sofreu preconceito no seu próprio empreendimento? *

- Sim
 Não

Quão confortável você se sente em reuniões de negócios com possíveis investidores? *

- 1 2 3 4 5
- Pouco Confortável Muito Confortável

Qual sua opinião sobre o mercado e o empreendedorismo LGBTIAPN+?

Your answer _____