



**EMPREEN-
DEDORISMO
LGBTI+
50+
GERA-
ÇÕES**

EMPREENDEADORISMO

LGBTI+50+

GERAÇÕES

Sumário

03	1. Introdução
04	1.1 Por que falar em empreendedorismo LGBTI+
06	1.2 Por que falar em empreendedorismo 50+?
07	1.3 Por que falar em empreendedorismo LGBTI+ 50+? apresentando a pesquisa
10	2. Principais achados
14	3. Metodologia - Dispensa alterações, manter como está
18	4. Características da amostra
19	4.1 Características da amostra
	4.2 Caracterização dos negócios administrados por pessoas LGBTI+
28	4.3 Empreendedorismo LGBTI+ iniciais e estabelecidos
45	5. Seções
46	5.1 Ser LGBTI+ e empreender: dimensões e contextos
52	5.2 Barreiras e Desafios enfrentados por empreendedores LGBTI+
58	5.3 Negócios LGBTI+ em diferentes gerações
65	5.4 Impactos da pandemia de COVID-19 no empreendedorismo LGBTI+
68	6. Considerações finais
71	7. Referências



IN TRO DU ÇÃO

1.1. Por que falar em empreendedorismo LGBTI+?

No ano de 2019, havia no Brasil cerca de 53 milhões de brasileiros e brasileiras adultos que desempenhavam alguma atividade de natureza empreendedora, conforme os dados do GEM. O número apontado pela pesquisa, além de ter sofrido um ligeiro aumento em relação ao ano anterior, acabou por se configurar no segundo maior registro de empreendedores desde que o levantamento começou a ser realizado no Brasil, em 1999.

Se a atividade de empreender tem sido adotada por mais brasileiros nos últimos anos, a produção de informações sistematizadas sobre o empreendedorismo realizado por pessoas LGBTI+¹ até então não havia acompanhado esse crescimento. A ausência de dados a nível nacional sobre a população LGBTI+, a bem dizer, não se restringe apenas ao campo do empreendedorismo e da geração de renda, e afeta diretamente a capacidade de agentes de setores públicos e privados em promover melhorias e mudanças em relação às condições de vida dessas pessoas.

Segundo dados da pesquisa Demitindo Preconceitos, realizada entre pessoas e representantes de recursos humanos em 13 estados em 2019, cerca de 38% das indústrias e empresas consultadas apresentaram restrições para contratar profissionais LGBTI+. Já a pesquisa empenhada pelo Observatório da Empregabilidade LGBTI+ aponta para a mesma direção: 35% do público entrevistado havia sofrido

1. Nesta pesquisa, optou-se por utilizar LGBTI+ para se referir a Lésbicas, Gays, Bissexuais, Travestis, Mulheres Trans e Homens Trans, Intersexos). O sinal “+” é um aglutinador de outras orientações sexuais, identidades e expressões de gênero igualmente relevantes, como Asexuais, Pansexuais e Agênero, por exemplo.

discriminação no trabalho em razão da sua orientação sexual e identidade de gênero. Essa é uma realidade que afeta profissionais LGBTI+ em diferentes momentos de sua carreira profissional. De acordo com levantamento realizado pela Mais Diversidade com apoio do jornal O Estado de São Paulo, apenas 15% de profissionais LGBTI+ falam explicitamente sobre o tema com a chefia e as lideranças.

Compreender os desafios enfrentados por pessoas LGBTI+ no momento de realizar um empreendimento passa, portanto, pela necessidade de se atentar às diferenças que ocorrem tanto dentro as categorias que compõem a sigla como em relação a outros marcadores sociais da diferença. Ou seja: além do preconceito e da discriminação incidirem de forma diferenciada entre gays, lésbicas, bissexuais, pessoas trans, travestis, intersexo, dentre outros, deve-se avaliar ainda como tais identidades também são afetadas por outros reconhecimentos identitários, como o pertencimento étnico-racial, a geração e a classe social a que pertence cada indivíduo.

Ao observar todas essas características, a pesquisa apresentada neste relatório permite afirmar a existência de desafios enfrentados por pessoas LGBTI+ desde a abertura até à manutenção dos negócios. Como os dados da pesquisa apontam, entre as principais dificuldades encaradas por pessoas LGBTI+ para a abertura dos negócios estão o atual cenário econômico (39,7%) e a falta de rede de apoio ou incentivo (18,5%).

Já para a manutenção dos empreendimentos, os principais desafios de pessoas LGBTI+ entrevistadas pela pesquisa se concentram na falta de investimento ou financiamento (52,9%); criação de uma rede de contatos (40,2%) e a dificuldade de conciliar responsabilidades profissionais, pessoais, familiares e sociais (34,9%). Desafios estes que se apresentam mais elevados para pessoas pretas, pardas e indígenas, por exemplo. A criação das redes de contato, fundamental para o bom desempenho de negócios, tende a ser mais difícil para mulheres cis, mulheres trans e travestis empreendedoras consultadas.

1.2. Por que falar em **empreendedorismo 50+**?

A última edição de 2019 do Global Entrepreneurship Monitor (GEM), realizada a nível nacional por meio de parceria com o SEBRAE, apontou a existência de um contingente de 2,5 milhões de pessoas empreendedoras no Brasil que começaram seu próprio negócio tendo 55 anos de idade ou mais. O relatório também destaca uma tendência de que esse número cresça nos próximos anos, dado o aumento da expectativa de vida da população brasileira apontado pelo IBGE nos últimos anos (2020).

Tratar do empreendedorismo sênior significa, portanto, dar a devida atenção a uma fatia crescente de pessoas que têm articulado suas experiências e habilidades para gerar renda para si e para as redes de pessoas e parceiros que se constituem em torno de seus negócios. Vale lembrar que é na faixa entre 45 e 54 anos que se encontra de forma mais ativa as pessoas empreendedoras que mantêm um negócio consolidado: aproximadamente 1 em cada 4 tem como propriedade e administram um negócio estabelecido.

Mas o interesse no empreendedorismo sênior vai além. Afinal, são diversos os motivos que levam uma pessoa com mais de 50 anos a abrir um negócio, bem como são variados os contextos em que esses empreendimentos são desenvolvidos. De início, chama a atenção a alta incidência de pessoas com 50 anos ou mais que são responsáveis pelo custeio dos gastos de seus familiares. De acordo com levantamento realizado em 2020 pelo C.Lab, laboratório de pesquisas da Nestlé, 63% das pessoas entre 50 e 80 anos são provedoras de família. Seja por meio da aposentadoria ou de uma ocupação, quando não de ambas as fontes, a renda das pessoas com 50 anos ou mais influencia diretamente na dinâmica de geração de renda das famílias brasileiras.

Se as camadas seniores do país têm sido de forma expressiva as provedoras de seus lares, isso não se traduz necessariamente em oportunidades para que pessoas com 50 anos ou mais se insiram no mercado de trabalho. De acordo com dados apresentados pela Great Place to Work, enquanto as pessoas

com 50 anos de idade ou mais representavam 25% da população brasileira em 2021, menos de 5% delas estavam empregadas nas organizações analisadas. Isso demonstra uma grande barreira a ser superada em direção à erradicação do etarismo nos processos de recrutamento e seleção, bem como na identificação de novos talentos em empresas.

A dificuldade em ter sua experiência valorizada também foi apontada por empreendedores com 50 anos ou mais na pesquisa apresentada neste relatório. Sobre a principal motivação para terem criado um negócio, as pessoas empreendedoras consultadas apontaram a vontade de fazer diferença no mundo e aproveitar uma habilidade existente. Já entre empreendedores com 50 anos de idade ou mais, a principal motivação para se tornar empreendedor foi aproveitar uma habilidade já existente.

O cenário sugere portanto a necessidade de aprofundar o olhar sobre os motivos que têm levado pessoas com 50 anos ou mais a empreender nos dias de hoje. Ao mesmo tempo que o empreendedorismo de pessoas 50+ já é uma realidade em expansão, ainda resta compreender as características desse crescimento. O desafio ainda se expande quando levamos em consideração a composição racial e de gênero, bem como a distribuição dessas pessoas empreendedoras em termos de orientação sexual e identidade de gênero, por exemplo. Além desses impactos, é necessário entender as características dos negócios que desempenham, suas potencialidades e os desafios enfrentados na gestão dos empreendimentos.

1.3. Por que falar em empreendedorismo LGBTI+ 50+?: apresentando a pesquisa

Embora seja possível perceber uma crescente abertura para tratar de questões envolvendo orientação sexual e identidade de gênero no ambiente de trabalho, o preconceito e a discriminação ainda figuram como obstáculos para o

desenvolvimento de profissionais LGBTI+ Além disso, o ingresso de pessoas LGBTI+ no mercado de trabalho varia de modo desigual conforme a identidade que compõe a sigla em articulação com outros marcadores sociais.

Quando se trata de geração, por exemplo, os preconceitos relacionados à idade agravam ainda mais as dificuldades de pessoas LGBTI+ com 50 anos ou mais de ingressar no mercado, mudar de área ou mesmo permanecer na empresa. Vale lembrar que, para pessoas LGBTI+ com 50 anos de idade ou mais, o desafio de se assumir ou de ter se assumido pode ganhar outros contornos, sobretudo em outras épocas em que as condições para sair do armário, por exemplo, eram ainda mais precárias e menos apoiadas que as de hoje em dia.

Compreender as especificidades do empreendedorismo LGBTI+ 50+ significa, portanto, identificar as nuances que definem um grupo que enfrenta dificuldades de ingresso no mercado de trabalho formal, seja pela sua idade como por sua orientação sexual e identidade de gênero. Além disso, olhar para empreendedores LGBTI+ 50+ também surge como oportunidade para compreender se e como a geração, a sexualidade e a identidade de gênero de empreendedores impactam em seus empreendimentos.

A fim de preencher essa lacuna o Instituto Mais Diversidade, com patrocínio do Itaú Viver Mais e execução técnica do Instituto Matizes, tem o prazer de apresentar o relatório da pesquisa **Empreendedorismo LGBTI+ 50+ e gerações**.

O diagnóstico busca compreender de forma inédita as características do empreendedorismo LGBTI+ 50+ no Brasil em comparação às diferentes gerações considerando outros marcadores sociais como raça, orientação sexual e identidade de gênero. Dentre as categorias mobilizadas, a variável que atravessa as análises é a faixa etária, com especial atenção às pessoas LGBTI+ empreendedoras com idade igual ou superior a 50 anos.

Para tanto, foram consultadas **628 pessoas autodeclaradas LGBTI+ que**

empreendem, já empreenderam e/ou desejam empreender. Do total, 93 são pessoas LGBTI+ 50+. A metodologia utilizada, de caráter quantitativo e qualitativo, foi desenvolvida entre março e junho de 2022. Ao todo, a pesquisa foi respondida por pessoas LGBTI+ com idades entre 16 a 76 anos.

Os resultados discutidos a seguir descrevem de modo mais aprofundado os tipos e tamanhos de negócios, os desafios enfrentados por empreendedores LGBTI+ 50+, em relação a empreendedores LGBTI+ de diferentes idades, tanto na dimensão de suas identidades de gênero e orientações sexuais como também em relação às suas idades. Destacamos ainda as barreiras relacionadas ao uso profissional de novas tecnologias, bem como os principais motivos e inspirações que levaram empreendedores LGBTI+ a abrir seus negócios. A pesquisa também apresenta informações sobre o impacto da pandemia de Covid-19 para empreendimentos comandados por LGBTI+, permitindo oferecer um diagnóstico sobre o modo como empreendedores LGBTI+ de diferentes idades - e, em especial, aqueles com 50 anos ou mais - têm constituído e mantido seus negócios.

Este relatório é uma síntese dos resultados das metodologias aplicadas para a realização desta pesquisa. Possíveis derivações, tanto dele quanto da própria pesquisa, são estimuladas para ampliar o seu alcance e, sobretudo, fortalecer e incentivar os empreendimentos de pessoas 50+ LGBTI+ no país.



PRINCIPAL

ACHADOS

2. Principais Achados

Fazer diferença no mundo e aproveitar uma habilidade foram os principais motivadores para a abertura dos negócios, apontados respectivamente por 48,97% e 48,46% das pessoas LGBTI+ consultadas. **Para empreendedores LGBTI+ com 50 anos ou mais, a principal motivação foi poder utilizar uma experiência já existente.** Entre empreendedores brasileiros, de acordo com a pesquisa GEM 2019, a principal motivação para empreender se deve ao fato dos empregos serem escassos.

Para as pessoas LGBTI+ entrevistadas, ser LGBTI+ é um aspecto central de suas vidas e, portanto, de seus negócios

O atual cenário econômico é a principal dificuldade (39,7%) que pessoas LGBTI+ enfrentam para criar um negócio.

Uma das empreendedoras entrevistadas afirmou ser sócia da própria mãe em um negócio, remetendo à questão sobre a **participação do empreendedor no auxílio com os gastos da família:** responderam que sempre ajudam, enquanto **44,43%** dos respondentes **não recebem ajuda de familiares nos gastos.**

De todas as faixas etárias, as pessoas LGBTI+ com 50 anos ou mais são as que mais concordam (81,7%) que a idade aumenta os desafios para abrir e gerir o negócio.



49,8% dos entrevistados consideram ter as habilidades necessárias para o uso da internet e redes sociais para atividades comerciais. Dentre os empreendedores com 50 anos ou mais, esse índice cai para 35,2%.

Os principais desafios apontados para a manutenção do negócio foram a falta de investimento (53%) e a criação de redes de contato (40%). Ambos são mais elevados entre pretos, pardos e indígenas, 59% e 48% respectivamente. Para empreendedores com 50 anos de idade ou mais, os principais desafios para manter um negócio são criar uma rede de contato (45,7%) e a falta de investimento (38,6%). A falta de investimento foi o principal motivo apontado dentre todas as faixas de idade com menos de 50 anos. As dificuldades com a criação das redes de contatos também são mais prevalentes para mulheres cis, mulheres trans e travestis (43%).

82,76% dos empreendedores LGBTI+ declararam que as pessoas que trabalham em seu negócio são LGBTI+. Esse número é menor entre empreendedores LGBTI+ com 50 anos ou mais, representando 78,6%.

Dentre os empreendedores LGBTI+ que possuem sócios, 58,76% declararam que todos os sócios também são LGBTI+.

A maior parte dos empreendimentos liderados por LGBTI+ possui mais de 4 anos (37,6%). De acordo com o IBGE, 47,5% das empresas brasileiras sobrevivem após o quinto ano de atividade.

57% dos empreendedores LGBTI+ conseguem obter remuneração com a atividade de seu negócio.

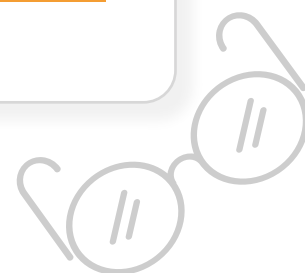
Em relação à formalização, 78,82% dos empreendedores LGBTI+ possuem CNPJ. Em comparação aos empreendedores brasileiros, em 2019 apenas 26,1% tinham CNPJ (GEM, 2019).

62,69% das pessoas LGBTI+ que empreendem são MEI (Microempreendedores Individuais). A nível nacional, 69,6% dos empreendimentos existentes são MEI (Ministério da Economia, 2022).

75% dos empreendedores LGBTI+ utilizaram suas economias próprias como principal fonte de financiamento para abrir o negócio. De acordo com os especialistas ouvidos pelo GEM 2019, 34% avaliaram o “apoio financeiro” como um elemento limitante ao empreendedorismo no Brasil.

A maior parte dos empreendedores LGBTI+ contribui para o INSS (68,04%) e não possui previdência privada (86,82%).

Apenas 3,34% dos empreendedores LGBTI+ entrevistados estavam aposentados.





ME
TODO
LOGIA

3. Metodologia

A variabilidade de experiências possíveis vivenciadas pela população LGBTI+ e a complexidade do empreendedorismo brasileiro demandaram da pesquisa realizada para a construção deste relatório o estabelecimento de uma abordagem metodológica quantitativa e qualitativa. Elas se sucederam em três estratégias.

A primeira abordagem se deu com um workshop realizado em março de 2022 com a participação de 12 pessoas atuantes em empresas, organizações da sociedade civil e universidades que possuem experiência em empreendedorismo, empregabilidade LGBTI+ e população 50+. Esse apoio qualificado foi essencial para reunir vozes em torno da pesquisa e ajustar o escopo do estudo. A segunda estratégia foi a aplicação de um survey online de caráter anônimo voltado para pessoas LGBTI+ que possuem um negócio, já possuíram ou desejam tê-lo. Ao todo foram obtidas 628 respostas. Por fim, realizamos 3 entrevistas semiestruturadas com pessoas LGBTI+ empreendedoras e uma entrevista coletiva com o mesmo público, mas com idade entre 52 a 62 anos.

A utilização de três abordagens, associando coletas e análises qualitativas e quantitativas, colaborou para equilibrar as limitações inerentes em cada um dos recursos metodológicos empregados.

Em relação à fase quantitativa, a aplicação do survey online ocorreu entre os dias 09 de maio a 10 de junho. Foram obtidas 814 respostas brutas. Com a limpeza do banco de dados, houve a exclusão de 186 respostas, sendo que 66 delas não se enquadravam no público-alvo da pesquisa (como pessoas cis-heterossexuais) e 120 foram questionários não finalizados. A amostra final foi composta por 628 respondentes LGBTI+ que empreendem, empreenderam ou desejam empreender.

O recrutamento dessas pessoas se deu por meio da divulgação online da pesquisa nas redes sociais e bancos de dados internos das instituições envolvidas. Utilizou-se, portanto, a amostra por conveniência, ou seja, amostra não-probabilística de confiança em sujeitos disponíveis (BABBIE, 2003). A técnica consiste em selecionar uma amostra não-probabilística da população que esteja acessível aos propósitos da pesquisa, de forma sistematizada e não-aleatória.

Uma das principais limitações desse tipo de abordagem via internet é a subrepresentação numérica de pessoas trans e intersexo e consequente análises que diluem essas identidades na sigla. Outra limitação é a desproporção entre jovens e adultos com idades mais avançadas, pois os primeiros têm maior presença nas redes sociais. Ainda, um viés observado nessa abordagem é a predominância de respondentes de algumas regiões geográficas em detrimento de outras, pois os respondentes tendem a coincidir com as audiências de quem dispara o questionário nas redes.

Considerando então: i) as desigualdades inerentes às orientações sexuais e identidades de gênero que compõem o acronímico LGBTI+; e ii) o interesse de alcançar número significativo de LGBTI+ com idade igual ou superior a 50 anos, outra abordagem se mostrou necessária para mitigar esses vieses.

Passamos a realizar uma busca específica de pessoas trans e LGBTI+ 50+, com abordagens via ligações telefônicas e mensagens de aplicativo que contaram com a colaboração de organizações e profissionais que atuam com essas populações.

Na etapa qualitativa, realizamos entrevistas semiestruturadas individuais e coletivas. Com essa abordagem, buscamos aprofundar a compreensão sobre fenômenos relacionados ao empreendedorismo LGBTI+ que emergiram após o survey. Ao todo foram realizadas três entrevistas individuais efetuadas no mês de junho via mensagens de aplicativo com pessoas LGBTI+ de idades variadas e que possuem seus próprios negócios. Elas foram selecionadas

aleatoriamente a partir de uma base de dados institucional considerando critérios como diversidade, impacto e tempo do negócio.

Já a entrevista coletiva foi desempenhada online em plataforma de videoconferências com cinco pessoas LGBTI+ empreendedoras com idades entre 52 a 62 anos. O recrutamento se deu a partir de contatos disponibilizados por quem respondeu ao survey e indicou a possibilidade de contactá-las para nova participação. Foram reunidas 5 pessoas LGBTI+ de diferentes trajetórias, regiões do país e tipos de negócio.

Tanto na resposta ao survey quanto nas entrevistas, as abordagens foram feitas mediante concordância das pessoas participantes com um Termo de Consentimento Livre e Esclarecido em conformidade com a ética de pesquisa e com atenção à Lei Geral de Proteção de Dados (Lei nº 13.709/2018). ●



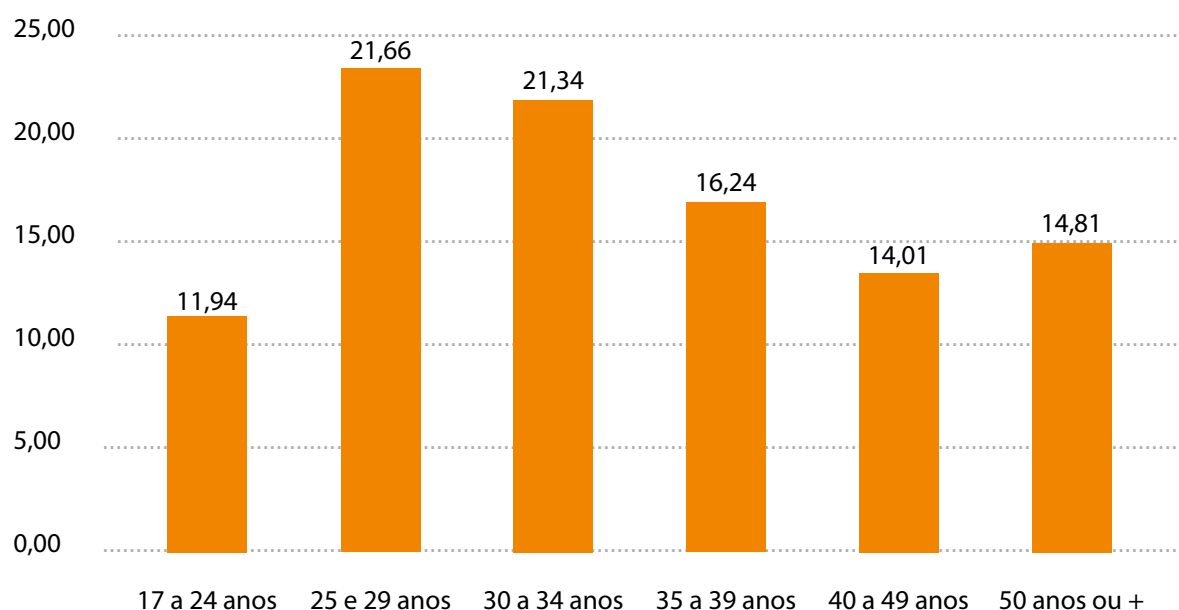
**CARAC
TERÍS
TICAS
DE
AMOS
TRA**

4. Características da amostra

A etapa quantitativa da pesquisa contou com uma amostra de 628 LGBTI+, sendo que, destes, 340 estavam empreendendo no momento da aplicação da pesquisa.

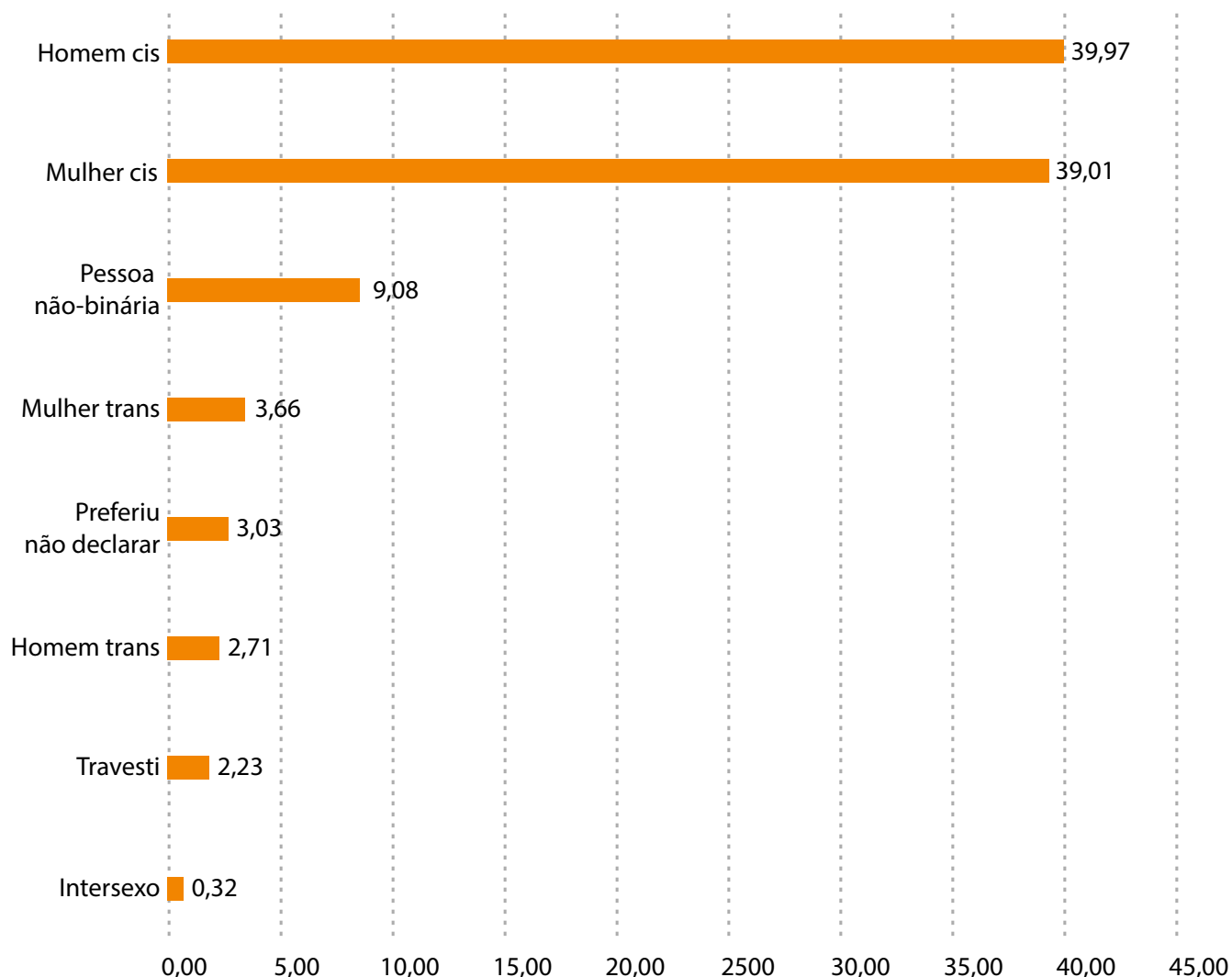
Grupo etário (%)

A maior parte se concentra nas faixas de idade 25 a 29 anos (21,66%) e 30 a 34 anos (21,34%). O grupo de respondentes com 50 anos ou mais representou aproximadamente 15% das respostas, ou seja, 93 pessoas. Vale lembrar que dos 53 milhões de brasileiros que realizaram alguma atividade empreendedora no Brasil em 2019, o GEM 2019 aponta que 6,6 milhões (12,4%) tinham 55 anos ou mais.



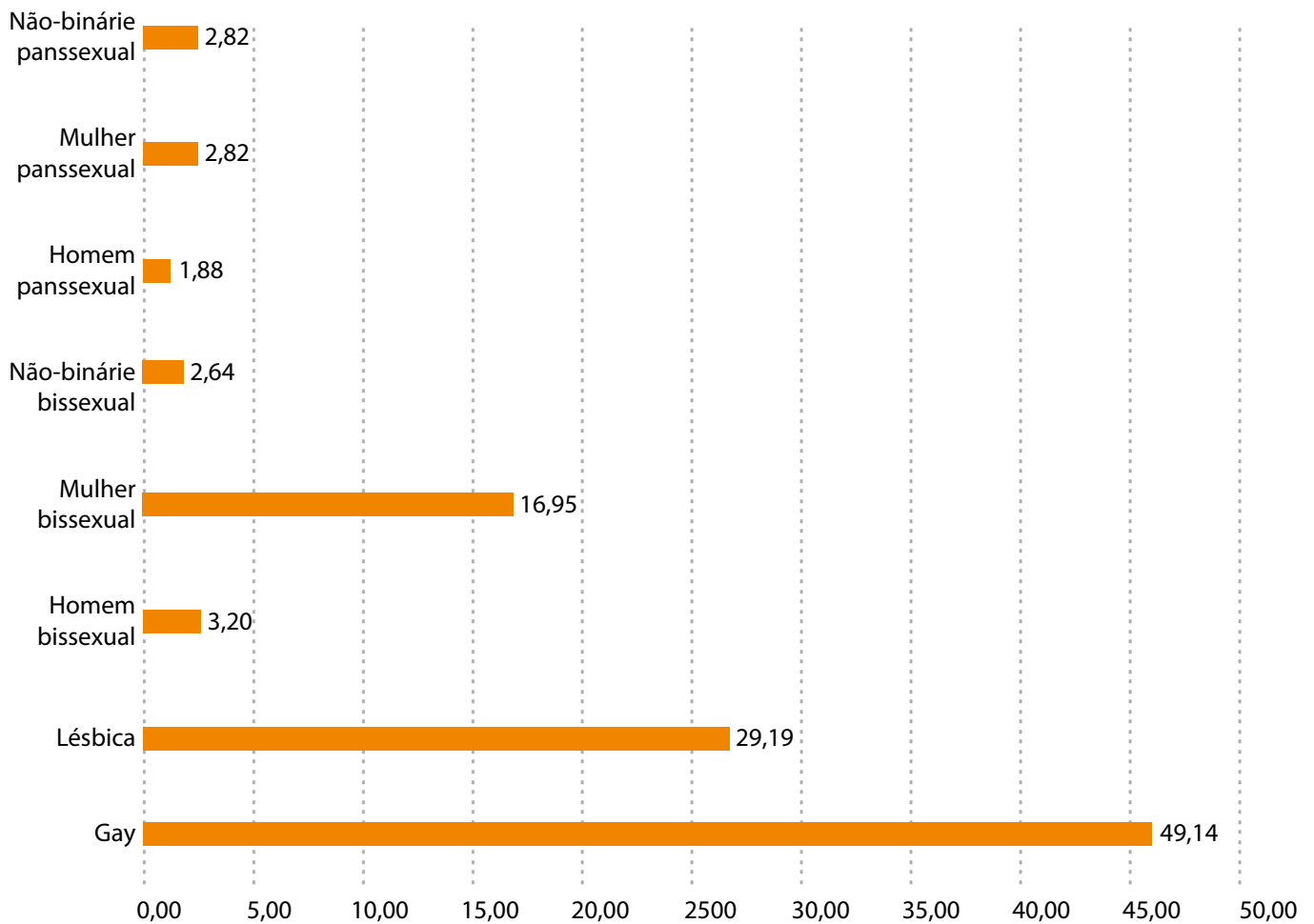
Identidade de Gênero (%)

A maioria das pessoas consultadas são cis (81,7%), brancas (49,3%), moradoras da região Sudeste (56,8%), de capitais (65,6%) e com superior completo ou mais (73,2%). Quando agregamos as identidades femininas (mulher cis, mulher trans e travestis) e as masculinas (homens cis e trans) percebemos uma participação equiparada, 51,27% e 48,73% das pessoas respondentes, respectivamente. Destaca-se, ainda, que 9,08% da amostra foi composta por pessoas não-binárias.



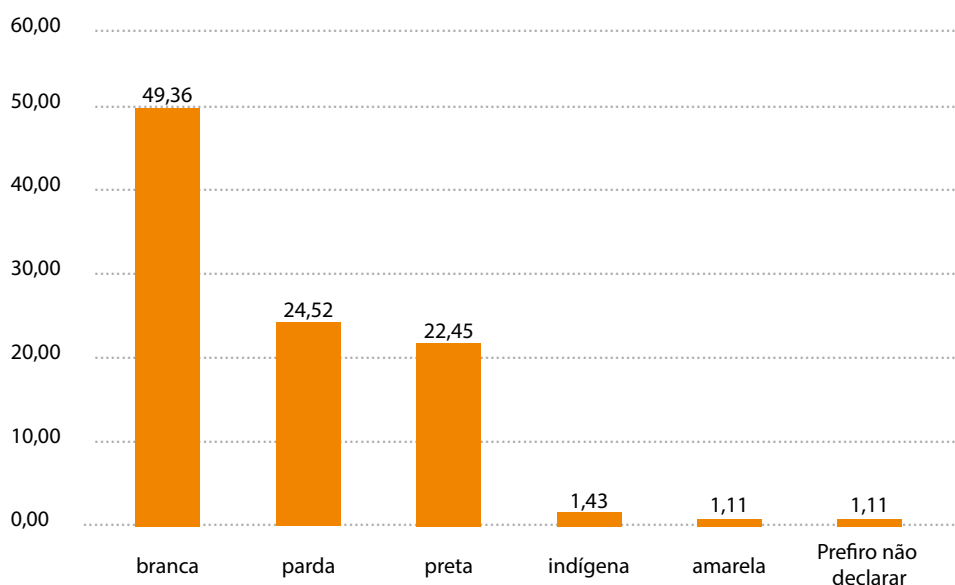
Orientação sexual

A respeito da orientação sexual das pessoas empreendedoras LGBTI+ entrevistadas, a maior parte da amostra foi composta por homens gays (46,14%) e mulheres lésbicas (29,19%). Dentre as pessoas não-binárias, 2,82% são pansexuais e 2,64% bissexuais. Cerca de 16,95% da amostra é formada por mulheres bissexuais e 3,2% de homens bissexuais.



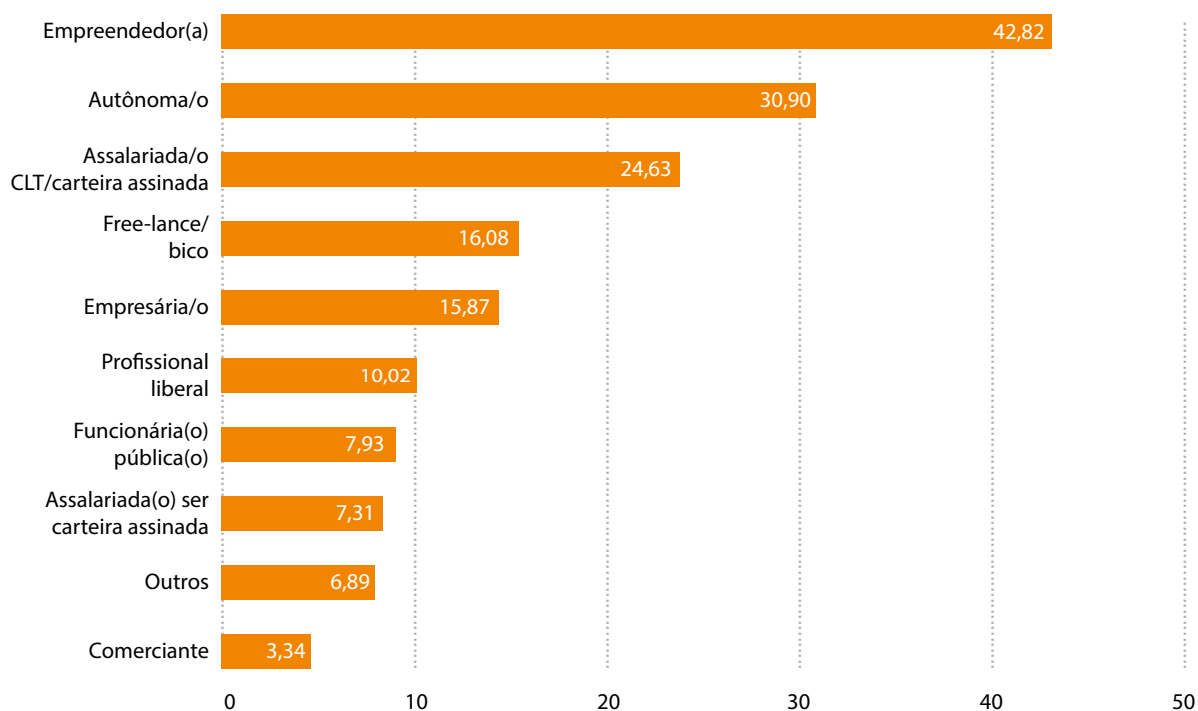
Raça Cor (%)

Em termos de composição étnico-racial, utilizando-se os critérios adotados pelo IBGE, 24,5% dos empreendedores LGBTI+ se declararam pardos, ao passo que 22,4% se identificaram como pretos (totalizando 46,9% de empreendedores LGBTI+ negros, quando admitida a soma entre pretos e pardos).



Ocupação Principal

Ao serem perguntados sobre como identificavam sua ocupação, “empreendedor(a)” (42,38%) e “autônoma(o)” (30,90%) foram as categorias mais citadas.



Ocupação Principal por grupo etário

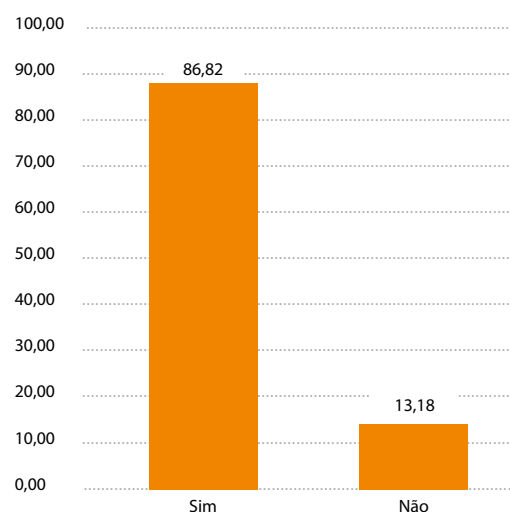
As duas principais ocupações que a população LGBTI+ 50+ se identifica, ou seja, “empresário(a)” e “autônomo(a)” é coincidente com o padrão das respostas gerais, como mostra a figura a seguir:

Ocupação Principal (PEA)						
Ocupação Principal (PEA)	17 a 24 anos	25 a 29 anos	30 a 34 anos	35 a 39 anos	40 a 49 anos	50 anos ou +
Empresário(a)	20,00	22,67	26,13	32,58	21,67	28,85
Empresária/o	6,15	8,14	7,54	11,36	14,17	10,58
Comerciante	1,54	1,16	1,51	0,76	2,50	5,77
Free-lance/bico	12,31	14,53	11,56	3,79	10,83	2,88
Autônoma/o	20,00	19,19	20,10	13,64	16,67	23,08
Profissional liberal	0,00	5,81	5,03	8,33	8,33	6,73
Assalariada/o CLT/carteira assinada	15,38	20,35	15,08	18,18	10,00	6,73
Assalariada/o sem carteira assinada	13,85	3,49	5,03	3,03	3,33	1,92
Funcionária/o pública/o	4,62	3,49	4,02	3,79	5,83	8,65
Outros	6,15	1,16	4,02	4,55	6,67	4,81
Total	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

Contribui para o INSS (%)



Possui previdência privada (%)



A maior parte contribui para o INSS (68,04%) e não possui previdência privada (86,82%). Dentre os entrevistados com 50 anos de idade ou mais, 78,5% contribuem para o INSS, ao passo que 79,7% não possuem previdência privada.

Exercício do trabalho remunerado

A maior parte da população LGBTI+ consultada, 76,27%, exercia trabalho remunerado no momento em que respondeu a pesquisa.

Trabalho Remunerado	Não	23,73%
	Sim	76,27%
	Total	100,00

Trabalho remunerado por grupo etário

Entre as pessoas 50+ esse índice é bem próximo à média, cerca de 77,42%. A faixa etária mais jovem é a que possui o menor quantitativo de pessoas não remuneradas no período de aplicação do estudo, 44%.

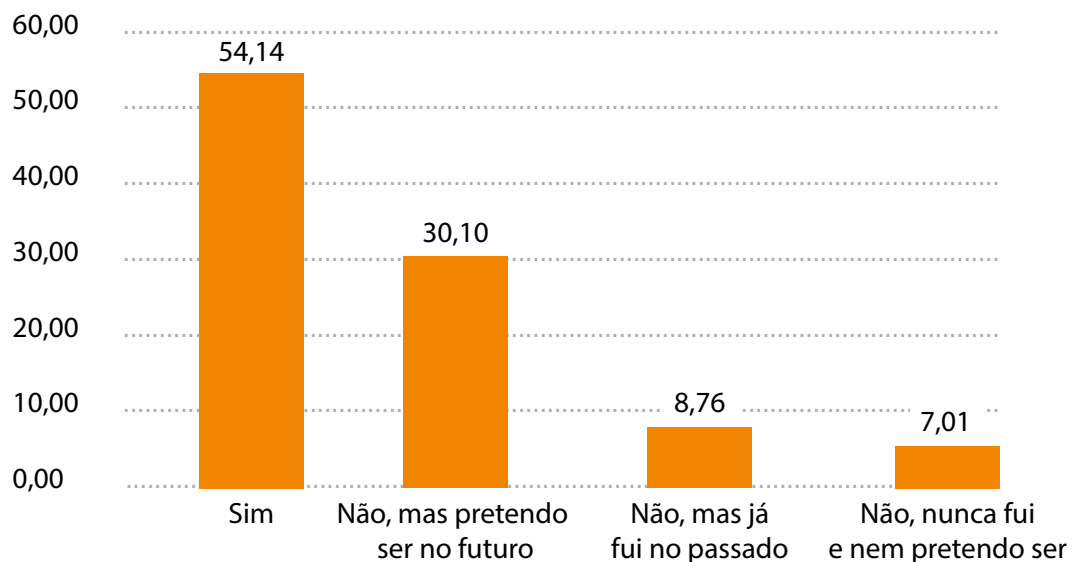
Trabalho Remunerado	Grupo Etário (%)					
	17 a 24 anos	25 a 29 anos	30 a 34 anos	35 a 39 anos	40 a 49 anos	50 anos ou +
Sim	56,00	72,06	82,84	84,31	79,55	77,42
Não	44,00	27,94	17,16	15,69	20,45	22,58
Total	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

LGBTI+ que tiveram, têm ou pretendem ter um negócio (%)

Das pessoas consultadas, 54,14% são donas do próprio negócio, ao passo que 30,10% declararam não possuírem um empreendimento no momento da pesquisa, mas indicaram a pretensão de ter. Cerca de 8,76% não são empreendedoras, mas já foram no passado e 7,01% nunca foram e nem pretendem ser donas de um negócio.

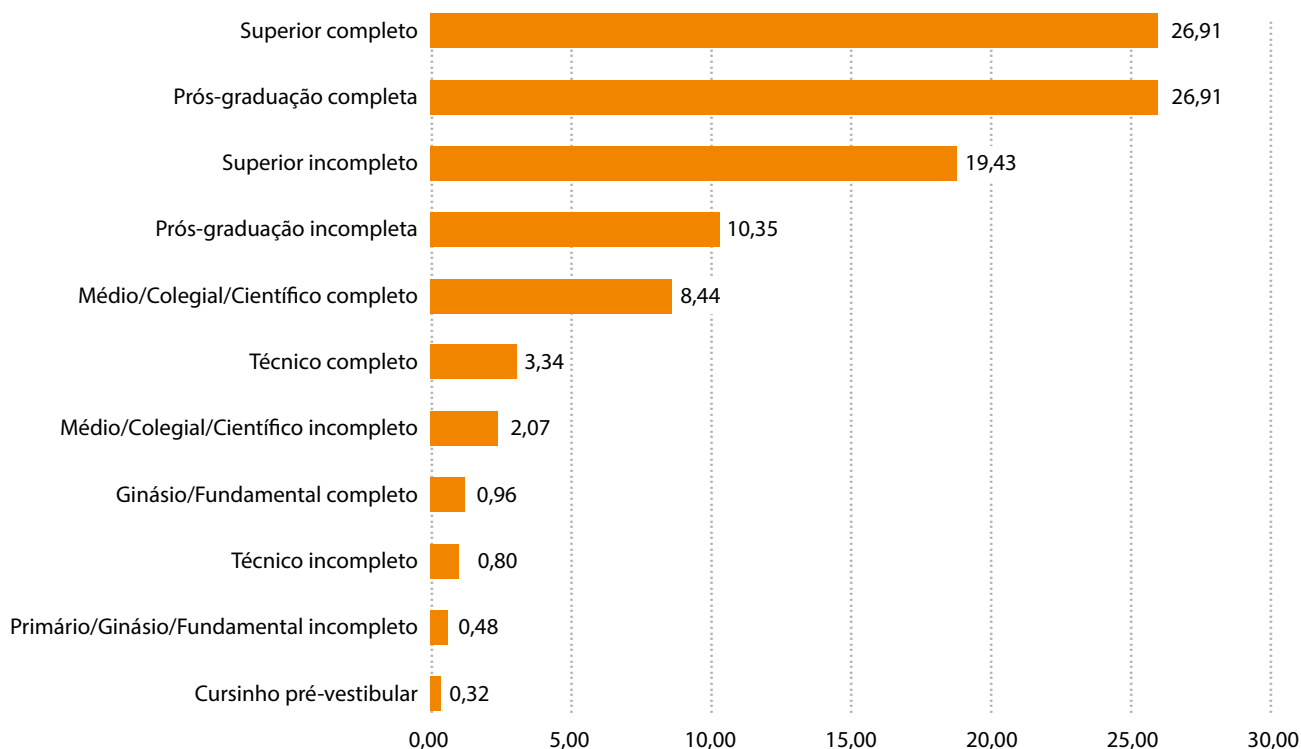
Entre as pessoas participantes da pesquisa com idade igual ou superior a 50 anos, a maioria, 59,1%, é dona ou sócia de um negócio, cerca 16,1% não são, mas indicaram já possuir um empreendimento no passado. Aproximadamente 19,3% apontaram a pretensão de desenvolver um negócio no futuro.

LGBTI+ que tiveram, têm ou pretendem ter um negócio (%)



Escolaridade (%)

Além disso, a maior parte (53,8%) dos entrevistados possui nível superior (26,9%) ou pós-graduação (26,9%) completa.



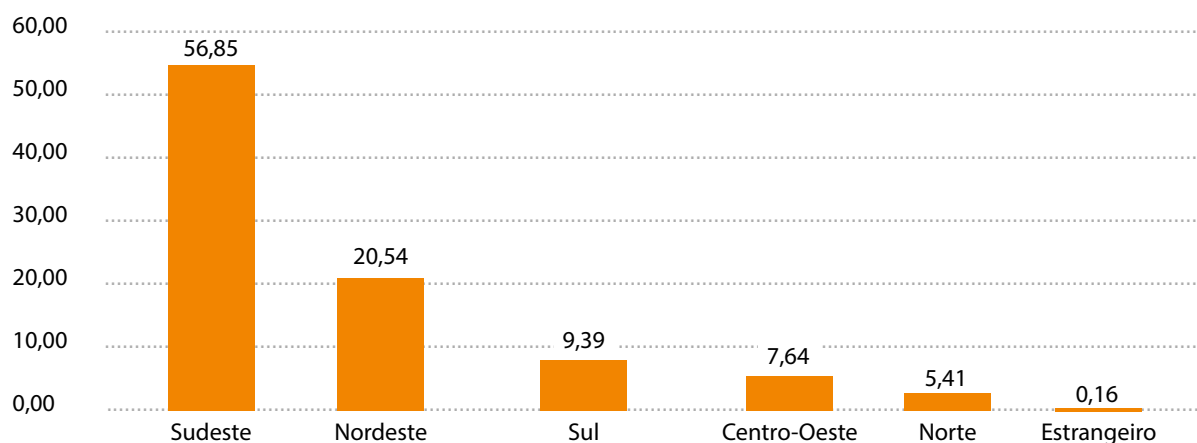
Escolaridade por grupo etário

Há um alto índice de pessoas consultadas com idade entre 50 anos ou mais, 25 a 29 anos, 30 a 34 anos e 35 a 39 anos com ensino superior completo. Cerca de 66,67% das pessoas com 50+ consultadas possuem ensino superior completo, considerando pós graduação concluída ou não.

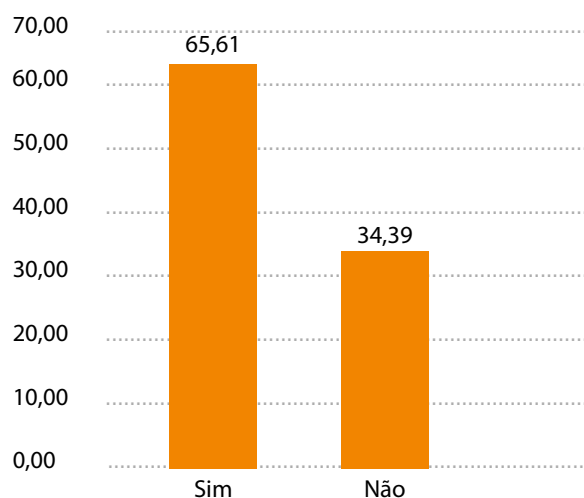
Escolaridade	Grupo Etário (%)					
	17 a 24 anos	25 a 29 anos	30 a 34 anos	35 a 39 anos	40 a 49 anos	50 anos ou +
Primário/Ginásio/Fundamental incompleto	0.00	0.00	0.75	0.00	2.27	0.00
Ginásio/Fundamental completo	1.33	0.00	2.24	0.00	2.27	0.00
Médio/Colegial/Científico incompleto	5.33	0.74	2.24	0.00	3.41	2.15
Médio/Colegial/Científico completo	16.00	6.62	5.97	4.90	5.68	15.05
Cursinho pré-vestibular	1.33	0.00	0.00	0.00	0.00	1.08
Técnico incompleto	1.33	0.74	0.00	0.00	1.14	2.15
Técnico completo	6.67	3.68	1.49	3.92	1.14	4.30
Superior incompleto	48.00	26.47	16.42	10.78	10.23	8.60
Superior completo	14.67	29.41	29.10	29.41	22.73	31.18
Pós-graduação incompleto	5.33	17.65	7.46	8.82	14.77	5.38
Pós-graduação completo	0.00	14.71	34.33	42.16	36.36	30.11
Total	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00

Região (%)

A amostra se concentrou nas regiões Sudeste (56,85%), seguida da região Nordeste (20,54%). Aproximadamente 65,61% dos empreendedores LGBTI+ acessados residem em alguma capital.



Capital e interior (%)

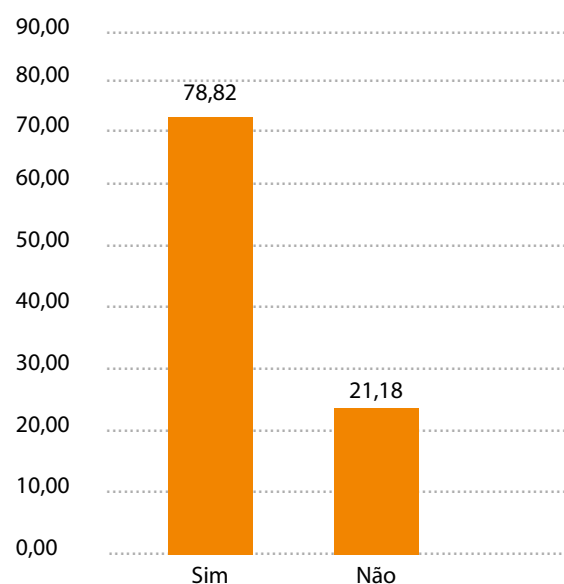


4.2. Caracterização dos negócios administrados por pessoas LGBTI+

Os negócios administrados por empreendedores LGBTI+ são marcados por algumas características: a alta formalização, o uso de economias próprias para abrir o negócio e o alto índice de profissionais LGBTI+ empregados nesses negócios.

Registro do negócio no CNPJ

Em relação à formalização, 78,82% dos empreendedores LGBTI+ possuem CNPJ, sendo essa porcentagem ainda maior entre empreendedores LGBTI+ com 50 anos ou mais (83,64%).



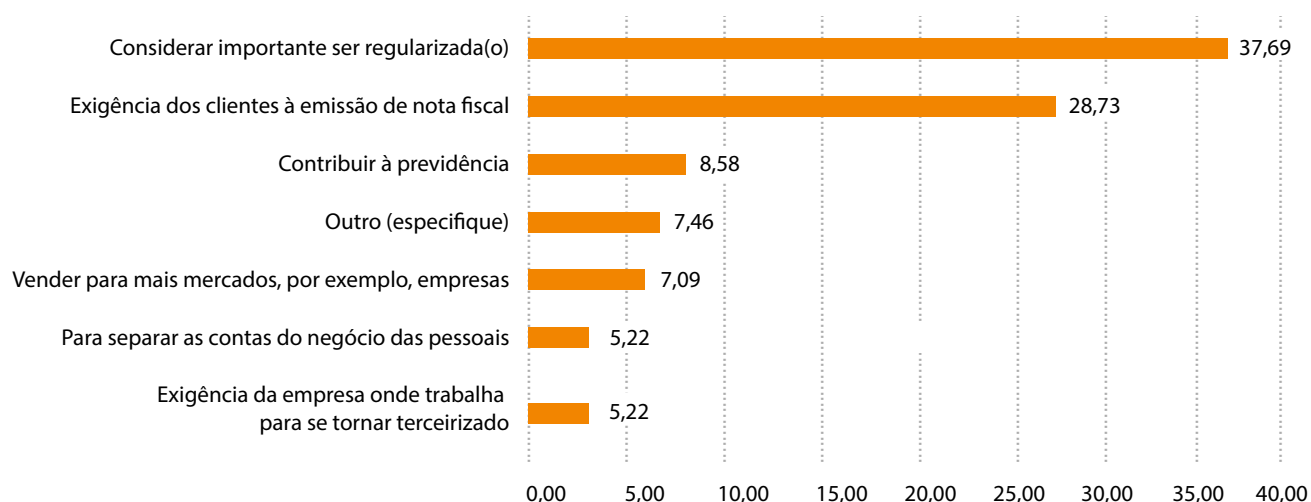
Registro do negócio no CNPJ por grupo etário

O alto índice de registro e negócios no CNPJ da população consultada demonstra que a grande maioria dos empreendedores LGBTI+, sobretudo aqueles com 50 anos ou mais, está com o seu empreendimento formalizado. Esse dado contrasta com a realidade brasileira mais ampla, quando comparamos em relação a todos os empreendedores. Em comparação aos empreendedores brasileiros, em 2019 apenas 26,1% tinham CNPJ (GEM, 2019).

Comércio/ empreendimento registrado no CNPJ	Grupo Etário (%)					
	17 a 24 anos	25 a 29 anos	30 a 34 anos	35 a 39 anos	40 a 49 anos	50 anos ou +
Sim	60.87	62.86	87.67	80.88	88.24	83.64
Não	39.13	37.14	12.33	19.12	11.76	16.36
Total	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00

Principal motivo para a realização de registro no CNPJ

Ao serem questionados sobre as principais razões para a formalização, 37,69% responderam que consideram importante ser regularizado e 28,73% buscou atender uma exigência dos clientes quanto à emissão de nota fiscal. Quando comparados com dados nacionais sobre empreendedores brasileiros, há ligeira diferença acerca das razões para registrar o CNPJ. Conforme aponta o GEM 2019, as principais motivações para formalização foram a consciência sobre a importância de estar regularizado (73,5%) e a possibilidade de contribuir para a previdência (31,4%).



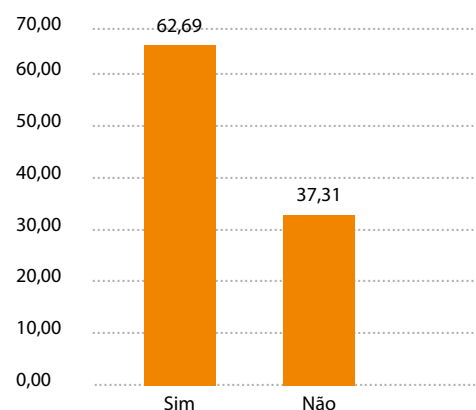
Principal motivo para a não realização do registro no CNPJ

Entre os que não possuem CNPJ, a principal razão foi o alto custo da formalização (29,17%), seguida da dificuldade de pagar os impostos (16,67%). Os dados apresentam ligeiro contraste quando comparados com empreendedores brasileiros em geral. Na pesquisa GEM 2019, os principais motivos apontados por empreendedores brasileiros para não formalizar seu negócio foram “não ver necessidade” (27,4%), mas também há o entendimento de que “formalizar custa caro” (17,2%).



LGBTI+ que são Micro- empreendedores Individuais (MEI)

Entre as LGBTI+ consultadas que possuem negócios formalizados, 62,69% são Microempreendedores Individuais (MEI), entre aqueles com 50 anos ou mais, 52,17% são MEI. A nível nacional, cerca de 70% das empresas no Brasil são MEI. Segundo boletim Mapa de Empresas (2022) divulgado pela Secretaria Especial de Produtividade e Competitividade do Ministério da Economia, existem 13.489.017 MEIs no país, de um total de 19.373.257 empresas ativas.



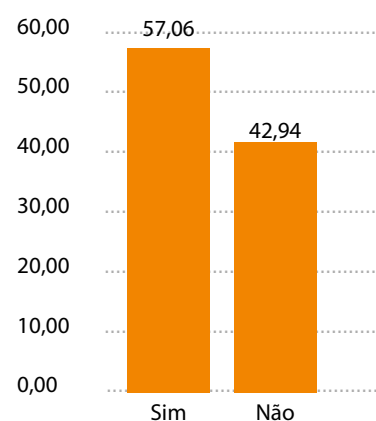
Faturamento do negócio

Mais de 75% possuem faturamento anual² de até R\$360.000 reais, sendo que aproximadamente 13% ainda não faturou nada.

Faturamento do negócio %	Ainda não faturou nada	12.94
	Até R\$ 1.000,00	9.41
	De R\$ 1.000,01 a R\$ 3.000,00	9.12
	De R\$ 3.000,01 a R\$ 6.000,00	6.18
	De R\$ 6.000,01 a R\$ 12.000,00	10.88
	De R\$ 12.000,01 a R\$ 24.000,00	10.00
	De R\$ 24.000,01 a R\$ 36.000,00	7.94
	De R\$ 36.000,01 a R\$ 48.000,00	4.12
	De R\$ 48.000,01 a R\$ 60.000,00	4.12
	De R\$ 60.000,01 a R\$ 81.000,00	4.12
	De R\$ 81.000,01 a R\$ 360.000,00	10.00
	De R\$ 360.000,01 a R\$ 720.000,00	3.82
	De R\$ 720.000,01 a R\$ 1.800.000,00	1.76
	De R\$ 1.800.000,01 a R\$ 3.600.000,00	0.59
	Acima de R\$ 3.600.000,01	0.29
	Prefiro não informar	4.71
Total	100.00	

Remuneração com a atividade de seu negócio

Outro dado de destaque diz respeito à capacidade do empreendimento em já prover algum tipo de renda para os empreendedores: em 57,06% dos casos o empreendimento já possibilita remuneração para o empreendedor.



2. Considera-se como faturamento anual de um negócio o somatório de todos os valores recebidos pela venda de produtos e/ou serviços, sem excluir despesas ou lucros obtidos.

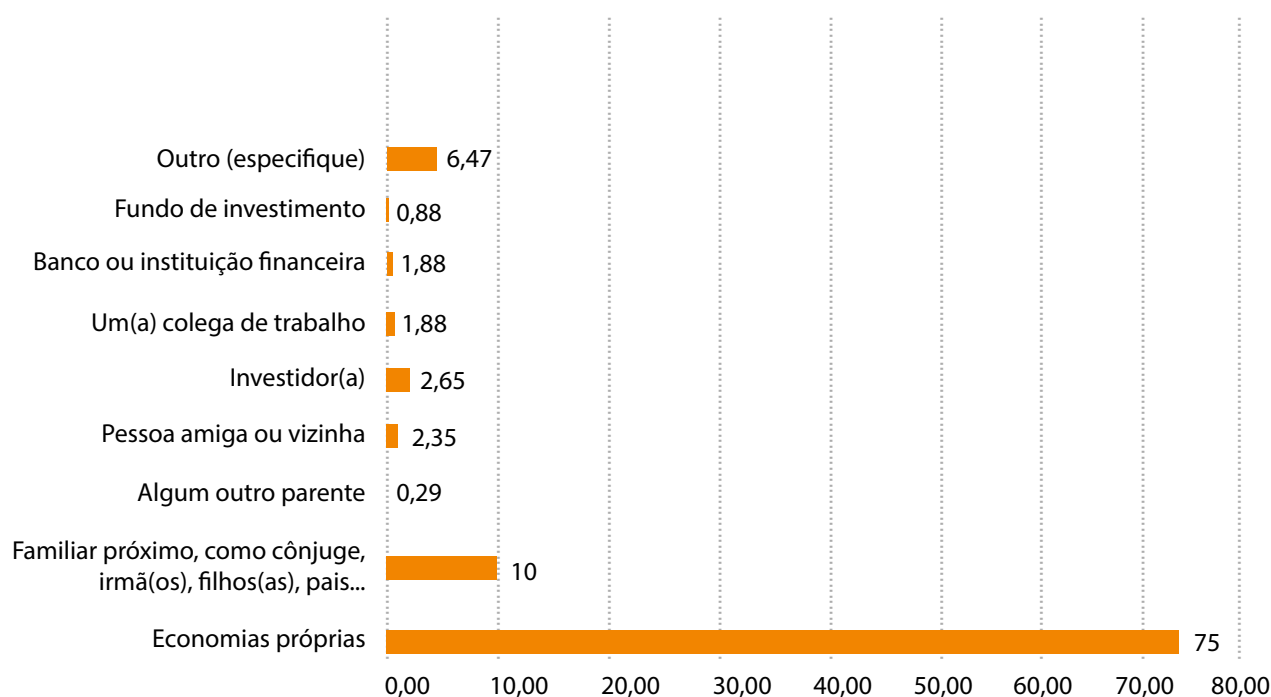
Remuneração com a atividade de seu negócio por faixa etária

Entre as pessoas empreendedoras 50+ o índice de remuneração com a atividade de seu negócio é maior que o quadro geral, cerca de 63,6%. Os índices mais altos de empreendimentos que já remuneraram os donos tendem a se concentrar em negócios com maior tempo de funcionamento, como é o caso, por exemplo, dos empreendimentos geridos por 50+ consultados.

O seu negócio já te possibilita alguma remuneração/salário?	Grupo Etário (%)					
	17 a 24 anos	25 a 29 anos	30 a 34 anos	35 a 39 anos	40 a 49 anos	50 anos ou +
Sim	43.48	52.86	45.21	44.12	31.37	36.36
Não	56.52	47.14	54.79	55.88	68.63	63.64
Total	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00

Principal fonte de financiamento para abrir o negócio

As próprias economias foram a principal fonte de financiamento do empreendimento para a maioria (75%). Isso demonstra uma alta tendência de empreendedores LGBTI+ a terem que depender de suas próprias reservas, quando elas existem, para iniciar um empreendimento.



Quando se observa a principal fonte de financiamento para abrir o negócio considerando as faixas etárias, nota-se que em todas elas contar com as economias próprias é algo predominante.

Principal fonte de financiamento para abrir o negócio	Grupo Etário (%)					
	17 a 24 anos	25 a 29 anos	30 a 34 anos	35 a 39 anos	40 a 49 anos	50 anos ou +
Economias próprias	78.26	75.71	72.60	75.00	74.51	76.36
Familiar próximo, como cônjuge, irmã(os), filhos(as), pai, mãe e netos(as)	13.04	10.00	9.59	13.24	3.92	10.91
Algum outro parente	0.00	0.00	0.00	1.47	0.00	0.00
Pessoa amiga ou vizinha	0.00	1.43	2.74	1.47	0.00	7.27
Investidor(a)	4.35	0.00	1.37	2.94	7.84	1.82
Um(a) colega de trabalho	0.00	2.86	1.37	0.00	1.96	0.00
Banco ou Instituição financeira	0.00	0.00	2.74	0.00	1.96	1.82
Fundo de investimentos	0.00	0.00	1.37	1.47	1.96	0.00
Outro	4.35	10.00	8.22	4.41	7.84	1.82
Total	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00

Tempo de existência do empreendimento

A maior parte dos empreendimentos possui mais de 4 anos (37,65%). O tempo de existência de empreendimentos LGBTI+ chama a atenção quando comparados aos dados nacionais de empreendedorismo. De acordo com a pesquisa Demografia das Empresas e Estatísticas de Empreendedorismo, publicada pelo IBGE com base em dados de 2018, 47,5% das empresas brasileiras sobrevivem após o quinto ano de atividade.

Tempo de existência do negócio %	menos de 1 ano	15.88
	entre 1 e 2 anos	19.12
	entre 2 e 3 anos	16.18
	entre 3 e 4 anos	11.18
	mais de 4 anos	37.65
	Total	100.00

Tempo de existência do empreendimento por faixa etária

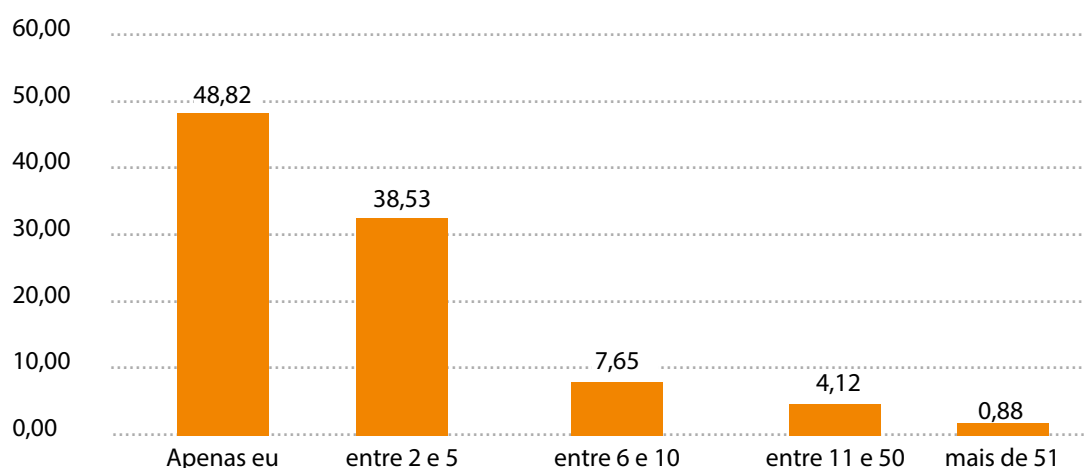
No caso dos empreendimentos de pessoas 50+, o número de empreendimentos que possuem mais de 4 anos (56,36%) é ainda maior que o quadro geral e corresponde a mais da metade dos negócios desenvolvidos por essa faixa etária.

Tempo de existência do empreendimento por faixa etária

Tempo de existência do negócio	Grupo Etário (%)					
	17 a 24 anos	25 a 29 anos	30 a 34 anos	35 a 39 anos	40 a 49 anos	50 anos ou +
menos de 1 ano	34.78	25.71	16.44	16.18	7.84	1.82
entre 1 e 2 anos	30.43	37.14	21.92	7.35	9.80	10.91
entre 2 e 3 anos	26.09	18.57	17.81	11.76	5.88	21.82
entre 3 e 4 anos	8.70	8.57	12.33	13.24	13.73	9.09
mais de 4 anos	0.00	10.00	31.51	51.47	62.75	56.36
Total	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00

Número de pessoas que trabalham nos negócios de empreendedores LGBTI+

A maior parte dos empreendimentos possui até 5 funcionários (87,35%), sendo que em 48,82% dos casos são compostos apenas pelo(a) proprietário(a) e 38,5% tinham de 2 a 5 pessoas atuantes. Destaca-se, neste sentido, o potencial de geração de emprego de micro e pequenas empresas, que são a maioria dos empreendimentos administrados por pessoas LGBTI+. De acordo com pesquisa realizada pelo SEBRAE, com base no Cadastro Geral de Empregados e Desempregados (Caged), apenas no primeiro quadrimestre de 2022 as micro e pequenas empresas existentes no Brasil já haviam criado 585 mil novas vagas de emprego, o que representa 76% de todas as vagas abertas no país no período. Isso demonstra a potencialidade dos pequenos negócios na geração de empregos, fenômeno que também se observa entre empreendimentos LGBTI+.



Número de pessoas que trabalham nos negócios de empreendedores LGBTI+ por faixa etária

Ao observarmos a quantidade de pessoas que trabalham nos negócios de empreendedores LGBTI+ por grupo etário, notamos que cerca de metade das pessoas 50+ consultadas possuem negócios que contam apenas com o trabalho delas mesmas. Já 41,82% dessa mesma faixa etária possuem de 2 a 5 pessoas atuando no negócio. O maior índice de empreendedores que atuam sozinhos em seus negócios está concentrado na faixa mais jovem.

Com você, quantas pessoas trabalham nesse negócio?	Grupo Etário (%)					
	17 a 24 anos	25 a 29 anos	30 a 34 anos	35 a 39 anos	40 a 49 anos	50 anos ou +
apenas eu	60.87	51.43	54.79	47.06	33.33	49.09
entre 2 e 5	34.78	41.43	34.25	35.29	43.14	41.82
entre 6 e 10	4.35	5.71	5.48	7.35	19.61	3.64
entre 11 e 50	0.00	0.00	4.11	8.82	3.92	5.45
mais de 51	0.00	1.43	1.37	1.47	0.00	0.00
Total	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00

Existência de pessoas LGBTI+ trabalhando em empreendimentos liderados por LGBTI+

Entre as pessoas consultadas e que possuem funcionários atuando no negócio, 82,7% trabalham com outras pessoas LGBTI+. Esse dado evidencia um caráter singular no empreendimento de pessoas LGBTI+: a alta concentração de profissionais LGBTI+ trabalhando para empreendedores LGBTI+. Isso pode indicar o comprometimento social com a empregabilidade deste grupo, a partir da decisão de empreender, mesmo que o negócio não seja necessariamente voltado para este público. A pesquisa As empreendedoras e o coronavírus (2020) - Os negócios femininos no Brasil em meio a pandemia realizada pela Rede Mulher Empreendedora e Instituto Locomotiva aponta fenômeno similar no empreendedorismo liderado por mulheres: dentre as entrevistadas, 73% administravam negócios com times majoritariamente femininos.

Algumas dessas pessoas que trabalham com você são LGBTI+? %	Sim	82.76
	Não	13.22
	Não sei	4.02
	Total	100.00

Para um empreendedor entrevistado, trans de 22 anos, ser quem é tem muita influência sobre seu negócio, que, mesmo não formalizado, está no campo da prestação de serviços e de contato direto com pessoas. Ao descrever como é ser um trançista (trabalha em salões de cabeleireiro colocando tranças com a aplicação de diversas técnicas distintas) trans, pontua que é **“difícil às vezes, lidar com pessoas, e ter que responder perguntas... são doze horas fazendo um cabelo, doze horas que a pessoa quer saber da nossa vida... e tem muito preconceito, de quase todo mundo.”**

Setor da atividade dos negócios de empreendedores LGBTI+

Sobre o setor da atividade, a maioria dos negócios de empreendedores LGBTI+ se encontra em serviços orientados para o consumidor (63,19%), seguidos pelos orientados para negócios (30,56%). Os critérios para elencar os setores da atividade foram criados com base nas categorias do Global Entrepreneurship Monitor (GEM, 2022).

Setor da atividade dos negócios de empreendedores LGBTI+ %	Setor extrativo	0,00
	Industriais	6,25
	Serviços orientados para negócios	30,56
	Serviços orientados para o consumidor	63,19
	Total	100.00

Ramo de atividade dos negócios de empreendedores LGBTI+

Quando perguntados sobre os ramos da atividade em que empreendedores LGBTI+ atuam, destacam-se as atividades artísticas, esportivas e de educação (22,06%), seguidas de atividades de comunicação (12,06%) e consultorias (7,94%). Chama a atenção a incidência de empreendimentos de LGBTI+ alocados no ramo da tecnologia (4,71%), o que compreende informática, tecnologias da informação, redes sociais, e internet).



As categorias de setor de atividades foram organizadas a partir das seguintes alternativas de respostas:

- a. Setor extrativo = “Agricultura, pecuária, produção florestal e pesca”
- b. Industriais = “Confecção de peças do vestuário, exceto roupas íntimas”; “Confecção de roupas íntimas”; “Comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios”
- c. Serviços orientados para negócios = “Atividades de locação de mão de obra, segurança, limpeza, paisagismo e teleatendimento”; “Transporte de mercadorias”; “Armazenamento, correios e serviços de entregas”; “Comunicação (jornais, rádio e televisão, cinema, telecomunicações, assessoria de comunicação, assessoria de imprensa, relações públicas e publicidade)”; “Tecnologia (informática, tecnologia da informação, mídias sociais, redes sociais e internet)”; “Consultoria”
- d. Serviços orientados para o consumidor = “Restaurantes e outros estabelecimentos de serviços de alimentação e bebidas”; “Produção de bolos, doces e salgados, serviços de catering, bufê e outros serviços de comida preparada”; “Serviços ambulantes de alimentação”; “Saúde humana e assistência social”; “Atividade artísticas, esportivas e de recreação”; “Cabeleireiros, tratamento de beleza e serviços pessoais”; “Comércio varejista de cosméticos, produtos de perfumaria e de higiene pessoal”; “Serviços domésticos (diaristas, cuidadores de crianças e idosos, jardineiros, camareiros, caseiros, cozinheiros, etc.)”; “Serviços especializados para construção”; “Obras de acabamento”; “Manutenção e reparação de veículos automotores”; “Reparação e manutenção de objetos e equipamentos pessoais e domésticos não especificados anteriormente”; Transporte de passageiros”; “Hospedagem (hotéis, pousadas etc.)”; “Bancos, atividades financeiras e de seguros”; “Atividades imobiliárias”; “Escritórios de advocacia”; “Engenharia / Arquitetura”; “Veterinária”; “Educação”

A classificação dos tipos de empreendedorismo seguiram as elaborações utilizadas pelo GEM - GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR (2022)

4.3. Empreendedorismo LGBTI+ **iniciais e estabelecidos**

Quando caracterizamos o estágio de empreendedorismo com base nas experiências, no tempo e no faturamento dos empreendimentos, levamos em consideração o tipo de empreendedorismo que caracteriza os respondentes, se “potencial”, “inicial (nascente e novos)” ou “estabelecido”, conforme definições das pesquisas GEM/Sebrae.

Tipos de empreendedorismo:

- a. Empreendedorismo potencial = pessoas que responderam “Não, mas pretendo ser no futuro” para a pergunta “Você é Dono/Sócio de uma empresa ...”
- b. Empreendedores nascentes = as pessoas que responderam “Não” para a pergunta “O seu comércio/empresa/negócio/empreendimento já te possibilita alguma remuneração/salário?”
- c. Empreendedores novos = as pessoas que responderam “Sim” para a pergunta “O seu comércio/empresa/negócio/empreendimento já te possibilita alguma remuneração/salário?” e responderam “menos de 1 ano” ou “entre 1 e 2 anos” ou “entre 2 e 3 anos” para a pergunta “O seu comércio ... tem quanto tempo de existência?”
- d. Empreendedores estabelecidos = as pessoas que responderam “Sim” para a pergunta “O seu comércio/empresa/negócio/empreendimento já te possibilita alguma remuneração/salário?” e responderam “entre 3 e 4 anos” ou “mais de 4 anos” para a pergunta “O seu comércio/empresa/negócio/empreendimento tem quanto tempo de existência?”

A classificação dos tipos de empreendedorismo seguiram as elaborações utilizadas pelo GEM - GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR (2022)

Tipos de negócios de empreendedores LGBTI+ com base nos critérios do GEM

Com base nesses critérios, a maior parte dos respondentes foram classificados como empreendedores iniciais (42,9%), Destes, 27,60% são empreendimentos nascentes, ou seja, negócios com até 3 meses. Cerca de 15,31% são empreendimentos novos, com período de operação superior a três meses e inferior a 42 meses (3,5 anos). Os empreendimentos estabelecidos, aqueles com mais de 3,5 anos, chegam a 21,36%. Já os empreendedores potenciais, ou seja, pessoas que não são empreendedoras e desejam empreender nos próximos três anos, totalizam 35,73%.

Tipos de Empreendedorismo (GEM) %	Empreendedorismo potencial	35,73
	Empreendedores nascentes	27,60
	Empreendedores novos	15,31
	Empreendedores estabelecidos	21,36
	Total	100.00

Tipos de negócios de empreendedores com base nos critérios do GEM

Quando comparado o tipo de negócio realizado por empreendedores LGBTI+ com empreendedores em geral, nota-se que o índice de empreendimentos estabelecidos entre LGBTI+ (21,36%) é maior que a taxa nacional (16,2%). Contudo, o empreendedorismo LGBTI+ segue o padrão histórico do empreendedorismo nacional, cuja taxa de empreendimento inicial (somatória de novos e nascentes) é superior a do empreendedorismo estabelecido.

Estágio	Taxas	Estimativas
Empreendedorismo total	38,7	53.437.971
Empreendedorismo inicial	23,3	32.177.117
Novos	15,8	21.880.835
Nascentes	8,1	11.120.000
Empreendedorismo estabelecido	16,2	22.323.036

Fonte: GEM Brasil 2019

1- Percentual da população de 18 a 64 anos. A soma das taxas parciais pode ser diferente da taxa total, pois empreendedores com mais de um empreendimento são contabilizados mais de uma vez. 2- Estimativas calculadas a partir de dados da população brasileira de 18 a 64 anos para o Brasil em 2019: 138,1 milhões. Fonte: IBGE/Diretoria de Pesquisas. Projeção da população do Brasil e Unidades da Federação por sexo e idade para o período 2000-2030 (ano 2019).

Faturamento anual dos negócios de empreendedores LGBTI+ por tipos de empreendedorismo

Além disso, a maioria dos negócios dos empreendedores nascentes observados ainda não faturaram (23,29%). Cerca de 15,07% faturam anualmente até R\$ 1.000,00 reais e outros 15,07% faturam entre R\$ 1.000,01 a R\$3.000,00 reais. Entre os estabelecidos há uma concentração baixa de pouco faturamento anual. Aproximadamente 17,70% desses negócios faturam anualmente de R\$ 81.000,01 a R\$ 360.000,00 reais.

Faturamento Anual	Tipo de Empreendedorismo %		
	Empreendedores nascentes	Empreendedores novos	Empreendedores estabelecidos
Ainda não faturou nada	23,29	8,64	2,65
Até R\$ 1.000,00	15,07	11,11	0,88
De R\$ 1.000,01 a R\$ 3.000,00	15,07	8,64	1,77
De R\$ 3.000,01 a R\$ 6.000,00	8,22	7,41	2,65
De R\$ 6.000,01 a R\$ 12.000,00	11,64	8,64	11,50
De R\$ 12.000,01 a R\$ 24.000,00	10,27	11,11	8,85
De R\$ 24.000,01 a R\$ 36.000,00	4,11	6,17	14,16
De R\$ 36.000,01 a R\$ 48.000,00	0,68	4,94	7,96
De R\$ 48.000,01 a R\$ 60.000,00	2,05	7,41	4,42
De R\$ 60.000,01 a R\$ 81.000,00	0,68	6,17	7,08
De R\$ 81.000,01 a R\$ 360.000,00	4,79	8,64	17,70
De R\$ 360.000,01 a R\$ 720.000,00	0,68	3,70	7,96
De R\$ 720.000,01 a R\$ 1.800.000,00	0,00	2,47	3,54
De R\$ 1.800.000,01 a R\$ 3.600.000,00	0,00	0,00	1,77
Acima de R\$ 3.600.000,01	0,00	0,00	0,88
Prefiro não informar	3,42	4,94	6,19
Total	100,00	100,00	100,00

Em 2019, de acordo com a pesquisa do GEM, 20,5% dos empreendedores brasileiros informaram que ainda não tiveram qualquer faturamento com seus negócios. A maior parte, 51,6%, obtiveram por ano R\$ 24.000,00, ou seja, no máximo R\$ 2.000,00 mensais. Somente 6% dos empreendimentos faturaram acima de R\$ 60.000,00 por ano.

1. Definições de empreendedorismo e intersecções entre classe e raça/cor

A diversidade de atividades exercidas por empreendedores LGBTI+ implica uma definição de empreendedorismo mais abrangente do que as definições mais utilizadas em análises sobre o tema. **Compreendemos o empreendedorismo como um conjunto de habilidades, experiências e interesses e motivações que devem ter a pessoa empreendedora para a solução de problemas, a gestão do negócio, inovação das atividades e a geração de oportunidades.**

Além disso, também levamos em consideração a definição de empreendedorismo que foram apontadas pelas pessoas entrevistadas pela pesquisa. Empreendedorismo, por apresentar entre os respondentes muitas variáveis de motivação, pode ser entendido como **“oportunidade de fazer diferença no mundo”, “necessidade de sobrevivência”, “desistência do mundo da CLT”, “chance de trabalhar com o que gosta”**. Também, por ser descrito como **algo que permite aproveitar e aprimorar habilidades pré-existentes, é considerado a oportunidade de “fazer melhor o que já fazia”**.

Além disso, o empreendedorismo pode tratar tanto de negócios mais estruturados como também de atividades ocasionais ou pontuais. **É importante levarmos em consideração o modo como a discriminação contra pessoas LGBTI+ gera impactos econômicos negativos aos sujeitos que são alvo do preconceito, de modo que essa população encontra maiores desafios para encontrar colocação no mercado de trabalho.**

Dessa forma, muitas pessoas LGBTI+ acabam por desenvolver atividades autônomas na forma de “bico”, “trabalhos temporários” e “trabalhos por conta própria”, categorias enunciadas por empreendedores LGBTI+ no momento de identificar o tipo de empreendedorismo que realizam. **Entendemos, portanto, que o empreendedorismo tratado nesta pesquisa diz respeito não apenas aos formatos mais estruturados, que identificamos como “empreendedorismo de oportunidade”**. No “empreendedorismo de oportunidade”, o ato de empreender partiu de uma escolha do indivíduo ao identificar uma oportunidade. Nessas situações, em geral, o indivíduo poderia escolher em se manter ou se colocar no mercado de trabalho.

Em razão das vulnerabilidades sofridas pela população LGBTI+, com foco nas pessoas com 50 anos ou mais, reconhecemos também a existência de um “empreendedorismo de necessidade”, ou seja, de situações em que a pessoa é levada a empreender como única opção ou como caminho mais rápido para garantir sua subsistência.

Dada a incidência de diferentes formas de empreendedorismo, torna-se necessário compreender as diferenças e intersecções entre as diversas experiências de negócios LGBTI+ com base em características como raça/cor e renda.

Principais dificuldades para manutenção do negócio - Raça/Cor³

Entre pessoas negras (pretas e pardas), a resposta à questão sobre as dificuldades de manutenção de seu negócio apontou que a principal dificuldade encontrada é a falta de investimento/financiamento, com 57,80%, seguida da dificuldade de criar uma rede de contatos, citada por 47,35% dos participantes. Entre pessoas brancas, a falta de investimento/financiamento também concentrou a maioria das respostas, 46,50%, com percentual bem menor do que o de pessoas negras. A falta de apoio da família e amigos como dificultador para manutenção do negócio também obteve mais respostas de pessoas negras se comparada às brancas.

Principais dificuldades na manutenção do negócio	Raça/Cor %					
	Amarela	Branca	Indígena	Preta	Parda	Prefiro não declarar
Criar uma rede de contatos	0	35,00	57,14	44,71	50,00	16,67
Falta de apoio da família e amigos	0	9,00	42,86	15,29	13,04	0,00
Falta de investimento/financiamento	40	46,50	100,00	62,35	53,26	83,33
Estabelecer e manter uma rotina administrativa	40	32,50	71,43	35,29	32,61	33,33
Administração orçamentária do negócio	20	28,50	57,14	28,24	40,22	16,67
Delegar tarefas gerais	40	12,00	28,57	15,29	13,04	0,00
Relacionamento com fornecedores	40	6,50	0,00	7,06	9,78	0,00
Relacionamento com clientes	40	18,50	0,00	11,76	18,48	16,67
Conciliar responsabilidades profissionais, pessoais, familiares e sociais	20	34,00	42,86	36,47	36,96	16,67

3. Por ser uma questão que permitia mais de uma resposta, ou seja, os respondentes podiam apontar uma ou mais dificuldades para manutenção do negócio, a totalização dos dados é superior a 100%.

Uma empreendedora trans enfatizou como o empreendedorismo para pessoas LGBTI+ pode mudar de acordo não só com identidade de gênero e orientação sexual, mas com outras questões relativas à classe de origem, região do país, área em que atua. Para ela, ser “mulher, trans, preta, periférica, nordestina” é algo que não deixou de pesar quando saiu de seu estado para o Sudeste, nem quando transicionou – em suas memórias, momentos de discriminação vivenciados na escola quando criança se parecem muito com outros posteriores, já em idade adulta e como mulher trans. Ela fez referência sobre ter formações superiores que não a impediram de estar fora do mercado de trabalho formal, a levando a procurar por autonomia “como sobrevivência” e outras possibilidades de se desenvolver naquilo que faz.

Existência de registro de CNPJ por raça/cor do empreendedor

Em relação à formalização, é possível identificar uma sutil diferença quando se observa a raça/cor das pessoas empreendedoras: em média 73,6% dos empreendedores LGBTI+ pretos e pardos tinham CNPJ, frente 78,8% do total da amostra que estava formalizada. Pessoas brancas, por exemplo, possuem maior percentual de negócios registrados, 82,93%, se comparadas às pessoas negras e indígenas.

O negócio é registrado no CNPJ?	Raça/Cor %				
	Amarela	Branca	Indígena	Preta	Parda
Não	0	17,07	71,43	25,64	23,17
Sim	100	82,93	28,57	74,36	76,83
Total	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

A woman with shoulder-length brown hair, wearing a vibrant red long-sleeved dress, is seated at a table in a restaurant. She has her arms crossed and is looking directly at the camera with a slight smile. The background is softly blurred, showing other diners and the warm, ambient lighting of the dining room. A vertical yellow light flare is visible on the right edge of the image.

SEÇÕES

5.1. Ser LGBTI+ e empreender: dimensões e contextos

Na fase qualitativa da pesquisa, realizada por uma série de entrevistas individuais e por uma entrevista coletiva, o fato de ser LGBTI+ aparecia não apenas nas atividades exercidas pelas pessoas empreendedoras. Havia também uma compreensão de que ser LGBTI+ é parte dos sujeitos, e, portanto, define suas vidas em todos os aspectos.

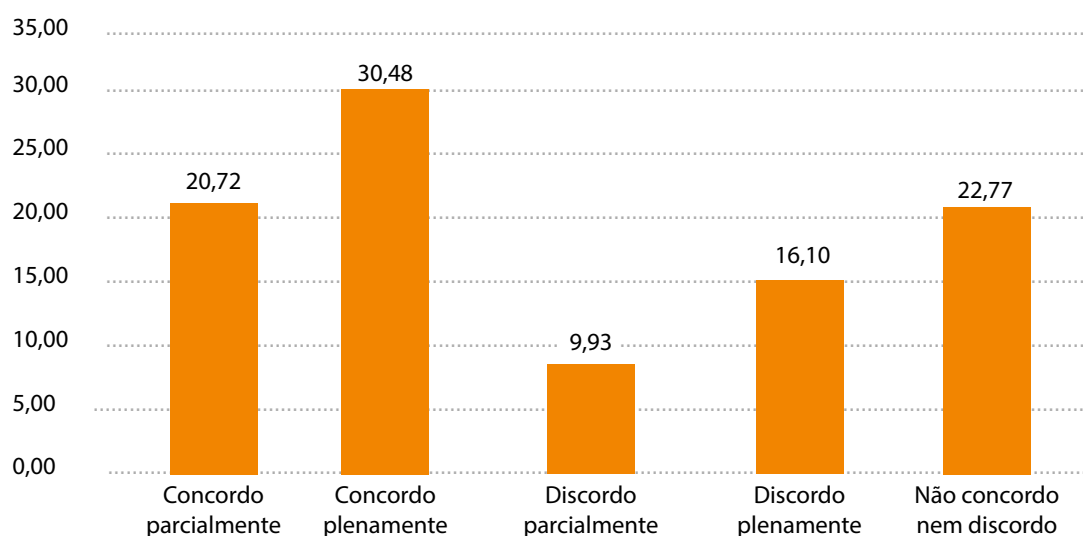
Tomando as diferenças geracionais e ser LGBTI+ como um dos pontos de partida, participantes da entrevista coletiva já em sua apresentação sinalizaram a forma como entendem a questão, e algumas dificuldades:

“Eu nem sei direito como é... todas as letras. LGBT, né? No meu tempo não tinha tudo isso, ainda preciso aprender, se eu falar alguma coisa errada já peço desculpas”, foi o que afirmou uma empreendedora. Em sua fala, indicava que ser uma mulher lésbica com mais de 60 anos é certamente diferente de ser uma jovem. Isso acaba impactando sua relação com o negócio do qual é proprietária, exigindo também o esforço de se adequar – a uma nova sigla, mas a tudo que ela significa, como a emergência de novas identidades de gênero e expressões individuais da sexualidade.

Tal compreensão se alinha, em grande medida, com os dados obtidos via questionário. Do total de participantes da fase quantitativa, 30,5% concordam plenamente que ser LGBTI+ é um aspecto central para a concepção/proposta do negócio, como visto abaixo

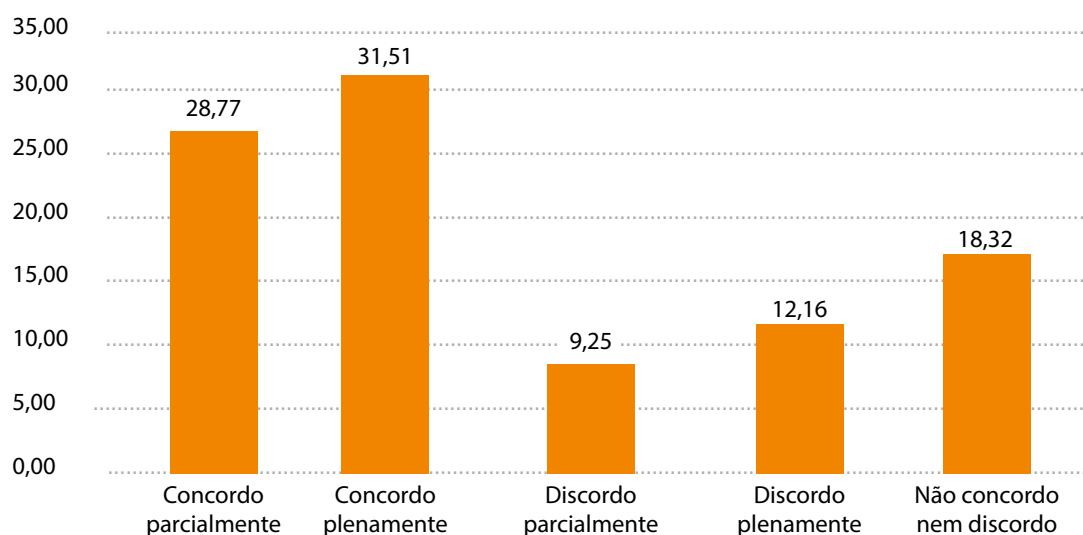
Ser LGBTI+ é um aspecto central para o meu negócio

O índice de respondentes que não concordam nem discordam (22,77%) sugere que nem sempre ser LGBTI+ é determinante para o negócio, mas pode apontar para o fato de que muitas vezes não há espaço para refletir diretamente sobre identidade de gênero ou orientação sexual, sendo mais importante focar em questões administrativas e na manutenção do negócio.



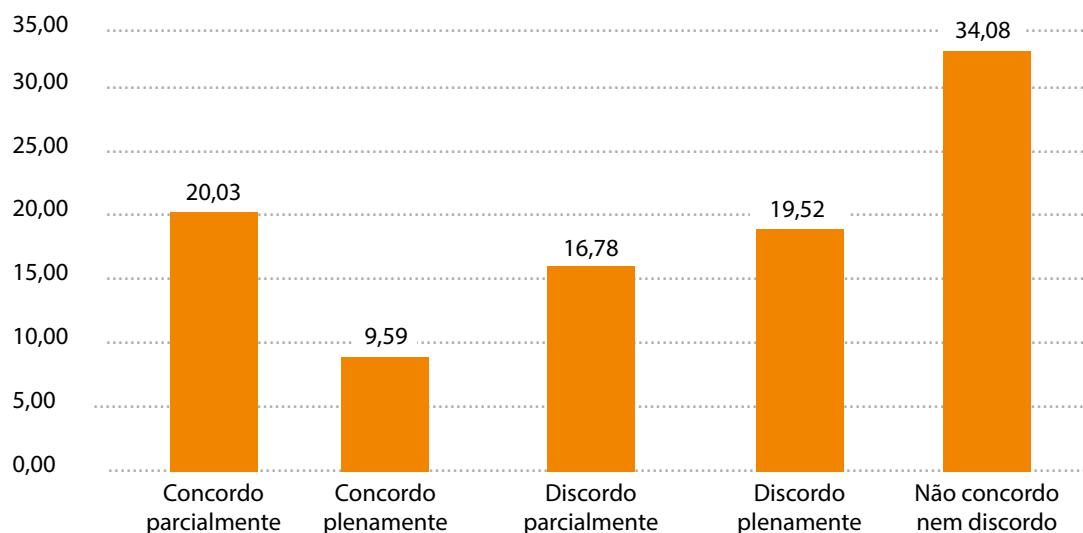
Ser LGBTI+ aumenta os desafios para a abertura e gestão do negócio

Para cerca de 60% dos respondentes, quando considerados aqueles que concordaram total e parcialmente, ser LGBTI+ aumentou os desafios na abertura e gestão do comércio/empresa/negócio/empreendimento.



Ser LGBTI+ facilita o relacionamento com parceiros, fornecedores e clientes

Além disso, a maioria das pessoas consultadas não concordam e nem discordam que ser LGBTI+ facilita o relacionamento com parceiros, fornecedores e clientes. Cerca de 36,3% discordam dessa afirmação.



O foco específico nas questões de gênero, identidade de gênero e orientação sexual trouxe dados que ajudam a pensar e direcionar esforços no que diz respeito às diferenças entre mulheres e homens, LGBTI+, com identidade cis e trans, e as dificuldades encontradas para manter seu negócio.

Principais dificuldades para manter o negócio por orientação sexual e identidade de gênero⁴

Para 41% das pessoas trans, a principal dificuldade é a falta de rede de contatos, enquanto que na categoria de orientação sexual, destaca-se que a principal dificuldade, entre gays e lésbicas, é a falta de investimento, com 53,66% e 54,90%, é a falta de investimento. Essa categoria predomina como maior percentual em quase todas as orientações sexuais, exceto para não-binária pansexual, não-binária bissexual e mulher bissexual.

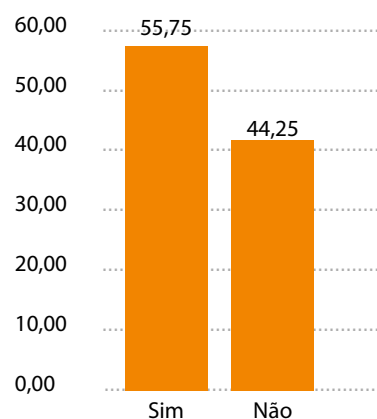
4. Por ser uma questão que permitia mais de uma resposta, ou seja, os respondentes podiam apontar uma ou mais dificuldades para manutenção do negócio, a totalização dos dados é superior a 100%.

Principais dificuldades na manutenção do negócio	Orientação Sexual %							
	Gay	Lésbica	Homem bissexual	Mulher bissexual	Não-binária bissexual	Homem Pansexual	Mulher Pansexual	Não-binária Pansexual
Criar uma rede de contatos	37,80	38,24	30,77	46,55	66,67	14,29	66,67	50,00
Falta de apoio da família e amigos	11,59	9,80	7,69	15,52	22,22	14,29	22,22	0,00
Falta de investimento /financiamento	53,66	54,90	53,85	43,10	55,56	71,43	66,67	0,00
Estabelecer e manter uma rotina administrativa	29,27	34,31	38,46	48,28	33,33	28,57	55,56	16,67
Administração orçamentária do negócio	27,44	33,33	53,85	44,83	22,22	42,86	22,22	0,00
Delegar tarefas gerais	11,59	17,65	15,38	13,79	22,22	14,29	11,11	0,00
Relacionamento com fornecedores	8,54	6,86	0,00	10,34	11,11	0,00	11,11	16,67
Relacionamento com clientes	17,68	12,75	7,69	25,86	11,11	28,57	11,11	16,67
Conciliar responsabilidades profissionais, pessoais, familiares e sociais	31,71	32,35	15,38	55,17	55,56	28,57	33,33	33,33

“Eu quero dedicar meu conhecimento, a estrutura do negócio, para fortalecer outras mulheres, lésbicas, trans.”- Mulher lésbica, branca, 40 anos, marceneira e professora de marcenaria para mulheres.

Negócios LGBTI+ com sócios (%)

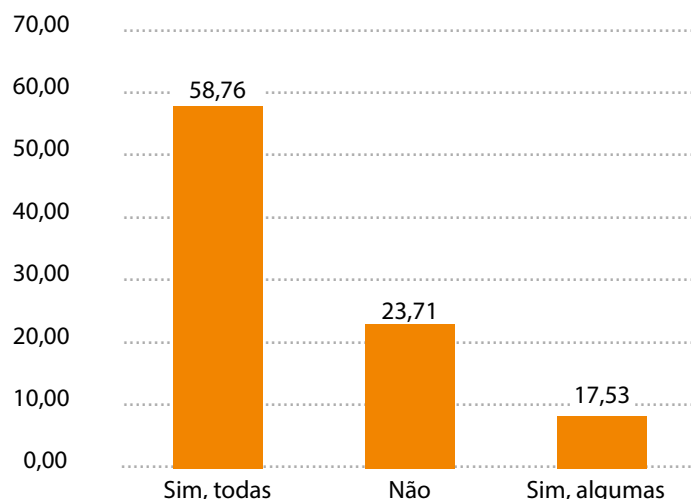
Outro dado que chama a atenção é a quantidade de empreendedores LGBTI+ que mantêm uma sociedade: mais da metade das pessoas empreendedoras LGBTI+ (55,75%) consultadas atuam com sócios.



Sócios/as de empreendedores LGBTI+ que também são LGBTI+

Dessas, 58,76% afirmaram que todas as pessoas sócias com que atuam também são LGBTI+. Esta tendência de atuação em rede com pessoas que compartilham algumas características também ocorre quando se observa negócios realizados por mulheres. Segundo pesquisa realizada pela Rede Mulher Empreendedora (2021), 7 em cada 10 empreendedoras mulheres possuem sócias mulheres.

Sócios/as de empreendedores LGBTI+ que também são LGBTI+



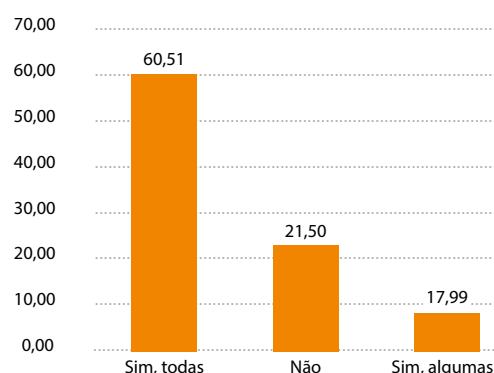
Sócios/as de empreendedores LGBTI+ que também são LGBTI+ por faixa etária

A atuação em sociedade com outros LGBTI+ nos negócios das pessoas respondentes ocorre em todas as faixas etárias observadas. É possível deduzir que há uma predileção de empreendedores LGBTI+ por atuar com sócios LGBTI+, independente da idade.

As pessoas que são suas sócias são LGBTI+?	Grupo Etário (%)					
	17 a 24 anos	25 a 29 anos	30 a 34 anos	35 a 39 anos	40 a 49 anos	50 anos ou +
Não	16.67	28.00	27.78	30.00	17.65	9.09
Sim, às vezes	16.67	8.00	16.67	15.00	29.41	27.27
Sim, sempre	66.67	64.00	55.56	55.00	52.94	63.64
Total	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00

Empreendedores LGBTI+ que ajudam nos gastos com a família

Além disso, mais da metade das pessoas empreendedoras LGBTI+ (60,51%) sempre ajuda nos gastos da família, ao passo que a maior parte (44,4%) dos respondentes não recebe ajuda da família nos gastos.

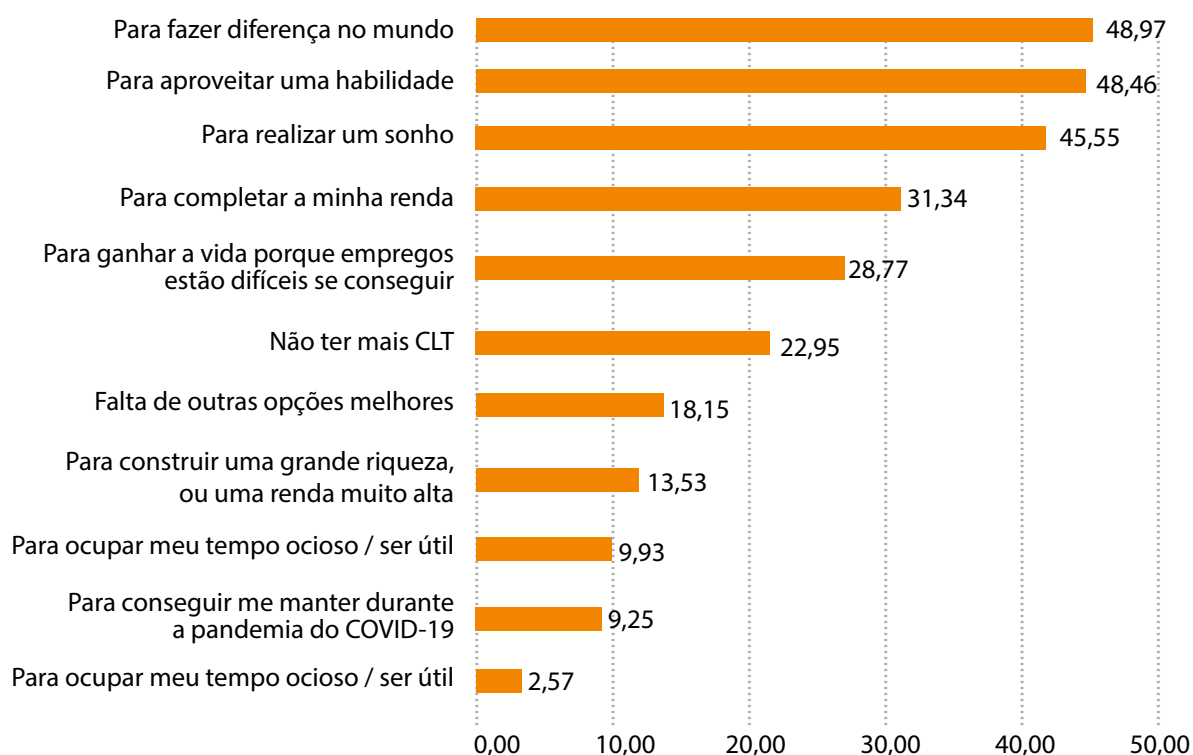


5.2. Barreiras e desafios enfrentados por empreendedores LGBTI+

Fazer diferença no mundo e aproveitar uma habilidade foram os principais motivadores para a abertura dos negócios de empreendedores LGBTI+, de acordo com 48,97% e 48,46% das pessoas consultadas, respectivamente. A vontade de realizar um sonho foi apontada por 45,5% das pessoas entrevistadas.

As respostas dadas no questionário reforçam algumas das falas que foram coletadas durante as entrevistas sobre a importância do negócio como uma possibilidade de realização pessoal ou profissional. Vale lembrar que, entre empreendedores brasileiros, de acordo com a pesquisa GEM 2019, a principal motivação para empreender se deve ao fato dos empregos serem escassos. Isso fortalece a compreensão sobre o peso da existência de um empreendedorismo de necessidade entre as atividades empreendedoras exercidas no Brasil.

Motivações para ter criado o negócio



Outro dado interessante de ser destacado tem a ver com o índice de pessoas com 50 anos ou mais que apontaram a necessidade de ganhar a vida como motivador para criar o seu negócio. Para esse público, aproximadamente 13,95% teve como motivação para abrir o negócio a necessidade de “ganhar a vida pela dificuldade de conseguir emprego”, maior índice entre todas as faixas etárias.

Motivações para ter criado o negócio por faixas de idade⁵

Motivações para ter criado/ pensar em criar negócio	Grupo Etário (%)					
	17 a 24 anos	25 a 29 anos	30 a 34 anos	35 a 39 anos	40 a 49 anos	50 anos ou +
Falta de outras opções melhores	7.14	5.40	7.80	4.69	5.03	9.30
Para realizar um sonho	14.76	15.49	17.63	17.97	16.76	14.88
Para aproveitar uma habilidade	15.71	16.90	15.90	20.31	18.99	17.21
Para complementar a minha renda	11.43	9.86	13.58	9.38	11.17	12.09
Para conseguir me manter durante a COVID-19	5.24	4.46	3.47	1.17	1.68	2.79
Para ocupar meu tempo ocioso / para me sentir útil	5.71	3.76	2.31	1.56	2.23	6.51
Ganhar a vida pela dificuldade de conseguir emprego	10.95	10.09	9.25	8.98	9.50	13.95
Para fazer diferença no mundo	16.19	18.08	15.90	20.70	21.23	13.49
Para construir uma grande riqueza/renda muito alta	5.24	6.81	4.91	4.69	3.91	1.40
Para continuar uma tradição familiar	1.43	0.70	0.87	1.17	0.56	0.93
Não ser mais CLT	6.19	8.45	8.38	9.38	8.94	7.44
Total	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00

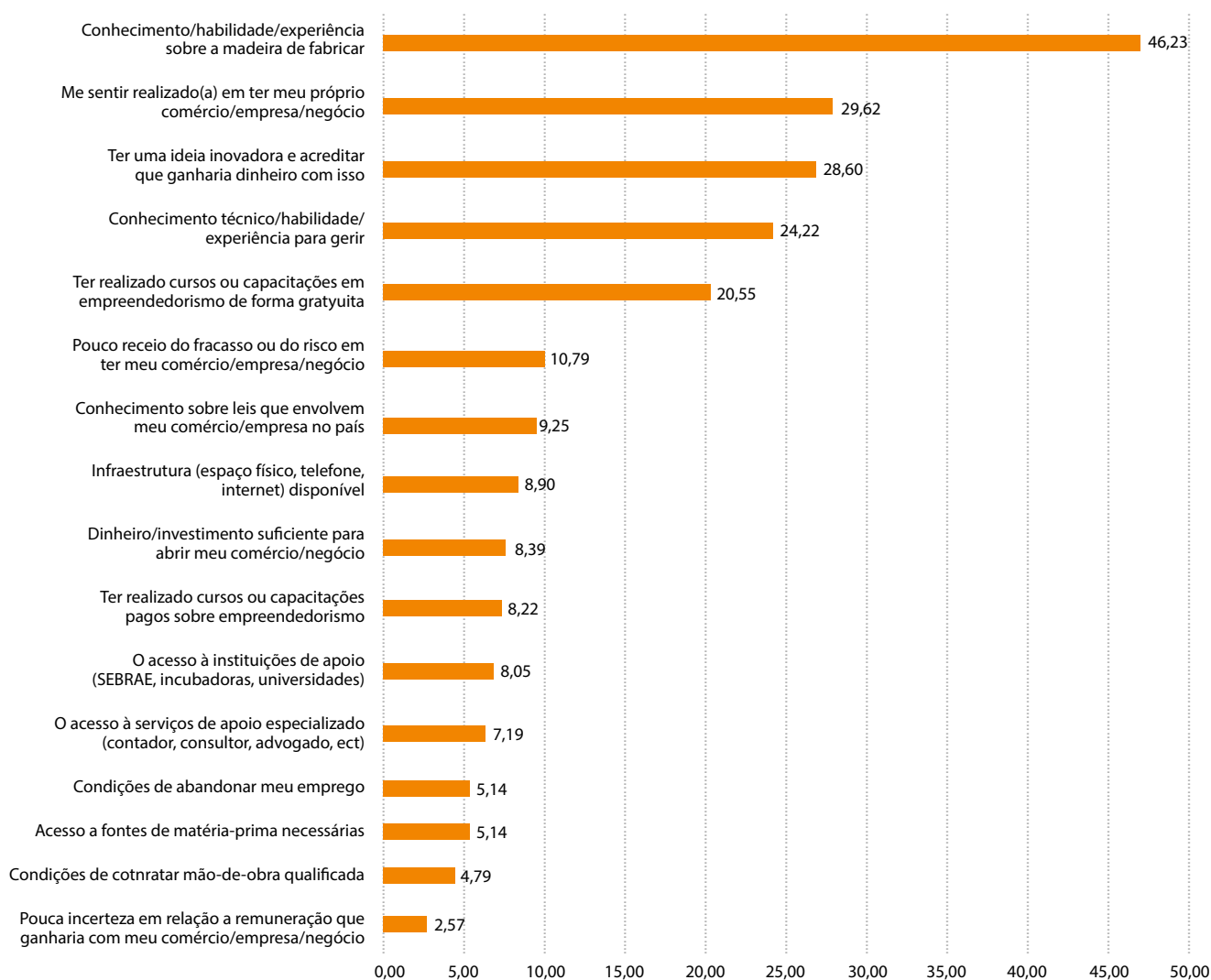
Uma empreendedora afirmou, de modo muito contundente, o quanto ser uma mulher lésbica, aos 53 anos, é determinante para seu negócio, a empresa e o ramo em que atua, ao lado da esposa. Para ela, “ser lésbica é tudo, eu sou lésbica como professora, sou lésbica quando chego nos lugares, sou lésbica na editora, quando saio pra rua...”. Ela enfatizou na entrevista coletiva que a decisão por empreender no ramo editorial é uma missão pela representatividade, em um mercado restrito e com poucas editoras especializadas, e que pensa que um livro com personagens LGBTI+ pode, por exemplo, “chegar às mãos de um adolescente no interior do Brasil, e ele descobrir que não está sozinho, que não é o único”. Também, ela ressaltou que os principais recursos para o negócio vêm de si mesma, já que é servidora pública e investe para manter a editora em pé.

5. Por ser uma questão que permitia mais de uma resposta, ou seja, os respondentes podiam apontar uma ou mais motivações para a criação do negócio, a totalização dos dados é superior a 100%.

“Eu sou a oitava marceneira da família” -Mulher lésbica, branca, 40 anos, empreendedora da área de serviços

Fatores que mais ajudaram na criação do negócio

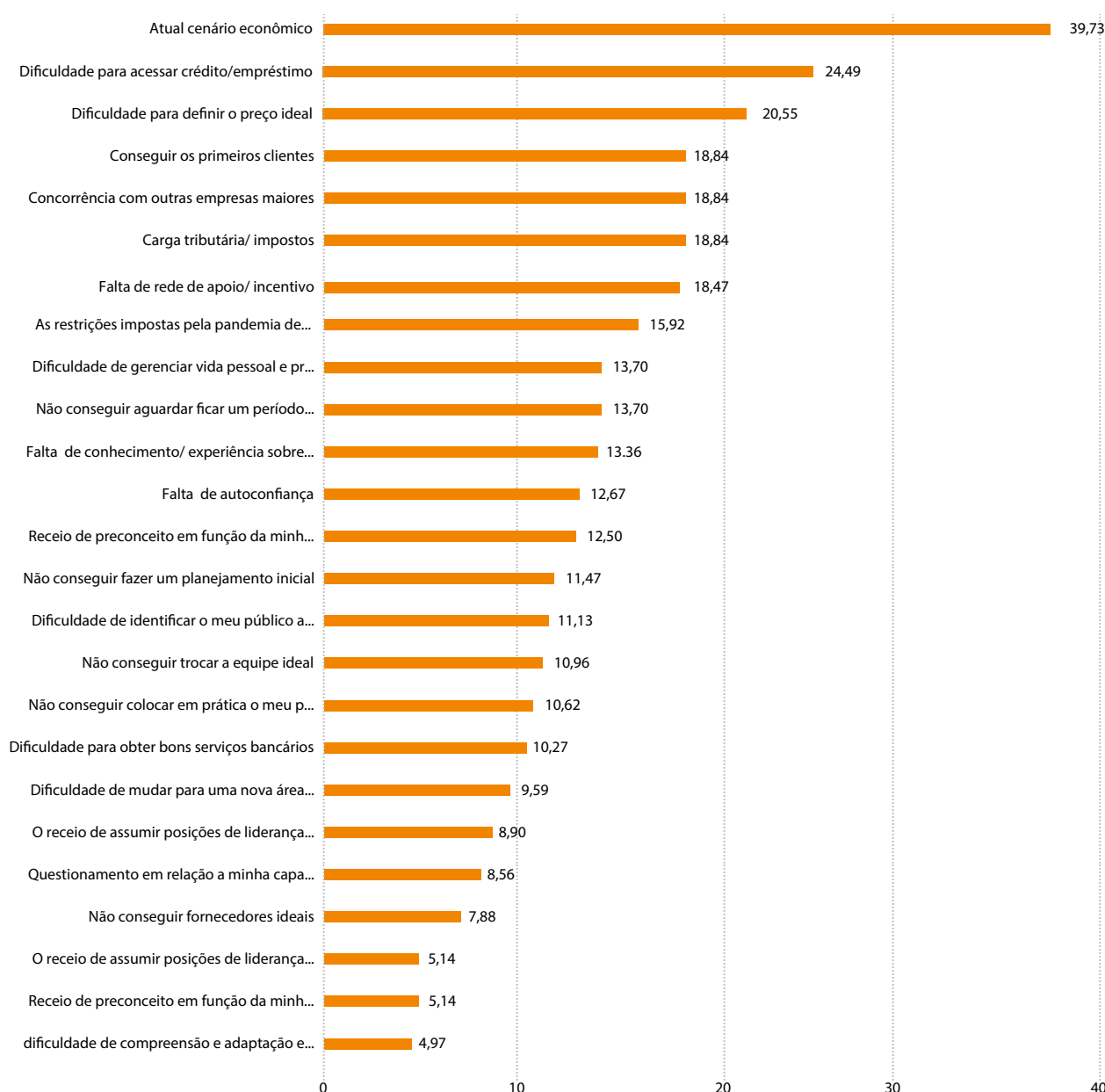
Para 46,23% das pessoas LGBTI+ empreendedoras, o conhecimento e a habilidade para fabricar um produto ou fornecer um serviço foi o fator que mais colaborou para a criação do negócio. Sentir-se realizado em ter seu próprio negócio (29,62%) e ter uma ideia inovadora e acreditar que ganharia dinheiro com isso (28,60%) foram, respectivamente, a segunda e terceira opção mais apontadas por empreendedores consultados como fatores que mais ajudaram na criação do negócio, conforme gráfico a seguir.



“Eu tinha que ajudar minha mãe, que sustentava a gente sozinha, decidi ter meu negócio com 15 anos.” -Homem trans, negro, heterossexual, 22 anos, empreendedor do ramo de serviços de beleza e cabelo

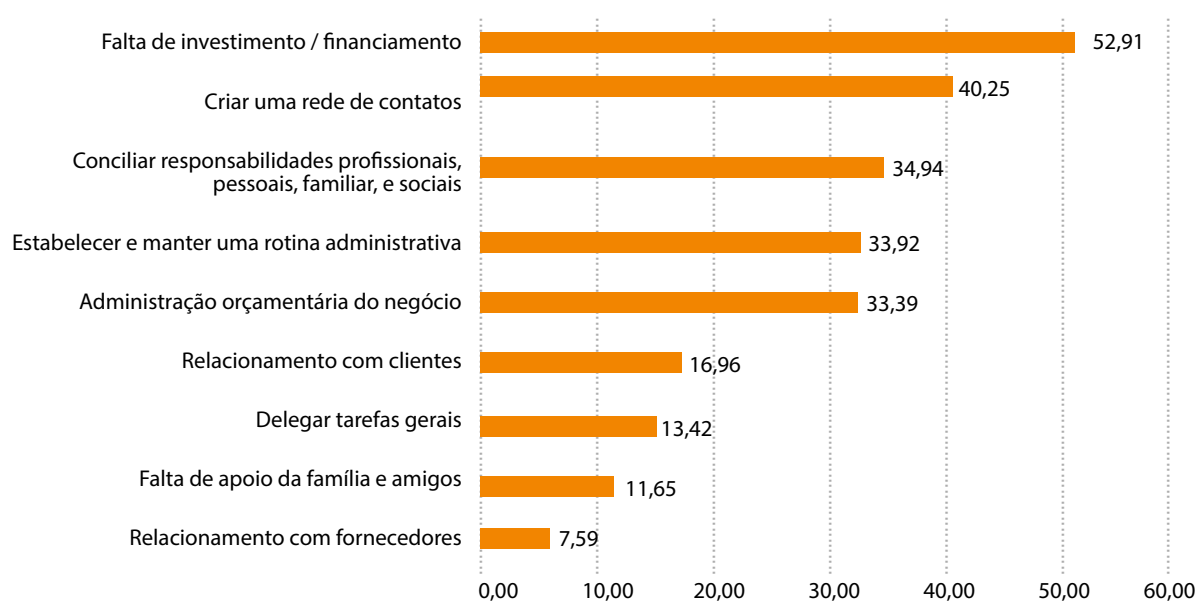
Principais dificuldades para criar o negócio

O atual cenário econômico se mostrou como a principal barreira para a criação do negócio para aproximadamente 39,73% dos entrevistados, seguido pela dificuldade para acessar crédito/empréstimo (24,49%) e pela dificuldade para definir o preço ideal a ser cobrado (20,55%) pelo produto ou serviço oferecido.



Principais dificuldades para manter o negócio

Já no que se refere à manutenção do negócio, os desafios se concentram na falta de investimento/financiamento (53,91%) e na criação de uma rede de contatos (40,25%). As dificuldades relacionadas ao financiamento também perpassam as falas de pessoas entrevistadas, bem como outros dados da pesquisa, como o que aponta as próprias economias como principal fonte de financiamento para abertura do negócio. Além disso, as dificuldades com a criação das redes também são mais prevalentes para as mulheres cis, mulheres trans e travestis (43%).



Uma empreendedora entrevistada que atua em uma área “muito machista e quase exclusivamente masculina” (a marcenaria), disse que ser lésbica é algo que faz parte de si e de seu negócio, e que a afirmação de sua orientação sexual, como mulher de 40 anos, é parte de um “compromisso e postura política” muito maior do que seu negócio.

Considero que tenho as habilidades necessárias para o uso da internet e redes sociais para minhas atividades comerciais

Outro desafio que se impõe para as pessoas empreendedoras são as habilidades com as redes sociais e o letramento digital. Essas têm sido condições cada vez mais determinantes em alguns empreendimentos para o sucesso da comunicação com clientes e fornecedores, para o marketing e para atendimento

ao consumidor, por exemplo. Neste sentido, 49,83% das pessoas entrevistadas concordam plenamente que possuem as habilidades necessárias para o uso da internet e redes sociais para atividades comerciais, como disposto a seguir.

Considero que tenho as habilidades necessárias para o uso da internet e redes sociais para minhas atividades comerciais %	Concordo parcialmente	34.59
	Concordo plenamente	49.83
	Discordo parcialmente	5.65
	Discordo plenamente	4.11
	Não concordo nem discordo	5.82
	Total	100.00

Considero que tenho as habilidades necessárias para o uso da internet e redes sociais para minhas atividades comerciais por faixas de idade

Buscamos aprofundar as intersecções entre uso de novas tecnologias e empreendedorismo entre pessoas 50+ durante a entrevista coletiva realizada apenas com essa faixa etária. Houve um consenso sobre a importância da utilização de ferramentas tecnológicas, sobretudo da internet e redes sociais, bem como os desafios em manejá-las se comparado às novas gerações que já nascem conectadas. Todos concordavam, ainda, nas plenas capacidades de aprendizado e adesão a essas ferramentas.

Enquanto para as profissionais do campo da tecnologia o aprendizado e o uso dessas ferramentas sempre esteve presente no cotidiano dos negócios, para as pessoas de outras áreas o distanciamento social causado pela pandemia, por exemplo, acelerou a necessidade de maior letramento digital para a manutenção dos negócios. Nesse sentido, ganhou destaque o modo como as trocas e convívios intergeracionais tendem a beneficiar a todos nesse processo: os mais jovens trazem a destreza no uso das novas tecnologias e os mais seniores aportam a experiência profissional adquirida com o tempo.

Contudo, se observadas as faixas etárias, esse índice cai para 35,23% entre as pessoas empreendedoras com 50 anos ou mais, o que pode apontar para desafios relacionados ao uso profissional de tecnologias de informação e comunicação entre empreendedores seniores.

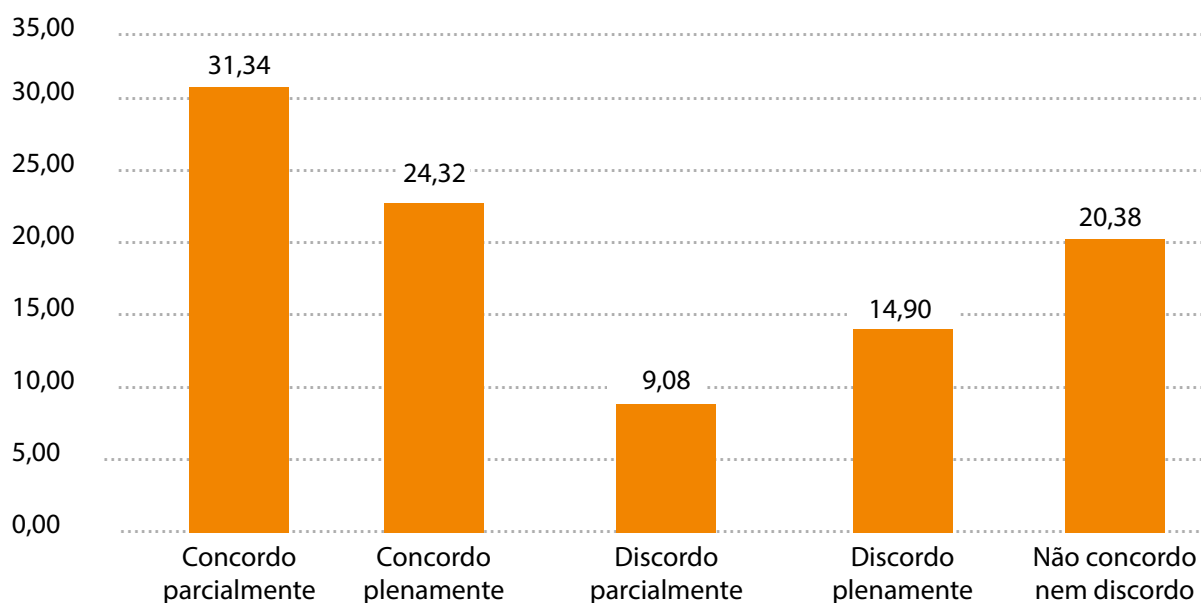
Considero que tenho as habilidades necessárias para o uso da internet e redes sociais para minhas atividades comerciais	Grupo Etário (%)					
	17 a 24 anos	25 a 29 anos	30 a 34 anos	35 a 39 anos	40 a 49 anos	50 anos ou +
Concordo parcialmente	25.81	39.37	36.72	35.71	30.86	32.95
Concordo plenamente	62.90	45.67	52.34	50.00	58.02	35.23
Discordo parcialmente	4.84	4.72	3.91	5.10	4.94	11.36
Discordo plenamente	1.61	0.79	1.56	2.04	2.47	18.18
Não concordo nem discordo	4.84	9.45	5.47	7.14	3.70	2.27
Total	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00

“Nós, aqui dos 50 anos, [nos tratam] como se a gente não absorvesse a tecnologia. Eu tenho essa preocupação com nossa geração, sou um ponto fora da curva, mas a gente tem que entender que tecnologia é fácil de desmistificar, inclusive, estamos concorrendo com pessoas que já nasceram com internet, com computador no colo, então temos essa defasagem histórica de investimento em nós. [Mas] nós temos experiência, nós temos vivência, nós empreendemos e nós somos inovadores. Por conta disso, nós deveríamos ser mais valorizados” -Mulher branca, lésbica, 52 anos, empreendedora do ramo da educação e tecnologia

5.3. Negócios LGBTI+ em diferentes gerações

O desafio de abrir e gerir o negócio aumenta em razão da idade

No que se refere à questão etária, 56% dos empreendedores LGBTI+ sentem que a idade aumentou os desafios na abertura e gestão do seu negócio. Esse percentual sobe para 62% entre os que possuem entre 40 e 49 anos e 81% entre os com 50 anos ou mais. De todas as faixas etárias, as pessoas LGBTI+ com 50 anos ou mais são as que mais concordam que a idade aumenta os desafios para abrir e gerir o negócio. De acordo com Maritz, Eager e De Klerk (2021), ao analisarem as dificuldades relacionadas ao empreendedorismo sênior no contexto australiano, são elencados barreiras de âmbito financeiro, societário e pessoal.

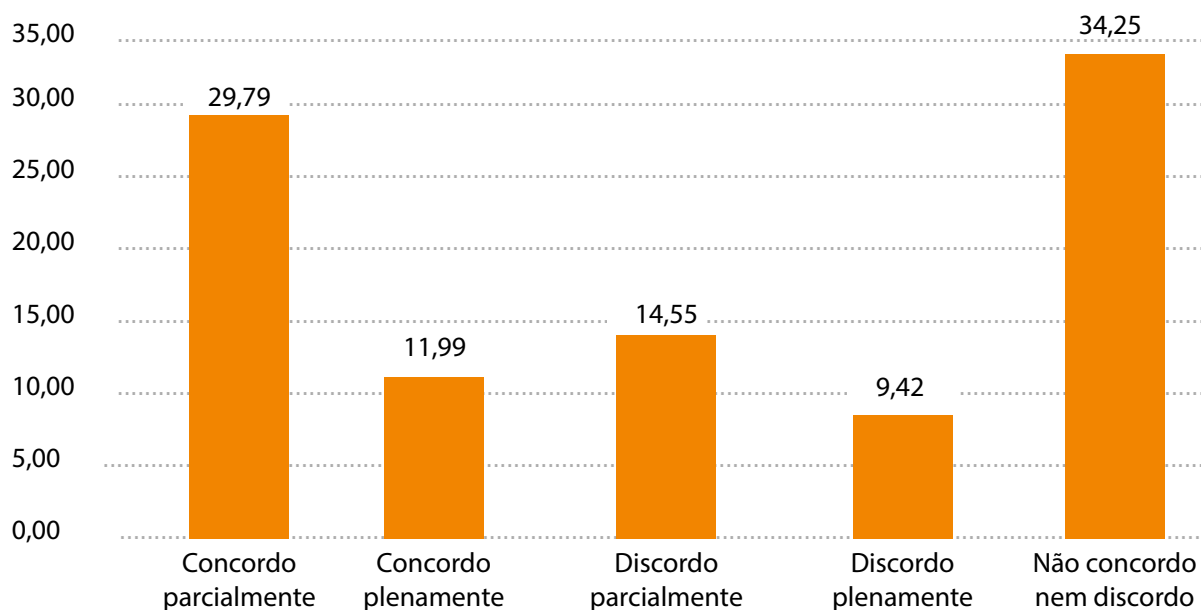


O desafio de abrir e gerir o negócio aumenta em razão da idade por faixa etária

Sinto que a minha idade aumentou/aumenta os meus desafios na abertura e gestão do meu negócio	Grupo Etário (%)					
	17 a 24 anos	25 a 29 anos	30 a 34 anos	35 a 39 anos	40 a 49 anos	50 anos ou +
Concordo parcialmente	20,968	20,968	32,031	26,531	38,272	35,227
Concordo plenamente	38,710	38,710	12,500	19,388	23,457	46,591
Discordo parcialmente	11,290	11,290	12,500	8,163	8,642	5,682
Discordo plenamente	6,452	6,452	19,531	24,490	8,642	9,091
Não concordo nem discordo	22,581	22,581	23,438	21,429	20,988	3,409
Total	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000

A minha idade facilita o meu relacionamento com os meus parceiros, fornecedores e clientes

Além disso, 23,97% dos empreendedores LGBTI+ discordam total ou parcialmente da afirmação de que a idade facilita o relacionamento com parceiros, fornecedores e clientes. Para pessoas LGBTI+ entre 17 e 24 anos, esse número aumenta para 30%, ao passo que 26% dos empreendedores com 50 anos ou mais de idade discordam total ou parcialmente da afirmação.



A minha idade facilita o meu relacionamento com os meus parceiros, fornecedores e clientes por faixas etárias

A minha idade facilita o meu relacionamento com os meus parceiros, fornecedores e clientes	Grupo Etário (%)					
	17 a 24 anos	25 a 29 anos	30 a 34 anos	35 a 39 anos	40 a 49 anos	50 anos ou +
Concordo parcialmente	25,806	25,806	40,625	28,571	33,333	30,682
Concordo plenamente	12,903	12,903	8,594	15,306	12,346	14,773
Discordo parcialmente	11,290	11,290	11,719	14,286	8,642	14,773
Discordo plenamente	19,355	19,355	7,031	6,122	11,111	11,364
Não concordo nem discordo	30,645	30,645	32,031	35,714	34,568	28,409
Total	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000

“Você não tem que estar preparado para tudo, mas precisa estar preparado para alguma coisa” -Homem gay, negro, 62 anos, empreendedor do ramo da moda

Fatores que mais ajudaram na criação do negócio por faixa etária

A respeito dos fatores que facilitaram a criação do negócio, a alternativa “me sentir realizado em ter meu próprio negócio” foi escolhida por 31,82% dos empreendedores com 50 anos ou mais. Embora esse fator tenha sido apontado

de forma expressiva por outras faixas de idade de empreendedores, vale a pena ressaltar que essa motivação também foi mencionada no grupo focal realizado com empreendedores com 50 anos ou mais.

Fatores que mais ajudaram na abertura negócio	Idade Agregada %					
	17 a 24 anos	25 a 29 anos	30 a 34 anos	35 a 39 anos	40 a 49 anos	50 anos ou +
Conhecimento/habilidade/experiência sobre a maneira de fabricar um produto / fornecer um serviço	29,03	46,46	44,53	46,94	46,91	59,09
Ter uma ideia inovadora e acreditar que ganharia dinheiro com isso	20,97	33,07	25,00	33,67	28,40	27,27
Ter realizado cursos ou capacitações em empreendedorismo de forma gratuita	20,97	25,20	21,09	25,51	11,11	15,91
Ter realizado cursos ou capacitações pagos sobre empreendedorismo	4,84	4,72	10,16	12,24	11,11	5,68
Conhecimento técnico/habilidade/experiência para gerir meu negócio	19,35	18,11	25,78	27,55	30,86	25,00
Me sentir realizado(a) em ter meu próprio negócio	19,35	23,62	31,25	36,73	33,33	31,82
Conhecimento sobre as leis que envolvem o meu negócio no país	3,23	8,66	9,38	9,18	11,11	12,50
Dinheiro/investimento suficiente para abrir o meu negócio	6,45	6,30	4,69	5,10	14,81	15,91
Condições de contratar mão-de-obra qualificada	3,23	3,15	0,00	4,08	13,58	9,09
Infraestrutura (espaço físico, telefone, internet) disponível	3,23	5,51	7,03	11,22	9,88	17,05
Acesso a fontes de matéria-prima necessárias	3,23	4,72	4,69	4,08	6,17	7,95
Condições de abandonar meu emprego para abrir meu negócio	4,84	5,51	3,13	7,14	6,17	4,55
Pouco receio do fracasso ou do risco de ter meu negócio	6,45	7,87	7,03	9,18	12,35	23,86
Pouca incerteza em relação à remuneração que ganharia com meu negócio	3,23	1,57	3,13	1,02	3,70	3,41

“Eu gostaria de ter tido um suporte. Comecei muito do zero, da minha própria mão de obra e tudo. Eu não tinha muita visão de negócio (não que hoje eu tenha tanta), e acabou que eu tive muitas falhas... gostaria de ter tido um suporte, uma rede de empreendedores, que pudessem compartilhar experiências, porque eu não sabia de nada, não tinha nenhuma informação. Tava real começando sozinho, sem apoio, sem nem saber que aquilo que eu estava fazendo era uma profissão.” Gostaria de ter tido pelo menos algumas informações, todas as possíveis.” -Homem trans, negro, heterossexual, 22 anos, empreendedor do ramo de serviços de beleza e cabelo

Além disso, uma das barreiras evidenciadas pela pesquisa foi a dificuldade de mudar para uma nova área. Observando em relação às faixas de idade, os **dados sugerem uma tendência em ser mais difícil mudar de área para pessoas LGBTI+ conforme o passar dos anos.**

“Dentro do cenário da nossa idade, [somos] pessoas mais experientes, pessoas vividas e que ainda tem muito a contribuir pras novas gerações. O que precisamos entender humildemente é que, se nós somos limitados [por conta da tecnologia], principalmente quando se fala da tecnologia dura, a limitação dos mais jovens é na pouca vivência. E quando a gente consegue interagir e trocar, ambos os lados aprendem. E aí o processo educacional é imprescindível, a gente entende que precisa estar apto a aprender sempre, aprender a se reinventar, a ser das formas mais diversas, sempre. E é justamente esse aprendizado que permite que a gente cresça, mas que também nossos negócios cresçam dentro do seu tempo e possam, de fato, agregar algum tipo de valor à sociedade” - Mulher lésbica, negra, 53 anos, empreendedora do ramo editorial

Principais dificuldades para criar o negócio por faixa etária

Quando perguntados sobre as principais barreiras para criar o negócio, embora o atual cenário econômico tenha aparecido como a principal dificuldade dentre todas as faixas de idade, é possível notar algumas tendências importantes.

29,55% das pessoas LGBTI+ com 50 anos ou mais de idade indicaram como barreira a dificuldade de conseguir novos clientes. Essa foi a segunda dificuldade mais apontada por empreendedores LGBTI+ 50+. Outra barreira indicada por empreendedores seniores foi a concorrência com outras empresas maiores ou mais experientes no mercado - dificuldade apontada por 26,14% dos empreendedores com 50 anos ou mais.

Principais barreiras para a criação do negócio	Idade Agregada %					
	17 a 24 anos	25 a 29 anos	30 a 34 anos	35 a 39 anos	40 a 49 anos	50 anos ou +
Atual cenário econômico	32,26	40,94	40,63	42,86	39,51	38,64
As restrições impostas pela pandemia de COVID-19	11,29	11,81	18,75	15,31	19,75	18,18
Falta de conhecimento/experiência sobre como começar	9,68	14,96	14,06	17,35	3,70	17,05
Dificuldade para acessar crédito/empréstimo	19,35	25,20	17,97	31,63	30,86	22,73
Carga tributária / impostos	8,06	21,26	13,28	23,47	20,99	23,86
Dificuldade para obter bons serviços bancários (conta corrente, transações em moeda estrangeira, cartas de crédito, e afins)	1,61	8,66	7,03	18,37	18,52	6,82
Concorrência com outras empresas maiores e mais experientes no mercado	12,90	18,90	18,75	22,45	11,11	26,14
Não conseguir fornecedores ideais	8,06	10,24	6,25	5,10	7,41	10,23
Não conseguir contratar a equipe ideal	3,23	11,81	11,72	13,27	12,35	10,23
Dificuldade para definir o preço ideal a se cobrar	17,74	29,92	18,75	26,53	14,81	10,23
Dificuldade de identificar o meu público alvo	9,68	14,96	9,38	12,24	6,17	12,50
Conseguir os primeiros clientes	12,90	21,26	11,72	27,55	8,64	29,55
Não conseguir fazer um planejamento inicial	9,68	16,54	8,59	11,22	3,70	17,05
Não conseguir colocar em prática o meu planejamento	4,84	12,60	9,38	19,39	6,17	7,95
Não conseguir aguardar ficar um período sem retorno financeiro	8,06	19,69	9,38	19,39	9,88	12,50
Dificuldade de gerenciar vida pessoal e profissional	6,45	17,32	9,38	19,39	9,88	17,05
Falta de autoconfiança	12,90	14,96	10,16	19,39	6,17	11,36
Falta de rede de apoio/incentivo	17,74	23,62	17,97	18,37	13,58	17,05
Receio de preconceito em função da minha orientação sexual	12,90	13,39	9,38	13,27	9,88	17,05
Receio de preconceito em função da minha identidade de gênero	8,06	7,09	3,91	3,06	4,94	4,55
O receio de assumir posições de liderança sendo LGBTI+	6,45	11,81	7,81	10,20	8,64	6,82
O receio de assumir posições de liderança em função da minha idade	8,06	6,30	3,91	5,10	3,70	4,55
Dificuldade de compreensão e adaptação com novas tecnologias	0,00	3,94	1,56	9,18	4,94	10,23
Questionamento em relação a minha capacidade profissional por causa da minha idade	11,29	13,39	7,81	7,14	2,47	7,95
Dificuldade de mudar para uma nova área ou ramo	3,23	7,87	7,03	12,24	11,11	15,91

“Infelizmente, a cabeça do mercado corporativo, do mercado financeiro é essa, porque no Brasil qualquer pessoa que ultrapassa os 30 anos para o mercado já está obsoleta. Ele [o mercado] acha que uma pessoa acima de 30 anos não vai te render nada, ela provavelmente já deu o que tinha que dar, já deu aquele gás. Mas se esquece que a partir dali que vem a grande maturidade, o conhecimento. Hoje eu faço parte de um grupo de jovens, e eu sou o mais velho deles, e é muito bacana que a gente aprende muito. Eu fui aprender o marketing digital, que eu pensei que soubesse, mas não, era totalmente jurássico no marketing digital e eu tô aprendendo com eles, mas o mais importante é a troca, porque eles têm toda as novas informações sobre tecnologia e eu tenho a experiência da vida”
-Homem gay, negro, 62 anos, empreendedor do ramo da moda

Principais dificuldades para manter o negócio por faixa etária⁶

Quando perguntados sobre as principais dificuldades para manter o negócio, as pessoas entre 17 a 24 anos e com mais de 50 anos apontaram a criação de redes de contato como maior dificuldade. Todas as outras faixas de idade (25 a 29 anos, 30 a 34 anos, 35 a 39 anos, 40 a 49 anos) indicaram a falta de financiamento como principal dificuldade.

Para empreendedores LGBTI+ com 50 anos ou mais, além da dificuldade de criação de redes, a falta de investimento ou financiamento (38,57%) e a dificuldade de conciliar responsabilidades profissionais, pessoais, familiares e sociais (31,43%) também foram barreiras apontadas com maior intensidade.

Principais dificuldades na manutenção do negócio	Grupo Etário (%)					
	17 a 24 anos	25 a 29 anos	30 a 34 anos	35 a 39 anos	40 a 49 anos	50 anos ou +
Criar uma rede de contatos	57,14	49,35	30,23	40,00	28,81	28,81
Falta de apoio da família e amigos	10,71	23,38	8,14	12,00	6,78	6,78
Falta de investimento/financiamento	53,57	58,44	55,81	58,67	50,85	50,85
Estabelecer e manter uma rotina administrativa	28,57	49,35	32,56	37,33	25,42	25,42
Administração orçamentária do negócio	32,14	37,66	29,07	38,67	25,42	25,42
Delegar tarefas gerais	10,71	9,09	12,79	18,67	8,47	8,47
Relacionamento com fornecedores	10,71	9,09	4,65	4,00	5,08	5,08
Relacionamento com clientes	3,57	24,68	11,63	18,67	13,56	13,56
Conciliar responsabilidades profissionais, pessoais, familiares e sociais	35,71	46,75	32,56	40,00	20,34	20,34

6. Por ser uma questão que permitia mais de uma resposta, ou seja, os respondentes podiam apontar uma ou mais dificuldades para manutenção do negócio, a totalização dos dados pode ser superior ou inferior a 100%.

Tipos de empreendedorismo por faixa etária

A pesquisa levou em consideração o tipo de empreendedorismo que caracteriza os respondentes, se “potencial”, “inicial (nascente e novos)” ou “estabelecido”, conforme estabelecido na pesquisa GEM/Sebrae. Dentre pessoas LGBTI+, nota-se que a concentração de empreendedores estabelecidos é maior nas faixas de 35 a 39 anos, 40 a 49 anos e 50 anos ou mais. Ao mesmo tempo, as faixas entre 17 e 24 anos, 25 a 29 anos e 30 a 34 anos despontam em maior intensidade como empreendedores nascentes, novos e em potencial.

Esses números guardam certa semelhança com o cenário nacional do empreendedorismo, conforme apontado pela pesquisa GEM/Sebrae de 2019. De acordo com o levantamento, as faixas etárias entre 18 a 24 anos, 25 a 34 anos e 35 a 44 anos apresentaram índices de empreendedorismo inicial maiores que os de empreendedorismo estabelecido. O quadro se inverte nos empreendimentos de pessoas entre 45 a 54 anos e 55 a 64 anos, em que há maior concentração de empreendimentos estabelecidos.

Idade Agregada	Tipo de Empreendedorismo %			
	Empreendedores potencial	Empreendedores nascentes	Empreendedores novos	Empreendedores estabelecidos
17 a 24 anos	17,99	6,85	6,85	1,77
25 a 29 anos	26,46	25,34	25,34	4,42
30 a 34 anos	22,22	22,60	22,60	19,47
35 a 39 anos	12,17	20,55	20,55	26,55
40 a 49 anos	11,64	10,96	10,96	23,89
50 anos ou +	9,52	13,70	13,70	23,89
Total	100,00	100,00	100,00	100,00

5.4. Impactos da pandemia de COVID-19 no empreendedorismo LGBTI+

Os dados encontrados na pesquisa sobre impactos da pandemia de COVID-19 entre empreendedores LGBTI+ permitem afirmar a existência de um impacto nas atividades desenvolvidas em seus empreendimentos.

Principais impactos da pandemia de COVID-19⁷

O maior impacto da pandemia para os negócios de pessoas LGBTI+ se deu na redução das atividades, concentrando 50,59% das respostas, seguido da redução do faturamento, 45,59% e redução da clientela, 37,06%.

Quais impactos a pandemia teve no negócio? %	Redução das atividades	50.59
	Redução da clientela	37.06
	Redução do número de funcionários	12.06
	Redução de faturamento	45.59
	Redução do número de produtos/serviços oferecidos	17.06
	Migração do trabalho para o online	26.76
	Migração das vendas para o online	13.82
	Aumento das atividades	17.06
	Aumento da clientela	10.88
	Aumento das vendas pela internet	6.76
	Aumento no número de funcionários	1.18
	Aumento de faturamento	11.76
	Aumento do número de produtos/serviços oferecidos	7.94
	Não teve impacto	10.29
	Não sei	5.29
Outros	4.71	

Solicitação/concessão de crédito

Entre as pessoas respondentes da pesquisa, nota-se um índice relativamente baixo de empreendedores que conseguiram a concessão de algum tipo de crédito ou empréstimo durante a pandemia, conforme demonstrado a seguir. Vale notar que os índices de quem precisou solicitar crédito e conseguiu (14,71%) e precisou e não conseguiu (15,88%) apresentam relativo equilíbrio, enquanto 69,41% declarou não ter solicitado qualquer tipo de crédito para manutenção de seu negócio durante a pandemia. Importante considerar a existência de um contingente grande de empreendedores participantes da pesquisa que não necessariamente têm uma empresa ou negócio registrado e

7. Por ser uma questão que permitia mais de uma resposta, ou seja, os respondentes podiam apontar uma ou mais dificuldades para manutenção do negócio, a totalização dos dados pode ser superior ou inferior a 100%.

formalizado, de modo que a concessão de crédito pode se tornar ainda mais difícil sem a formalização.

Ademais, vale ressaltar a existência de episódios que envolvem preconceito ou discriminação em órgãos de apoio ao empreendedor motivados por LGB-Tfobia e que podem contribuir para a dificuldade de acesso a serviços financeiros. De acordo com o GEM 2019, cerca de 15% das pessoas entrevistadas apontaram ter percebido algum tipo de discriminação em órgãos de apoio motivado por orientação sexual.

Considero que tenho as habilidades necessárias para o uso da internet e redes sociais para minhas atividades comerciais %	Não	69.41
	Sim e consegui	14.71
	Sim, mas não consegui	15.88
	Total	100.00



CON

SI

DERA

ÇÕES

FINAIS

6. Considerações finais

A pesquisa permitiu compreender diferentes aspectos que definem o empreendedorismo exercido por pessoas LGBTI+ de 50 anos de idade ou mais, bem como em diferentes faixas de idade.

Destaca-se como características centrais do empreendedorismo realizado por pessoas LGBTI+, sobretudo entre 50+, o alto índice de formalização, o uso de economias próprias para abrir negócio e o alto índice de profissionais LGBTI+ empregados nesses negócios.

As principais dificuldades encaradas por esse público, como o cenário econômico e a falta de redes de contatos, apoios e incentivos, foram identificadas como barreiras tanto para a criação como para a manutenção dos empreendimentos.

Além disso, a pandemia de Covid-19 gerou impactos negativos para os empreendimentos de pessoas LGBTI+, ao reduzir as atividades e também o faturamento e a clientela de empreendedores LGBTI+. Os índices mais agudos entre empreendedores 50+ a respeito das dificuldades relacionadas ao uso das tecnologias para o desenvolvimento do negócio também sinalizam alguns pontos de atenção importantes sobre as barreiras enfrentadas pelo empreendedorismo sênior.

Por outro lado, a abertura de empreendimentos dirigidos por LGBTI+ é fortemente motivada pela necessidade de fazer diferença no mundo bem como

pela oportunidade de aproveitar uma habilidade já existente. O elemento do uso de uma habilidade também apareceu como principal fator que colaborou para a abertura do negócio, o que reforça a compreensão sobre como o 'propósito' e 'experiência' definem esse tipo de empreendimento.

O alto índice de empreendimentos iniciais (42,9%) é um traço distintivo do empreendedorismo de pessoas LGBTI+, em especial com 50 anos ou mais. Soma-se a esse contexto uma incidência significativa de pessoas que empreendem por necessidade, de modo que a geração de renda pode encontrar novos frente ao fato da maioria dos negócios dos empreendedores nascentes observados ainda não faturarem, como demonstrado pela pesquisa.

O crescente envelhecimento da população brasileira e o crescimento do empreendedorismo sênior são tendências confirmadas pela pesquisa que indicam a necessidade de um olhar mais atento aos desafios e necessidades específicas desses empreendedores.

A realização de novas pesquisas e investigações, a geração de oportunidades e o fortalecimento de redes de contato e negócio, o aprimoramento de habilidades, sobretudo com foco nas novas tecnologias de informação e comunicação, são caminhos recomendados para o fortalecimento do empreendedorismo LGBTI+ e sênior no Brasil. ●



RE
FE
RÊN
CI
AS

7. Referências

AGÊNCIA BRASILEIRA DE COMUNICAÇÃO. Quase 70% das empresas ativas no Brasil são MEI, divulga ministério, mai. 2022.

BABBIE, Earl. Métodos de Pesquisas de Survey. Belo Horizonte: Editora UFMG, Tradução de. Guilherme Cezarino, 2003.

BRASIL. Lei nº 13.709, de 14 de agosto de 2018. Dispõe sobre a proteção de dados pessoais e altera a Lei nº 12.965, de 23 de abril de 2014 (Marco Civil da Internet). Brasília, DF: Presidência da República; 2018.

BRASIL. Ministério da Economia. Mapa de empresas. Boletim do 1º quadrimestre/2022. Secretaria Especial de Produtividade e Competitividade, Brasília, DF: 2022.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR. Empreendedorismo no Brasil: 2017. Coordenação de Augusto Muratori; autores: diversos autores. Livro Empreendedorismo no Brasil, Curitiba: IBQP, 2018.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR. Empreendedorismo no Brasil: 2019. Coordenação de Simara Maria de Souza Silveira Greco; diversos autores. Curitiba: IBQP, 2020.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR. Global Entrepreneurship Monitor 2021/2022. Global Report: Opportunity Amid Disruption. London: GEM.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. Demografia das empresas e estatísticas de empreendedorismo: 2019 / IBGE,. Coordenação de Cadastro e Classificações. - Rio de Janeiro: IBGE, 2021.

_____ Tábuas de Mortalidade. 2020 / IBGE. Rio de Janeiro - IBGE. 2020.

INSTITUTO REDE MULHER EMPREENDEDORA. Empreendedoras e seus negócios 2020: Recorte dos impactos da pandemia. Plano CDE e IRME, 2021.

Maritz A, Eager B, DeKlerk S. Entrepreneurship and self-employment for mature-aged people. Australian Journal of Career Development. 2021; 30(1):3-14. doi:10.1177/1038416220978971

REDE MULHER EMPREENDEDORA E INSTITUTO LOCOMOTIVA. As empreendedoras e o coronavírus - Os negócios femininos no Brasil em meio a pandemia. RME e Locomotiva. 2020.