



**UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA – UEPB
CAMPUS GOVERNADOR ANTÔNIO MARIZ - CAMPUS VII
CENTRO DE CIÊNCIAS EXATAS E SOCIAIS APLICADAS
CURSO DE BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO**

KALINA LAISA DE MEDEIROS FERNANDES

**MOTIVAÇÃO EMPREENDEDORA: UMA PESQUISA COM EMPREENDEDORES
LGBTQIA+ DA CIDADE DE CAICÓ (RN)**

**PATOS-PB
2024**

KALINA LAISA DE MEDEIROS FERNANDES

**MOTIVAÇÃO EMPREENDEDORA DO PÚBLICO LGBTQIA+: UMA PESQUISA COM
EMPREENDEDORES LGBTQIA+ DA CIDADE DE CAICÓ (RN)**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Bacharelado em Administração do Centro de Ciências Exatas e Sociais Aplicadas da Universidade Estadual da Paraíba, como requisito parcial à obtenção do título de Bacharel em Administração.

Área de concentração: Empreendedorismo.

Orientador: Prof^ª. Me. Bruna Cordeiro de Sousa.

**PATOS-PB
2024**

É expressamente proibido a comercialização deste documento, tanto na forma impressa como eletrônica. Sua reprodução total ou parcial é permitida exclusivamente para fins acadêmicos e científicos, desde que na reprodução figure a identificação do autor, título, instituição e ano do trabalho.

F363m Fernandes, Kalina Laisa de Medeiros.

Motivação Empreendedora [manuscrito] : Uma pesquisa com empreendedores LGBTQIA+ da cidade de Caicó (RN) / Kalina Laisa de Medeiros Fernandes. - 2024.

29 p. : il. colorido.

Digitado.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Administração) - Universidade Estadual da Paraíba, Centro de Ciências Exatas e Sociais Aplicadas, 2024.

"Orientação : Profa. Ma. Bruna Cordeiro de Sousa , Coordenação do Curso de Administração - CCEA. "

1. Empreendedorismo. 2. LGBTQIA+. 3. Comércio local. I.

Título

21. ed. CDD 658

KALINA LAISA DE MEDEIROS FERNANDES

**MOTIVAÇÃO EMPREENDEDORA: UMA PESQUISA COM EMPREENDEDORES
LGBTQIA+ DA CIDADE DE CAICÓ (RN)**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Bacharelado em Administração do Centro de Ciências Exatas e Sociais Aplicadas da Universidade Estadual da Paraíba, como requisito parcial à obtenção do título de Bacharel em Administração.

Área de concentração: Empreendedorismo.

Aprovada em: 19 / 06 / 2024 .

BANCA EXAMINADORA



Documento assinado digitalmente
BRUNA CORDEIRO DE SOUSA
Data: 03/07/2024 23:32:21-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Prof^ª. Me. Bruna Cordeiro de Sousa (Orientadora)
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)

Prof^ª. Dra. Mary Dayane Souza Silva
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)



Documento assinado digitalmente
SIMONE COSTA SILVA
Data: 04/07/2024 16:17:37-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Prof^ª. Dra. Simone Costa Silva
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)

Aos meus pais, em especial à minha mãe, por
toda a dedicação, incentivo, amor e amizade,
DEDICO.

“Empreendedores são aqueles que entendem que há uma pequena diferença entre obstáculos e oportunidades e são capazes de transformar ambos em vantagem” (Autor desconhecido).

LISTA DE SIGLAS

LGBTQIA+: Lésbicas, Gays, Bissexuais, Travestis, Transexuais ou Transgêneros, Queer, Intersexo, Assexual.

SEBRAE: Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

GEM: Global Entrepreneurship Monitor

MDHC: Ministério dos Direitos Humanos e da Cidadania

LISTA DE QUADROS

Quadro 1- Quadro das tipologias motivacionais.....	12
Quadro 2 - Roteiro de entrevista.....	15

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	09
2	REFERENCIAL TEÓRICO	10
	2.1 EMPREENDEDORISMO: UMA ABORDAGEM GERAL	10
	2.2.1 Tipologias de Motivação Empreendedora	11
	2.2.2 Perspectiva multidimensional da motivação empreendedora.....	12
	2.3 EMPREENDEDORISMO LGBTQIA+	13
3	METODOLOGIA	14
4	ANÁLISE DOS RESULTADOS	16
5	CONCLUSÃO	21
	REFERÊNCIAS	23
	APÊNDICES	27

MOTIVAÇÃO EMPREENDEDORA: UMA PESQUISA COM EMPREENDEDORES LGBTQIA+ DA CIDADE DE CAICÓ (RN)

Kalina Laisa de Medeiros Fernandes¹

RESUMO

Empreendedorismo é um tema em constante transformação e tem sido foco de um número cada vez maior de estudos. No entanto, pesquisas realizadas na área negligenciam determinados públicos, a exemplo do LGBTQIA+. Assim, este estudo tem como objetivo investigar as motivações empreendedoras de empreendedores LGBTQIA+ da cidade de Caicó/RN. A metodologia utilizada foi qualitativa e exploratória. Por meio de entrevistas semiestruturadas com 11 empreendedores, buscou-se compreender os fatores que os impulsionaram a criar seus próprios negócios, destacando suas aspirações e os desafios enfrentados ao longo do processo, sendo realizada análise de conteúdo das entrevistas. Os resultados indicam que as motivações dos empreendedores LGBTQIA+ não são excludentes entre si, abrangendo a busca por oportunidade, independência, autonomia, realização pessoal, reconhecimento, *status* e influências familiares. Apesar de não relatarem obstáculos significativos relacionados à sua orientação sexual ou identidade de gênero, os entrevistados mencionaram desafios pessoais e financeiros. Conclui-se que, apesar dos obstáculos enfrentados, a atividade empreendedora proporciona a esse público visibilidade, empoderamento e a possibilidade de superar barreiras impostas pela sociedade. Apesar da importância do tema, há uma escassez de estudos sobre empreendedorismo LGBTQIA+ no Brasil e suas motivações. Portanto, este trabalho visa preencher essa lacuna, contribuindo tanto academicamente para a compreensão desse fenômeno quanto socialmente ao trazer visibilidade para as pautas e causas relacionadas ao público LGBTQIA+.

Palavras-chave: Empreendedorismo Lgbtqia+; Motivação Empreendedora; Empreendedorismo.

ABSTRACT

Entrepreneurship is a subject in constant transformation and has been the focus of an increasing number of studies. However, research carried out in the area neglects certain audiences, such as LGBTQIA. Therefore, this study aims to investigate the entrepreneurial motivations of LGBTQIA+ individuals in the city of Caicó/RN. The methodology used was qualitative and exploratory. Through semi-structured interviews with 11 entrepreneurs, we sought to understand the factors that drove them to create their own businesses, highlighting their aspirations and the challenges faced throughout the process, with content analysis of the interviews carried out. The results indicate that the motivations of LGBTQIA+ entrepreneurs are not mutually exclusive, encompassing the search for opportunity, independence, autonomy, personal fulfillment, recognition, status and family influences. Despite not reporting significant obstacles related to their sexual orientation or gender identity, respondents mentioned personal and financial challenges. It is concluded that, despite the obstacles faced, entrepreneurial activity provides this public with visibility, empowerment and the possibility of overcoming

¹ Aluna de Graduação em Administração na Universidade Estadual da Paraíba – Campus VII. Email: kalina.fernandes@aluno.uepb.edu.br.

barriers imposed by society. Despite the importance of the topic, there is a lack of studies on LGBTQIA+ entrepreneurship in Brazil and its motivations. Therefore, this work aims to fill this gap, contributing both academically to the understanding of this phenomenon and socially by bringing visibility to agendas and causes related to the LGBTQIA+ public.

Keywords: Lgbtqia+ Entrepreneurship; Entrepreneurial Motivation; Entrepreneurship.

1 INTRODUÇÃO

O empreendedorismo no Brasil vem ganhando destaque e despertando a curiosidade entre aqueles que almejam empreender ou estudar sobre o assunto. Uma pesquisa realizada em 2023 pelo Global Entrepreneurship Monitor (GEM) afirma que o Brasil é o oitavo país com maior número de empreendedores estabelecidos no mundo, com uma estimativa de 42 milhões de empreendedores atuando de maneira formal ou informal, sendo 54,4% homens e 45,6% mulheres. Vale salientar que durante essa pesquisa não foram encontrados dados que mencionem qual parcela desses empreendedores pertence ao grupo LGBTQIA+.

Na busca por empreender, o indivíduo pode ser confrontado por alguns desafios. De acordo com o SEBRAE (2023), dentre os principais desafios do empreendedorismo brasileiro destacam-se a alta carga tributária, a burocracia, a obtenção de crédito, a permanência no mercado, a inovação, o marketing e vendas, a gestão financeira, a gestão de pessoas e a capacitação profissional.

Essa vigorosa atividade empreendedora convida a uma análise mais profunda sobre o que impulsiona os indivíduos a tomar a iniciativa de empreender. As motivações empreendedoras podem estar relacionadas a fatores como necessidade, oportunidade, autonomia, realização pessoal, entre outras razões. Storey (2006) manifesta que os motivos ou fatores que influenciam a escolha entre se tornar ou não um empreendedor são três: talento, atitude em relação ao risco e fatores pessoais.

De acordo com Vale, Corrêa e Reis (2014), pessoas podem ser levadas ao empreendedorismo por dois motivos alternativos: necessidade ou oportunidade. Tais motivações permitiram enquadrar o empreendedor em duas categorias distintas, mutuamente excludentes: empreendedores por necessidade e empreendedores por oportunidade. Para Dornelas (2018), o empreendedor por necessidade seria aquele que inicia um negócio por falta de alternativa ou, ainda, pela sobrevivência. Já as autoras Bayart e Saleilles (2019) consideram que o empreendedor por oportunidade é o indivíduo atraído para o empreendedorismo ao procurar explorar uma oportunidade percebida.

Embora ainda não comprovado, alguns estudos vêm partindo do pressuposto de que as motivações para empreender poderiam não ser exatamente excludentes entre si ou, mesmo, que apresentariam uma natureza mais complexa e multidimensional, extrapolando o tema necessidade e oportunidade (Nuttin, 1984; Sebrae, 2007a, 2007b; Sivapalan; Balasundaram, 2012; Ummah, 2009; Valarelli; Vale, 1997; Vale et al., 1998). Nessas circunstâncias, as motivações para empreender poderiam, na verdade, ser múltiplas e poderiam, eventualmente, ocorrer interação ou reforço entre elas (Vale; Corrêa; Reis, 2014).

Mas quais seriam essas as motivações que levam o público LGBTQIA+ a desenvolver atividades empreendedoras? Dessa forma, este trabalho se propõe a responder a seguinte problemática: quais são os motivos que levam parte do público LGBTQIA+ da cidade de Caicó/RN a empreender? Investigando qual é a motivação empreendedora desses indivíduos, busca-se ir além da dicotomia oportunidade-necessidade comumente utilizada, mensurando a motivação empreendedora em múltiplas dimensões, quais sejam: realização, desafio e

aprendizado; independência e autonomia; segurança de renda e sucesso financeiro; reconhecimento e *status*; família e papéis; insatisfação; motivações comunitárias e sociais. Essas dimensões vão além da tradicional diferenciação entre motivação por oportunidade e motivação por necessidade e ajudam a entender melhor as diferentes razões pelas quais as pessoas se tornam empreendedoras.

Partindo da problemática escolhida, o objetivo geral que norteia o presente estudo é investigar os motivos que levam o público LGBTQIA+ a empreender. Para alcançar este objetivo, foi necessário fragmentá-lo em objetivos específicos, sendo estes: a) compreender as motivações do público LGBTQIA+ na busca por oportunidade advinda do empreendedorismo; b) destacar suas aspirações ao criarem o próprio negócio; c) caracterizar os obstáculos enfrentados durante este processo.

Contudo, são poucos os estudos que discutem sobre os empreendedores e/ou o empreendedorismo LGBTQIA+ no Brasil e as motivações que impulsionam esse público a desenvolver a atividade empreendedora. Apoiado nisso, este estudo se fundamenta na escassez de estudos voltados à compreensão do empreendedorismo LGBTQIA+ e suas motivações, buscando dar destaque a esse fenômeno. Além disso, acredita-se que essa pesquisa pode contribuir de maneira acadêmica para estudos na área assim como de forma social, trazendo visibilidade para pautas e causas relacionadas ao público LGBTQIA+.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 EMPREENDEDORISMO: UMA ABORDAGEM GERAL

De acordo com Dolabela (2008a, p. 24), o termo “empreendedorismo” pode ser entendido como “um neologismo da livre tradução da palavra *entrepreneurship*, utilizado para estudos relacionados ao empreendedor, caracterizando-o em seu universo de atuação e de onde vêm as ideias de iniciativa e inovação.” Empreendedorismo também pode ser definido como a capacidade que uma pessoa tem de identificar problemas e oportunidades de mercado, desenvolver soluções e investir recursos na criação de algo para o mercado consumidor (Dolabela, 2006).

O processo empreendedor, portanto, começa quando se identifica uma oportunidade ou possibilidade de construir um negócio, um produto ou mesmo uma ideia que gere mudanças e impacto no cotidiano das pessoas e na satisfação pessoal (Hisrich; Peters, 2004, p. 29). O empreendedorismo envolve reconhecer oportunidades para introduzir inovações no mercado, o que não se limita exclusivamente à criação de um novo produto ou serviço. Além disso, pode se tratar da criação de um novo mercado, da transformação de uma matéria-prima ou da elaboração de uma nova forma de produção (Baron; Shane, 2013).

Uma vez definido o que é empreendedorismo, convém explicitar que, segundo Dolabela (1999, p. 43), empreendedor é a pessoa que se “dedica à geração de riqueza, seja na transformação de conhecimentos em produtos ou serviços, na geração do próprio conhecimento ou na inovação em áreas como marketing, produção, organização, etc.”. Outro conceito de empreendedor foi dado por Hisrich, Peters e Shepherd (2009): empreendedor é aquele que busca agregar, a todo instante, valor à sua personalidade. Além disso, busca introduzir mudanças e inovações, concentrando todas as suas forças no intuito de manter-se no ápice. Desta forma, assume riscos pessoais, financeiros e sociais em comprometimento com a sua carreira profissional.

Relacionado ao comportamento, o termo motivação pode ser definido como a disposição de empreender um esforço e perseverar em função de um objetivo (Chiavenato, 1994). Segundo Robbins (2005, p. 132), “Motivação é o processo responsável pela intensidade,

direção e persistência dos esforços de pessoas para o alcance de uma determinada meta.” Assim, temos que a motivação ocorre em função do comportamento do indivíduo frente a estímulos externos. Ou seja, a motivação ocorre em função de objetivos que o indivíduo persegue continuamente (Ribas, 2011).

Segundo Chiavenato (2007), a motivação é um aspecto crucial do comportamento humano, pois é ela que impulsiona as pessoas a agir ou se mover em uma direção específica. Esta dinâmica comportamental está fortemente ligada às necessidades individuais, pois são elas que orientam as ações daqueles que buscam suprir suas carências pessoais. Portanto, qualquer coisa que contribua para a satisfação dessas necessidades pode ser considerada um motivador, pois influencia as atitudes das pessoas.

A motivação é um fator crucial para o sucesso de um empreendimento. Segundo Fiorelli (2006, p. 118), “a motivação é força, uma energia que provoca impulsos na direção de alguma coisa que nasce das necessidades interiores dos indivíduos. Quando isso ocorre, as pessoas produzem mais, se sentem mais satisfeitas e geram efeitos multiplicadores.” Assim, compreender as diferentes tipologias de motivação empreendedora pode ajudar a identificar os fatores que impulsionam os empreendedores a iniciar e manter seus negócios. Além disso, a compreensão dessas tipologias pode ajudar a desenvolver políticas e programas de apoio ao empreendedorismo que atendam às necessidades específicas dos empreendedores com base em suas motivações.

Os estudos que exploram as formas de motivação empresarial podem ser categorizados em dois grupos principais. O primeiro grupo distingue a motivação por necessidade da motivação por oportunidade. O segundo grupo adota uma abordagem multidimensional para classificar a motivação empresarial.

2.2.1 Tipologias de Motivação Empreendedora

De acordo com o DataSebrae (2023), o Global Entrepreneurship Monitor (GEM) é a principal pesquisa sobre empreendedorismo no mundo, destacando a evolução do empreendedorismo em dezenas de países. Esse estudo permite identificar os fatores críticos que contribuem para ou inibem a iniciativa empreendedora em cada país. Além disso, o GEM revela as motivações para empreender e a participação de diferentes grupos, incluindo mulheres, negros e jovens.

Desde sua fundação, o Global Entrepreneurship Monitor (GEM) tem classificado as razões para empreender em duas categorias principais: por oportunidade ou necessidade. Entretanto, conforme relatado pelo GEM na edição de 2022/2023, tem-se observado uma tendência crescente na qual a tradicional categorização das motivações empreendedoras em oportunidade e necessidade pode não ser suficiente para abranger todas as complexidades e variadas razões que motivam a criação de novos negócios na atualidade (GEM, 2022).

O empreendedorismo motivado por necessidade, segundo o GEM (2021, p. 89), é a “decisão de iniciar um negócio próprio pela falta de outras opções para obtenção de trabalho e renda”. Por outro lado, os empreendedores por oportunidade formam a parcela da população “envolvida com o empreendedorismo não por não ter outra opção de trabalho, e, sim, por ter identificado uma oportunidade de negócio que pretende perseguir” (GEM, 2011, p. 89). O empreendedor movido por oportunidade, segundo Reynolds, Bygrave e Autio (2002, apud Vale; Corrêa; Reis, 2014, p. 20), “é aquele capaz de escolher um empreendimento dentre as opções possíveis de carreiras”.

Segundo a pesquisa do Global Entrepreneurship Monitor (GEM, 2022), cerca de 47,3% dos empreendedores brasileiros em fase inicial iniciaram seus negócios motivados por necessidade, enquanto os demais iniciaram seus negócios motivados por uma oportunidade.

Isso posto, convém destacar que, “assim como o mundo moderno, o perfil do empreendedor contemporâneo está mais dinâmico e complexo, exigindo uma infinidade de características, em maior ou menor nível, de acordo com o tipo de negócio”, como exposto por Filardi, Barros e Fischmann (2014). Em vista de tal complexidade, é necessário estudar as modernas dimensões da motivação empreendedora abordadas na literatura.

2.2.2 Perspectiva multidimensional da motivação empreendedora

De acordo com Stephan, Hart e Drews (2015, p. 15), "os empresários podem ser motivados tanto pela oportunidade como pela necessidade, e esses termos gerais ocultam muitos fatores importantes dos comportamentos e decisões dos empresários". Em razão disso, uma série de estudos investiga atualmente os motivos para além da simples tipologia binária de oportunidade-necessidade. Na análise realizada pelos autores em 51 estudos relevantes (filtrados a partir de mais de 1200 resultados de pesquisa), publicada sob o título "*Understanding motivations for entrepreneurship: A review of recent research evidence*", verificou-se que "sete dimensões da motivação empresarial são consistentemente identificadas em todos os estudos" (Stephan; Hart; Drews, 2015, p. 16).

Convém destacar que, segundo os autores, "a base de dados é muito diversificada no que diz respeito aos tipos de motivações investigadas, às amostras (empreendedores nascentes, novos, estabelecidos e potenciais) e ao espectro de países em que os estudos foram realizados, mas mostra convergência no que diz respeito às tipologias de motivação empresarial" (Stephan; Hart; Drews, 2015, p. 16).

Segundo Stephan, Hart e Drews (2015), às motivações empresariais também pode ser demonstrada nas tipologias apresentadas no seguinte quadro:

Quadro 1- Quadro das tipologias motivacionais

Motivações	Descrição
Necessidade	Pode-se caracterizar falta de oportunidade de trabalho e ausência de renda. Quando o indivíduo se sente pressionado a iniciar seu próprio negócio/empresa.
Oportunidade	Quando a motivação se dá pela identificação de oportunidades para começar novos negócios.
Realização, desafio e aprendizagem	Relaciona-se diretamente com a autorrealização, ou seja, o desejo de criar e gerir seu próprio negócio, e obter desenvolvimento pessoal.
Independência e autonomia	Obtenção de maior controle da vida profissional, assim como autonomia para controlar seu próprio tempo e trabalho, poder para tomada de decisões, e flexibilidade para conciliar o trabalho e vida pessoal.
Segurança de rendimento e sucesso financeiro	Motivações relacionadas à segurança e sucesso financeiro. Parece haver uma propensão em assimilar o sucesso e a segurança financeira com a segurança financeira familiar principalmente em estudos que abrangem empreendedores em regiões carentes com baixo nível de desenvolvimento em países desenvolvidos.
Reconhecimento e <i>status</i>	Associa-se ao <i>status</i> social, interesse em obter reconhecimento e respeito seja de forma social, familiar ou da coletividade em geral através do empreendedorismo.
Papéis familiares	Desejo de continuar uma tradição familiar, bem como seguir o exemplo de outros modelos. Em alguns estudos, essa motivação também se dá pelo propósito de criar um legado familiar.
Insatisfação	A motivação empreendedora proveniente da insatisfação com trabalhos anteriores. Desta forma assemelha-se com a motivação por necessidade.
Motivações comunitárias e sociais	Engloba o desejo de contribuir com a comunidade na qual o empreendedor está inserido, seja por meio da filantropia ou do próprio negócio (ou seja, empreendedorismo social). Integra também aspectos como cuidar dos funcionários e ser uma empresa ambientalmente sustentável.

FONTE: Adaptado de Stephan, Hart e Drews (2015)

O quadro traz uma breve explicação das nove tipologias motivacionais abordadas pelos autores Stephan, Hart e Drews (2015) em sua obra "*Understanding motivations for entrepreneurship: A review of recent research evidence*", elencando cada uma delas. Tendo delineado esses pontos, para uma compreensão apropriada do assunto, torna-se crucial assimilar os conceitos centrais ligados ao público-alvo deste estudo, que é a população LGBTQIA+, o que será abordado no tópico seguinte.

2.3 EMPREENDEDORISMO LGBTQIA+

A população LGBTQIA+ no Brasil tem enfrentado desafios significativos no que diz respeito ao trabalho, emprego e renda. As políticas públicas voltadas para essa população estão sendo discutidas de forma emergente no campo da administração pública. No entanto, existem vários obstáculos que impedem a implementação efetiva dessas políticas. Entre eles, a falta de leis que protejam os direitos dessa população, falhas na interlocução entre o Estado e a sociedade civil, falta de previsão orçamentária para os planos e programas, e a diminuta representação política no meio LGBT (Junior; Mendes, 2020).

Para superar esses desafios, o Ministério dos Direitos Humanos e da Cidadania (MDHC) lançou um mapeamento das políticas públicas para a população LGBTQIA+. Este mapeamento reúne dados das 27 unidades federativas e tem como objetivo divulgar informações, criar estratégias de participação social, fortalecer os instrumentos de controle social e promover diálogos entre a sociedade civil e o poder público (Brasil, 2023).

No entanto, apesar desses esforços, a representatividade da comunidade LGBTQIA+ no empreendedorismo ainda é baixa. Conforme estudo da Associação Brasileira de *Startups* (*Abstartups*), dos mais de 13 mil *startups* no Brasil, apenas 3,9% possuem fundadores homossexuais. Nas outras siglas, o índice é ainda menor, chegando a 1,5% no caso dos bissexuais, 0,1% dos transgêneros e 0,2% de outra orientação sexual ou gênero. Esses dados indicam que ainda há muito trabalho a ser feito para garantir a igualdade de oportunidades para a população LGBTQIA+ no Brasil (*Abstartups*, 2023).

Alguns trabalhos acadêmicos como “Contexto, Antecedentes e Resultados do Empreendedorismo de Minorias LGBT” de Carlos (2023) abordam o empreendedorismo LGBTQIA+ como sendo parte do empreendedorismo de minorias. Resta evidenciar a relevância do empreendedorismo LGBTQIA+ no país, sendo importante entender as motivações que levam esse público específico a empreender.

De acordo com o artigo publicado por Cavalcanti e Ferreira (2021), compreender o contexto e precursores do empreendedorismo de minorias tem despertado o interesse de pesquisadores nos últimos anos. Ainda assim, poucos estudos focam seus esforços na minoria Lésbicas, *Gays*, Bissexuais, Travestis, Transexuais ou Transgêneros, *Queer*, Intersexo, Assexual (LGBTQIA+). Para consolidar esse pensamento, o estudo de Gallway (2011) evidencia grandes lacunas que a literatura de minorias ainda apresenta ao deixar de abordar as experiências dessa minoria na abertura de novas empresas, os motivos que os levam a abrir um negócio, como os stakeholders lidam com essa minoria em contextos empreendedores, entre outras (Nam Cam Trau; Hartel, 2004; Cavalcanti; Ferreira, 2021).

Impasses e desafios podem ser algo que atinge qualquer indivíduo ao longo da jornada empreendedora, entretanto "esses problemas são potencializados quando o aspirante a empreendedor é de uma minoria estigmatizada, como o público LGBT" (Rezende, 2020, p. 13). Chung e Harmon (1994) afirmam que empreendedores homossexuais tendem a escolher trabalhar em setores menos propensos a sofrer discriminação.

Todavia, não é possível afirmar que esse público busca empreender por necessidade, ainda que parte dessa minoria não possua alternativas e empreenda pela busca de sustento. Há também aqueles que empreendem por oportunidade (Rezende, 2021). Vale salientar que embora exista uma ideia difundida de que o empreendedorismo se configura como uma saída para o desemprego, é importante frisar que a autonomia também pode ser uma das razões para empreender (Micro Rainbow, 2017; Rezende, 2021).

3 METODOLOGIA

No presente estudo, foi utilizado o método de pesquisa exploratória, pois buscou-se uma melhor compreensão do assunto, ainda pouco conhecido (Vergara, 2006). Com abordagem

qualitativa, que, de acordo com Vieira e Zouain (2004), garante a riqueza dos dados, permitindo visualizar um fenômeno em sua totalidade e facilitando a exploração de contradições e paradoxos. Sobre a pesquisa exploratória, Gil (2010) destaca que são desenvolvidas com o objetivo de proporcionar uma visão ampla, aumentar a familiaridade com o problema e torná-lo mais explícito, além de construir hipóteses.

Para a coleta de dados, foi utilizado um roteiro de entrevista semiestruturado, que proporciona aos entrevistados maior liberdade de expressão nas respostas e ao entrevistador maior profundidade na exploração dos resultados (Flick, 2013). Segundo Yin (2001), a entrevista é o principal meio de coleta de dados em metodologias qualitativas.

Com o intuito de analisar as motivações que levam parte da comunidade LGBTQIA+ a empreender, foi realizado um levantamento de 19 empreendedores LGBTQIA+ na cidade de Caicó (RN) entre eles 11 aceitaram colaborar com a pesquisa, participando por meio de entrevistas. No roteiro semiestruturado, havia um total de 13 perguntas, sendo 4 de identificação pessoal dos entrevistados e outras 9 perguntas elaboradas com base nas teorias apresentadas no presente trabalho, com o objetivo de identificar as tipologias motivacionais presentes nas falas dos entrevistados.

A fim de facilitar uma compreensão mais aprimorada, o Quadro 2 mostra a relação entre as teorias abordadas no referencial teórico e as perguntas realizadas durante as entrevistas, com o propósito de atender aos objetivos do presente estudo.

Quadro 2 - Roteiro de entrevista.

CATEGORIAS	PERGUNTAS
Identificação pessoal	1- Gênero (como você se identifica)? 2- Orientação sexual? 3- Segmento do empreendimento? 4- Você acredita que de alguma maneira sua sexualidade pode ter influenciado na sua busca por empreender?
Necessidade	5- Em qual momento/situação você decidiu que iria empreender?
Oportunidade	5- Em qual momento/situação você decidiu que iria empreender?
Realização, desafio e aprendizagem	5- O que te levou a escolher esse segmento? 7- Poderia compartilhar um exemplo de um desafio que enfrentou ao criar ou administrar seu negócio e como isso contribuiu para seu aprendizado pessoal?
Independência e autonomia	5- Em qual momento/situação você decidiu que iria empreender? 8- De que maneira o empreendedorismo lhe proporciona maior controle sobre sua vida profissional?
Segurança de rendimento e sucesso financeiro	6- Em qual momento/situação você decidiu que iria empreender? 8- Em que medida a segurança de renda e o sucesso financeiro desempenham um papel importante em sua decisão de ser empreendedor?
Reconhecimento e status	9- Pode compartilhar uma situação em que tenha sentido o reconhecimento social devido ao seu empreendimento?

	Você considera esse um fator motivacional para empreender?
Papéis familiares	5- O que te levou a escolher esse segmento? 11- Em que medida sua motivação empreendedora está relacionada à tradição familiar ou ao desejo de criar um legado familiar? Você teve alguma influência familiar que te levou a empreender?
Insatisfação	12- Você teve alguma experiência profissional antes de empreender? Quais foram os principais aspectos do seu trabalho anterior que o motivaram a buscar uma alternativa no empreendedorismo?
Motivações comunitárias e sociais	13- Você acredita que seu trabalho ajuda as pessoas da comunidade na qual você está inserido?

FONTE: elaborado pela autora (2024).

As entrevistas foram realizadas de forma presencial e remota por meio de videochamadas, no mês de novembro de 2023. Foi obtido o consentimento dos entrevistados para a gravação em áudio, sendo que cada entrevista teve duração média de 10 a 20 minutos, totalizando 57 páginas após a transcrição.

Após a transcrição e análise das entrevistas, foi adotada uma nomenclatura para garantir a confidencialidade dos participantes. Os entrevistados foram identificados como E1, E2, E3, E4, E5, E6, E7, E8, E9, E10 e E11.

Para a análise e interpretação dos dados, utilizou-se o método de análise temática, que, segundo Braun e Clarke (2006) apresenta-se como uma técnica de análise qualitativa caracterizada pela flexibilidade por ser essencialmente independente de uma teoria ou epistemologia específica e que pode ser aplicada com uma variedade de abordagens teóricas e epistemológicas.

[...] Através da sua liberdade teórica, a análise temática fornece uma ferramenta de pesquisa flexível e útil, que pode potencialmente fornecer um conjunto rico e detalhado, ainda que complexo de dados. (Braun; Clarke 2006, p. 3)

Esse método permite aos pesquisadores identificar, analisar e relatar padrões (temas) dentro dos dados, o que é fundamental para revelar insights significativos de forma organizada e compreensível. A principal vantagem da análise temática reside em sua independência de qualquer teoria ou epistemologia específica, o que a torna acessível e utilizável em diversas abordagens teóricas. Isso significa que a análise temática pode ser adaptada a diferentes contextos de pesquisa, proporcionando um conjunto de dados ricos, detalhados e complexos. Essa liberdade teórica facilita uma exploração mais profunda e multifacetada dos dados qualitativos, promovendo uma compreensão mais abrangente e completa dos fenômenos estudados.

4 ANÁLISE DOS RESULTADOS

Ao realizarmos a análise temática das entrevistas, torna-se perceptível a identificação das motivações empreendedoras dos 11 entrevistados correlacionadas às tipologias abordadas no presente estudo. Com base no que foi relatado pelos mesmos, é possível constatar que um

mesmo entrevistado pode ser identificado em uma ou mais categorias de motivação empreendedora.

Na investigação realizada com empreendedores LGBTQIA+ da cidade de Caicó, observou-se que parte dos entrevistados deixa explícito em suas falas que a busca por empreender está diretamente relacionada à **realização, desafio e aprendizagem**, como é mencionado nos seguintes trechos:

Eu sentia a necessidade de provar para a sociedade, e sobretudo para minha família que era capaz. E hoje eu diria que associado a isso, que para cada desafio, uma realização. (E11)

Eu quero trabalhar para realizar sonhos. E sonhos custam um pouco caro, então a gente tem que buscar sempre a melhor maneira para alcançar. (E8)

Chegou uma época que eu queria algo certo, algo fixo, algo meu. (E1)

O desejo e a busca pela autorrealização são evidenciados nos depoimentos dos entrevistados E1, E8 e E11. Renko, Kroeck e Bullough (2011) destacam que mais horas são dedicadas e atividades são concluídas em novos negócios quando o empreendedor é motivado pela autorrealização ou crescimento pessoal, ao invés do sucesso financeiro, e mesmo que as consequências econômicas não sejam imediatas, aprender e crescer junto ao negócio é capaz de proporcionar recompensas intrínsecas aos indivíduos.

A autorrealização também é descrita como fator motivacional na fala do entrevistado E5 quando o mesmo afirma que:

Não vejo isso como um trabalho, um emprego assim, sei lá, eu venho muito satisfeita. Justamente porque eu faço o que eu que eu gosto de fazer. (E5)

Para McClelland (1972), são os valores, as motivações humanas e a necessidade de autorrealização que movem indivíduos na busca de atividades empreendedoras. Conforme discutido em tópicos anteriores, de acordo com o Global *Entrepreneurship* Monitor - GEM (2017), em 2016 para cada empreendedor inicial por necessidade, havia 1,4 empreendedores por oportunidade. Já em 2017, 59% dos empreendedores iniciais brasileiros empreenderam por oportunidade e 39% por necessidade.

McClelland (1989) evidenciou os motivos humanos a partir das necessidades sociais de realização, poder e afiliação. Entretanto, entre as investigações acerca dos motivos que levam os indivíduos à atividade empreendedora, tem-se destacado a temática da necessidade (quando se inicia o negócio pela ausência de alternativas para a geração de ocupação e renda) *versus* oportunidade (quando se percebe uma oportunidade no ambiente) (Vale; Corrêa; Reis, 2014; GEM, 2017).

Quando perguntados sobre em qual momento ou situação os referidos entrevistados resolveram empreender, foi identificado que três deles, E5, E7 e E10, relataram que empreenderam por **necessidade**.

Resolvi empreender por necessidade mesmo, necessidade de independência. (E10)

Perdi minha mãe muito cedo, tive que ter uma mentalidade empreendedora pra poder me sair no meio das dificuldades que surgiram. (E7)

Eu fui mãe com 18 anos e não tive apoio da minha família em nada, e isso fez com que eu tivesse mais vontade de trabalhar, eu precisava ter uma profissão,

ter alguma coisa, trabalhar. (E5)

A maioria dos estudos que abordam empreendedores LGBTQIA+ menciona que as oportunidades estão diretamente ligadas à falta de oportunidade no mercado de trabalho, como afirma a autora Rezende (2020, p. 32): “Grande parte das pessoas da comunidade LGBTQIA+ vive em constante preocupação em relação ao mercado de trabalho, ao desemprego e à falta de oportunidade, encontrando no empreendedorismo uma saída para garantir sustento e renda.” Em nossas pesquisas, a **oportunidade** aparece como um fator motivacional, ou seja, os entrevistados viram no empreendedorismo uma chance de iniciar seu próprio negócio, conforme relataram os empreendedores E6 e E4.

O E6 relata ter enxergado uma oportunidade de empreender quando:

Então eu trabalhava em uma academia, conheci o CrossFit e fiz um curso para dar aula de CrossFit lá em Natal (RN). E aí quando eu fiz o curso que eu postei nas redes sociais e o pessoal daqui de Caicó (RN) viu e fez, traga para cá, traga para cá. E aí eu enxerguei essa oportunidade de empreender. (E6)

Já o E4 relata que a oportunidade de ingressar no empreendedorismo veio através de um convite.

Então, eu nunca quis empreender. Na verdade, o empreendedorismo chegou para mim através de um convite de uma pessoa que sonhava empreender. (E4)

Deste modo, os empreendedores por oportunidade seriam, de acordo com Kirzner (1979), aqueles que se encontram sempre em estado de alerta para descobrir e explorar novas oportunidades.

A busca por **independência e autonomia** foi um dos pontos preponderantes desta pesquisa. Cinco dos 11 entrevistados, ao serem questionados sobre de que maneira o empreendedorismo lhes proporciona maior controle sobre sua vida profissional, mencionaram em seus depoimentos a importância de ter independência e autonomia para tomar suas próprias decisões.

Como mostra o quadro das tipologias motivacionais, a independência e autonomia estão relacionadas ao desejo de empreender, tendo como objetivo o pleno controle da sua vida profissional, assim como o controle sobre o próprio tempo e trabalho, a capacidade de tomar decisões independentes e a flexibilidade para conciliar o trabalho com a vida pessoal.

Em um determinado trecho de sua entrevista, o E2 esclarece a razão pela qual sua motivação empreendedora está ligada à independência e autonomia:

Empreender dá mais flexibilidade com relação aos meus horários e autonomia também para buscar outros clientes. De não ser uma coisa engessada. (E2)

O quarto entrevistado também menciona a independência e autonomia como fator motivacional:

Eu consigo fazer o meu horário. O empreendedorismo traz para mim no sentido de independência e autonomia justamente isso de eu conseguir trabalhar onde quer que eu esteja. (E4)

Para Vale, Corrêa e Reis (2014), os indivíduos propensos ao empreendedorismo são aqueles que buscam autonomia, independência e desafios moderados.

O entrevistado E9 destacou que um fator significativo em sua decisão de empreender

foi o desejo de ser seu próprio líder.

É uma independência para mim, sabe? Não tá tipo assim, tendo uma pessoa me cobrando alguma coisa. Então, para mim, isso é uma independência. (E9)

Os autores Cavalcanti e Ferreira (2021, p. 13) afirmam que a autonomia traz para o público LGBTQIA+ "uma perspectiva de sucesso vista por outros olhos, indo além do *status* ou ganhos materiais e sim como uma barreira ao preconceito que minorias vivenciam ao longo da vida profissional".

O interesse em **segurança de rendimento e sucesso financeiro** também é um ponto relevante para os entrevistados quando o assunto é motivação. É possível destacar, em algumas falas, a importância desses fatores na perspectiva dos referidos empreendedores.

Refletindo agora foi exatamente essa razão para que eu pudesse empreender, ter essa independência financeira. (E11)

O entrevistado E4 afirma que, apesar de a busca por dinheiro não ter sido o fator primordial que o motivou a empreender, uma de suas maiores aspirações era o desejo de segurança e sucesso financeiro, para que pudesse proporcionar a si mesmo e à sua família melhores condições. Degan (2009) afirma que existem diferentes razões para que o empreendedor inicie seu próprio negócio, e entre esses motivos está o desejo de ganhar dinheiro, mais do que seria possível na condição de empregado.

Na fala do entrevistado E3, ele ressalta que, dentro das possibilidades do que almejava trabalhar, buscou algo que lhe trouxesse segurança e estabilidade financeira.

Do que eu gostava de trabalhar, a parte de cenografia, decoração, eu tive um respaldo melhor financeiro, um retorno que eu vi que o mercado da nossa região abrangia isso e abraçava sim. Financeiramente eu realmente hoje eu me considero mais estabilizado, mais confortável, mais seguro. (E3)

Ainda que os empreendedores participantes da presente pesquisa não mencionem de forma direta, é notório que a busca por segurança de rendimentos e sucesso financeiro vai além do desejo por "ganhar dinheiro", mas sim a obstinação por sentir-se estável, seguro e independente.

Stephan, Hart e Drews (2015) descrevem o **reconhecimento e o *status*** como a tipologia motivacional relacionada ao interesse em obter reconhecimento e respeito, seja de forma social, familiar ou da coletividade em geral, através do empreendedorismo. Foi questionado aos 11 entrevistados se eles consideravam que o reconhecimento e o *status* poderiam ser fatores motivacionais na hora de optarem por empreender. Entre os 11, apenas um dos entrevistados mencionou essa característica como tendo relevância em sua motivação empreendedora.

É muito bom para mim ser mencionado em uma roda de conversa e meu cliente falar que confia no meu trabalho de olhos fechados. (E4)

Ainda que o sucesso e o reconhecimento das minorias LGBTQIA+ vão além da obtenção de *status*, há aqueles que acreditam que ter reconhecimento e *status* perante a sociedade tem sua relevância, como destaca o entrevistado E4:

Talvez se não fosse o reconhecimento eu já teria abandonado tudo. (E4)

Para Sheedy (1996, p. 23), a busca por reconhecimento e *status* está diretamente ligada

à necessidade de aprovação: "seus desejos de conquista de uma alta posição na sociedade, de reconhecimento, do respeito, do *status* e do prestígio da sociedade, caracterizam esta necessidade de aprovação".

Nas tipologias abordadas por Stephan, Hart e Drews (2015), é citada como motivação empreendedora proveniente de **papéis familiares** aquela em que os indivíduos empreendem por motivos advindos do desejo de continuar uma tradição familiar, seguir o exemplo de outros modelos, ou até mesmo criar um legado familiar.

Dornelas (1971, p. 34), em seu livro "Empreendedorismo na prática: mitos e verdades do empreendedor de sucesso", aborda sete tipos de perfil empreendedor, incluindo "O Empreendedor Herdeiro (Sucessão Familiar)", definido por ele como aquele que recebe desde cedo a missão de levar adiante o legado de sua família. "[...] O empreendedor herdeiro aprende a arte de empreender com exemplos da família, e geralmente segue seus passos".

Dos 11 entrevistados, nenhum menciona o desejo de deixar um legado, mas alguns relatam que a motivação empreendedora surgiu a partir de exemplos de seus pais ou familiares. Também mencionam o fato de o empreendedorismo e o pensamento empreendedor serem um legado passado por seus parentes.

Na minha família quase todo mundo é empreendedor, principalmente meu pai. Eu acho que meu pai foi o ponto positivo, para eu começar tudo, sabe? Ele sempre foi um ponto forte para que eu buscasse empreender. (E9)

Tonelli (1997) aborda que a discussão sobre ser um empreendedor inato ou não é vasta. Entretanto, ele afirma que a influência da educação familiar e do meio cultural tem parcela significativa na formação de empreendedores. Se é possível ou não o indivíduo ser um empreendedor nato, não sabemos, mas as motivações oriundas das influências familiares para exercer atividades empreendedoras ficam evidenciadas na fala do entrevistado E3:

Meu pai e minha mãe sempre foram muito trabalhadores, sempre, desde jovens já eram empreendedores. Então eu me espelho muito neles. (E3)

Como mencionado pelo GEM (Reynolds et al., 2002, p. 20), indivíduos movidos por necessidade seriam aqueles que, de "certa maneira, se sentem pressionados a iniciar seus próprios negócios porque não há outras opções de trabalho ou porque as existentes são insatisfatórias". Assemelhando-se ao empreendedorismo por necessidade, a motivação empreendedora decorrente da **insatisfação** ocorre quando o indivíduo se sente insatisfeito com experiências de trabalho anteriores. O E1 diz que sentiu a necessidade de empreender ao se sentir insatisfeito em experiências anteriores.

Eu tive várias experiências e tive várias insatisfações. Chegou uma hora que eu vi que não dava mais e resolvi empreender. (E1)

De acordo com pesquisas, a insatisfação com o trabalho anterior é citada como um dos principais motivos para os empreendedores iniciarem seus próprios negócios (Cromie, 1987; Hisrich; Brush, 1983).

Quando perguntados sobre suas experiências de trabalho antes de se tornarem empreendedores, os entrevistados E8 e E10 mencionam que situações envolvendo preconceito, menosprezo e poder hierárquico foram fatores que os fizeram sentir-se insatisfeitos em empregos anteriores. Segundo Marco, Tarossi e Santo (2023), o preconceito e a discriminação contra indivíduos que divergem dos padrões heteronormativos são situações presentes no mercado de trabalho. Deste modo, acredita-se que o empreendedorismo seja um refúgio para aqueles que almejam escapar desses preconceitos.

As motivações **comunitárias e sociais** não aparecem diretamente como um fator motivacional entre os 11 entrevistados; no entanto, em uma de suas falas, o entrevistado E8 comenta acreditar que seu trabalho contribui para causas do grupo ao qual diz estar inserido.

Eu acredito que meu trabalho contribui muito no empoderamento das mulheres pretas e na auto aceitação delas mesmas. (E8)

Ao longo de nossa pesquisa, evidencia-se a importância de entender o que motiva os entrevistados a empreender, a fim de identificar se há de fato uma ligação com as tipologias já abordadas em diferentes estudos. Hessels et al. (2008) defendem que estudar as motivações é crucial, considerando que o tipo de motivação de um indivíduo pode determinar os objetivos e metas da empresa. Reforçando essa ideia, Shane et al. (2003) afirmam que as motivações humanas influenciam como as pessoas buscam oportunidades, exploram recursos e conduzem o processo empreendedor.

Após uma minuciosa análise das motivações intrínsecas e extrínsecas que levaram parte do público LGBTQIA+ de Caicó a empreender, torna-se necessário entender se há uma relação entre a sexualidade, gênero e as razões pelas quais esse grupo optou por empreender. Diante disso, foi perguntado se a sexualidade ou identidade de gênero dos entrevistados teria alguma influência em seu desejo de empreender.

Apenas os entrevistados 3 e 8 afirmaram que sua sexualidade ou identidade de gênero influenciaram de alguma forma seu desejo de empreender. O E3 acredita que "desde cedo a condição sexual de uma pessoa LGBTQIA+ a coloca em uma posição de desprestígio, submissão e inferioridade". Ele também explicou como isso de certo modo o motivou a empreender.

Eu nunca aceitei essa condição de ser inferiorizado por uma condição sexual! Isso sempre me motivou a superar meus limites, tendo essa consciência que eu precisava buscar a superação profissional para que com ela viesse o reconhecimento e o respeito da sociedade. (E3)

Já o E8 relatou "ter sido vítima de preconceito em experiências de trabalho anteriores devido à sua sexualidade", o que o levou a tomar a iniciativa de empreender.

De acordo com Rezende (2020), o preconceito e a discriminação são uma realidade para a minoria LGBTQIA+ que enfrenta muitas dificuldades para se inserir no mercado de trabalho e no ambiente das organizações. Em sua pesquisa, Carlos (2023) menciona que o empreendedorismo oferece ao público LGBTQIA+ mais do que ganhos financeiros percebidos, incluindo reconhecimento e empoderamento que essa minoria pode adquirir ao se tornar empreendedor, além de reconhecimento e *status* perante a sociedade.

É importante destacar que todos os entrevistados da presente pesquisa negaram ter enfrentado obstáculos ou desafios para empreender devido às suas respectivas sexualidades ou identidades de gênero.

5 CONCLUSÃO

A presente pesquisa teve como principal objetivo identificar as motivações empreendedoras de empreendedores LGBTQIA+ da cidade de Caicó/RN. Para isso, foram realizadas entrevistas com 11 empreendedores inseridos no grupo LGBTQIA+, tanto presencialmente quanto remotamente. A fim de proporcionar aos entrevistados maior liberdade de expressão e aprofundar os resultados, foi elaborado um roteiro de perguntas semiestruturado.

Quanto aos objetivos delimitados na presente pesquisa pode-se afirmar que foram alcançados com êxito. Foi exposto que, na busca por identificar oportunidades advindas do empreendedorismo, os entrevistados elencaram motivações intrínsecas e extrínsecas. A busca por oportunidade em si é apontada como fator motivacional, porém não isolada; os entrevistados também mencionaram ter enxergado no empreendedorismo uma oportunidade para se tornarem independentes financeira e pessoalmente, sendo donos de suas próprias vontades e escolhas, ou seja, conquistarem sua autonomia. Também mencionaram a necessidade de ter uma renda como fator motivacional. Para parte deles, o empreendedorismo foi uma oportunidade de escapar de rótulos, opressões e preconceitos impostos pela sociedade e pelo mercado de trabalho às pessoas LGBTQIA+.

Quanto às suas ambições, os empreendedores participantes da pesquisa relatam que as aspirações para iniciar, criar ou serem donos do próprio negócio surgiram do desejo de realização pessoal, assim como da vontade de atingir posições de prestígio, obter reconhecimento e *status* perante a sociedade e familiares. Além disso, influências diretas e indiretas do núcleo familiar e social, como terem sido criados ou crescido em ambientes onde a atividade empreendedora era vista ou praticada constantemente, serviram de inspiração para empreenderem.

É fato que o preconceito muitas vezes enfrentado pelo grupo das minorias LGBTQIA+ e as normas heteronormativas impostas pela sociedade prejudicam essas pessoas na busca por oportunidades no mercado de trabalho. Entretanto, os indivíduos abordados neste trabalho afirmam não ter enfrentado problemas relacionados às suas sexualidades ou identidades de gênero durante a atividade empreendedora. Para eles, as principais dificuldades foram, em sua maioria, aspectos pessoais, como encontrar uma atividade na qual se identificassem e obter apoio familiar, entre outros. Além disso, o único desafio relacionado ao cenário social e econômico mencionado pelos entrevistados foi a falta inicial de dinheiro ou recursos para investir em seus empreendimentos.

É de grande relevância para esta pesquisa ressaltar que as motivações que levam parte do público LGBTQIA+ de Caicó/RN a exercer a atividade empreendedora, ao longo de nossas análises, revelam-se não excludentes entre si, mostrando-se divergente de teorias abordadas em algumas literaturas acerca da motivação empreendedora. Isso porque as motivações de um mesmo entrevistado são identificadas dentro de duas ou mais tipologias motivacionais, corroborando com outras pesquisas da área que buscam identificar se as motivações são ou não excludentes entre si, além de contribuir para futuras pesquisas acadêmicas no campo do empreendedorismo LGBTQIA+ e motivação empreendedora. Vale salientar que nosso estudo também traz contribuições no âmbito social, trazendo visibilidade para o público LGBTQIA+ e evidenciando sua relevância no mundo do empreendedorismo.

Apesar de os estudos sobre diversidade e minorias estarem ganhando cada vez mais notoriedade, quando se trata das minorias LGBTQIA+ no campo do empreendedorismo, deparamos com uma grande escassez de pesquisas e dados quantitativos sobre o assunto na literatura. Dentre as limitações acerca do presente trabalho houve dificuldades em obter um maior número de representantes no que desrespeita ao público alvo dessa pesquisa, pois parte dos empreendedores não se dispuseram a participar das entrevistas, o que limita uma análise mais profunda sobre temas relacionados ao empreendedorismo LGBTQIA+.

Sugere-se que órgãos ou entidades públicas ou privadas incumbidas de realizar pesquisas quantitativas atentem-se mais à busca por dados e informações verídicas voltadas ao público empreendedor das minorias LGBTQIA+. Recomenda-se que futuras pesquisas atentem-se em realizarem análises mais amplas sobre o empreendedorismo LGBTQIA+ e suas diversas possibilidades de abordagem, a fim de reduzir as lacunas existentes na literatura sobre temas semelhantes.

REFERÊNCIAS

- ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE STARTUPS (ABSTARTUPS). (s.d.). **Panorama das Startups no Brasil**. Disponível em: <https://drive.google.com/file/d/1LodfdQtKGXMpzFnkYAGyfUf2vk3FzWXB/view?pli=1>. Acesso em: 08 jun. 2024.
- BARON, R. A.; SHANE, S. A. **Empreendedorismo: uma visão do processo**. São Paulo: Cengage Learning, 2013.
- BAYART, C; SALEILLES, S. Rethinking the opportunity/necessity dichotomy with a risk management-based approach. In: **11ème congrès de l'Académie de l'Entrepreneuriat et de l'Innovation**, Jun 2019, Montpellier, France.
- BRAUN, V.; CLARK, V. Using thematic analysis in psychology. **Qualitative Research**, v. 3, n. 2, p. 77-101, 2006.
- CARLOS, A. L. C. G. **Contexto, Antecedentes e Resultados do Empreendedorismo de Minorias LGBT**. Tese de Doutorado. Programa de Pós-graduação em Gestão. Universidade Beira Interior, 2023. Disponível em: https://ubibliorum.ubi.pt/bitstream/10400.6/13426/1/Tese_Andre_D2303%20VFFFFFFF.pdf. Acesso em: 08 jun. 2024.
- CHIAVENATO, I. **Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor**. 2ª ed. rev. e atualizada. São Paulo: Saraiva, 2007.
- CHIZZOTTI, A. **Pesquisa em ciências humanas e sociais**. 8ª ed. São Paulo: Cortez, 2006.
- CHUNG, Y.; HARMON, L. W. Os interesses da carreira e aspirações de homens *gays*: como a orientação sexual está relacionada. **Journal of Vocational Behavior**, v. 45, pp. 223–239, 1994.
- DI MARCO, C. A. F.; TAROSSO, A. P. Z. Fundação Hermínio Ometto - FHO, SANTO, G. B. dos. Empreendedorismo e LGBTQIA+: percepções sobre preconceito no mercado de trabalho e no empreender. In: **Anais do ENGEMA**, 2023. Disponível em: <https://engemasp.submissao.com.br/25/anais/arquivos/607.pdf?v=1717707777>. Acesso em: 08 jun. 2024.
- DOLABELA, F. **O Segredo de Luísa**. 30ª ed. São Paulo: Cultura, 2006.
- DOLABELA, F. **Oficina do Empreendedor**. São Paulo: Cultura Editores Associados, 1999.
- DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo na prática: mitos e verdades do empreendedor de sucesso**. Reimpressão. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007. Disponível em: <http://biblioteca.isctem.ac.mz/bitstream/123456789/296/1/Empreendedorismo%20Na%20Pr%C3%A1tica.%20Mitos%20E%20Verdades%20Do%20Empreendedor%20De%20Sucesso%20by%20Jos%C3%A9%20Dornelas%20%28Auth.%29%20%28z-lib.org%29.pdf>.

DORNELAS, J. **Empreendedorismo, transformando ideias em negócios - 7ª Edição**. Fazendo Acontecer, 2018.

DRUCKER, P. F. Inovação e espírito empreendedor. In: CHIAVENATO, I. **Administração de empresas: uma abordagem continental**. 3 ed. São Paulo: Makron Books, 1994.

FILARDI, F.; BARROS, D.; FISCHMANN, A. A. Do Homo Empreendedor ao Empreendedor Contemporâneo: Evolução das Características Empreendedoras de 1848 a 2014. **Revista Ibero Americana de Estratégia**, v. 13, n. 3, p. 123-140, 2014. Disponível em: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=331232580010>. Acesso em: 20 nov. 2023.

FLICK, U. **Introdução à metodologia de pesquisa: um guia para iniciantes**. Porto Alegre: Penso, 2013.

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

GEM. **Empreendedorismo no Brasil: Relatório executivo 2017**. Global Entrepreneurship Monitor, 2017. Disponível em: <https://datasebrae.com.br/pesquisa-gem>. Acesso em: 23 nov. 2023.

GEM. **Empreendedorismo no Brasil: Relatório executivo 2023**. Global Entrepreneurship Monitor, 2023. Disponível em: <https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2024/03/Relatorio-Executivo-GEM-BR-2023-2024-Diagramacao-v5.pdf>. Acesso em: 06 jun. 2024.

Global Entrepreneurship Monitor. **Empreendedorismo no Brasil**. Disponível em: <http://gestaoportal.sebrae.com.br/customizado/estudos-e-pesquisas/temasestrategicos/empreendedorismo/Livro%20GEM%20Brasil%202011.pdf>. Acesso em: 13 nov. 2023.

Global Entrepreneurship Monitor. **GEM Brasil 2022/2023: Relatório Executivo**. 1ª ed. Disponível em: <https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2023/05/GEM-BR-2022-2023-Relatorio-Executivo-v7-REVISTO-mai-23.pdf>. Acesso em: 13 nov. 2023.

HISRICH, R. D.; PETERS, M. P. **Empreendedorismo**. Porto Alegre: Bookman, 2004.

HISRICH, R. D.; PETERS, M. P.; SHEPHERD, D. A. **Empreendedorismo**. 7ª Ed. São Paulo: Bookman, 2009.

MARCO, C. A. F.; TAROSI, A. P. Z.; SANTO, G. B. dos. Empreendedorismo e LGBTQIA+: percepções sobre preconceito no mercado de trabalho e no empreender. In: **Anais do ENGEMA**, 2023. Disponível em: <https://engemausp.submissao.com.br/25/anais/arquivos/607.pdf?v=1717707777>. Acesso em: 08 jun. 2024.

MCCLELLAND, D. C. **A sociedade competitiva**. Rio de Janeiro: Expressão e Cultura, 1972.

MINISTÉRIO DOS DIREITOS HUMANOS E DA CIDADANIA (MDHC), BRASIL. **Mapeamento das políticas públicas para a população LGBTQIA+**. Brasília: MDHC,

2023. Disponível em: <https://www.gov.br/mdh/pt-br/assuntos/noticias/2023/marco/mapeamento-das-politicas-publicas-para-a-populacao-lgbtqia-lancado-no-mdhc-reune-dados-das-27-unidades-federativas>. Acesso em: 08 nov. 2023.

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

NAM CAM TRAU, R.; HÄRTEL, C. E. One career, two identities: an assessment of gay men's career trajectory. **Career Development International**, v. 9, n. 7, p. 627-637, 2004.

NUTTIN, J.; LORION, R. P.; DUMAS, J. E. **Motivation, planning, and action**: a relational theory of behavior dynamics. Leuven: Leuven University Press, 1984.

RENKO, M.; KROECK, K. G.; BULLOUGH, A. Expectancy theory and nascent entrepreneurship. **Small Business Economics**, v. 39, n. 3, pp. 667-684, 2011.

REZENDE, A. L. X. P. de. Falta de oportunidade de trabalho e empreendedorismo: uma realidade da população LGBTQIA+ da cidade de Uberlândia-MG? In: **Anais do Encontro Nacional de Engenharia de Produção - ENEGEP**, 2020. Disponível em: <https://repositorio.ufu.br/bitstream/123456789/30884/6/FaltadeOportunidade.pdf>. Acesso em: 08 jun. 2024.

ROBBINS, S. P. **Comportamento Organizacional**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2005.

SEBRAE. **Empreendedorismo brasileiro**: quais são os desafios e as oportunidades. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/empreendedorismo-brasileiro-quais-sao-os-desafios-e-as-oportunidades,829bbbd38f896810VgnVCM1000001b00320aRCRD#:~:text=A%20lista%20dos%20principais%20desafios,de%20pessoas%20e%20capacita%C3%A7%C3%A3o%20profissional>. Acesso em: 07 jun. 2024.

SHEEDY, E. **Guia do empreendedor para fazer a empresa crescer**. São Paulo: Nobel, 1996. Disponível em: <file:///C:/Users/m/OneDrive/%C3%81rea%20de%20Trabalho/%C3%81gora-EmpreendedorismoEJovensEmpreendedores-3998921.pdf>.

SIVAPALAN, A.; BALASUNDARAM, N. Level of entrepreneurial intention of the management undergraduates in the University of Jaffna, Sri Lanka: scholars and undergraduates perspective. **South Asian Academic Research Journals**, 2(10), 24-42, 2012.

SOUSA JÚNIOR, C. A. A. DE .; MENDES, D. C.. Políticas públicas para a população LGBT: uma revisão de estudos sobre o tema. **Cadernos EBAPE.BR**, v. 19, n. spe, p. 642–655, nov. 2021.

STEPHAN, U.; HART, M.; DREWS, C. C. **Understanding motivations for entrepreneurship**: A review of recent research evidence. Report, Enterprise Research Centre, Birmingham, February, 2015.

UMMAH, S. Entrepreneurial motivation and self-employment intention: an empirical study on management undergraduates in Sri Lanka. **Journal of Management**, 5(1), 87-96, 2009.

VALARELLI, M. M.; VALE, G. M. V. **Informalidade e cidadania**: empreendimentos informais no Rio de Janeiro. Rio de Janeiro: IBASE, 1997.

VALE, G. M. V.; AGUIAR, M. A. S.; ANDRADE, N. A. **Fatores condicionantes da mortalidade de empresas**. Brasília: Edições Sebrae, 1998.

VALE, G. M. V.; CORRÊA, V. S.; REIS, R. F. dos. Motivações para o empreendedorismo: necessidade versus oportunidade?. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 18, n. 3, jun. 2014. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/1982-7849rac20141612>. Acesso em: 20 nov. 2023.

VERGARA, S. C. **Métodos de pesquisa em administração**. São Paulo: Atlas, 2006.

VIEIRA, M. M. F.; ZOUAIN, D. M. (Orgs.) **Pesquisa qualitativa em administração**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2004.

YIN, R. K. **Estudo de Caso**: planejamento e métodos. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.

APÊNDICES

APÊNDICE A

ROTEIRO DE ENTREVISTA

1. Gênero (como o você se identifica)?
2. Orientação sexual?
3. Segmento do empreendimento?
4. Você acredita que de alguma maneira a sua sexualidade pode ter influenciado na sua busca por empreender?
5. O que te levou a escolher esse segmento?
6. Em qual momento/situação você decidiu que iria empreender?
7. Sobre realização, desafios e aprendizagem, poderia compartilhar um exemplo de um desafio que enfrentou ao criar ou administrar seu negócio e como isso contribuiu para seu aprendizado pessoal?
8. Em relação a independência e autonomia, de que maneira o empreendedorismo lhe proporciona maior controle sobre sua vida profissional?
9. Segurança de rendimento e sucesso financeiro: Em que medida a segurança de renda e o sucesso financeiro desempenham um papel importante em sua decisão de ser empreendedor
10. Reconhecimento e status: Pode compartilhar uma situação em que tenha sentido o reconhecimento social devido ao seu empreendimento? Você considera esse um fator motivacional para empreender?
11. Papéis familiares: Em que medida sua motivação empreendedora está relacionada à tradição familiar ou ao desejo de criar um legado familiar? Você teve alguma influência familiar que te levou a empreender?
12. Insatisfação: Você teve alguma experiência profissional antes de empreender? Quais foram os principais aspectos do seu trabalho anterior que o motivaram a buscar uma alternativa no empreendedorismo?

13. Motivações Comunitárias e Sociais: Você acredita que seu trabalho ajuda as pessoas da comunidade na qual você está inserido?

AGRADECIMENTOS

Aqui, despeço-me e agradeço por essa longa, difícil, mas principalmente incrível e fascinante jornada acadêmica. Que o fim deste ciclo seja o início de muitos outros que estão por vir.

Primeiramente, agradeço a Deus, pois nada é impossível para aqueles que nele creem! Entre os familiares, agradeço principalmente aos meus pais, Marcílio e Damiana, por todo apoio, incentivo e ensinamentos. Em especial, agradeço à minha mãe, que é minha base e esteve e está comigo em todos os momentos da minha vida. Ela é e sempre será minha maior inspiração como mulher. Também quero deixar registrado meus agradecimentos à minha vó Maria do Carmo (in memoriam), que foi para mim um exemplo de força e coragem. Agradeço também a outras duas pessoas que sempre acreditaram que eu seria capaz e me apoiaram ao longo de toda a minha vida: minha irmã Lorena e minha amiga/irmã Gilmara. Obrigada por tudo e por tanto.

Não menos importante, quero expressar minha eterna gratidão a pessoas especiais, amigos e colegas que estiveram presentes ao longo da minha jornada acadêmica: Adeline, Jessica, Silvio, Renata, Allany, Igo, Rauan, Rodrigo, Matheus, Paulo, e em especial Eliane Karla, que esteve comigo do primeiro ao último dia dentro da UEPB. Amo vocês, gratidão.

Aos professores Mateus e Bruna, agradeço imensamente por se disporem a me orientar e me apoiarem, acreditando no meu potencial. Muito obrigada por tudo.

Ademais, deixo aqui expressos meus agradecimentos a todos os professores e educadores que contribuíram para meu aprendizado e formação acadêmica. Vocês foram incríveis.

A todos vocês, meus sinceros agradecimentos. Obrigada.