

Mapeamento das características do empreendedorismo transgênero no Brasil

Mapping the characteristics of transgender entrepreneurship in Brazil

Juh Círico Mestra em Propriedade Intelectual e Transferência de Tecnologia para Inovação. Universidade Federal de Uberlândia (UFU) – Brasil.
<https://orcid.org/0000-0001-9487-8188> juhcirico@gmail.com.

Akira Aikyo Galvão Especialista em Gestão de Pessoas. Universidade de São Paulo (USP) – Brasil. akiraaykiogalvao@gmail.com.
<https://orcid.org/0000-0002-2179-2583>

Sílvia Pereira de Castro Casa Nova Doutora em Controladoria e Contabilidade. Universidade de São Paulo (USP) – Brasil. silvianova@usp.br.
<https://orcid.org/0000-0003-1897-4359>

RESUMO

O objetivo deste artigo é mapear as características do empreendedorismo transgênero no Brasil por meio da análise descritiva dos negócios cadastrados no EmpoderaTrans, plataforma virtual voltada para a divulgação e visibilidade do empreendedorismo de pessoas transgêneras no país. Metodologicamente, a pesquisa é descritiva e exploratória, com uma análise dos conteúdos publicados na plataforma investigada. A amostra é composta por 92 empreendimentos, e os resultados demonstraram que 66% deles se referem a serviços profissionais, sendo que a maior parte dos serviços (31%) são de design gráfico e de edições de imagens e vídeos. Em relação ao alcance geográfico da atuação dos negócios, 29 (32%) atuam a nível nacional por meio da *internet* e 16 (17%) atendem unicamente na cidade de São Paulo. O estudo contribui teoricamente com a ampliação dos estudos de empreendedorismo social e de grupos minorizados, a partir da apresentação das áreas mais empreendidas, dos locais atendidos e do formato dos atendimentos. Além disso, visibiliza a atuação de pessoas trans no empreendedorismo, estimulando a criação de outros imaginários sociais sobre pessoas transgêneras no Brasil que estão tentando acessar outros espaços sociais, para além da prostituição, que é compulsória para 90% de mulheres trans e travestis no país, devido aos preconceitos estruturais enraizados na sociedade, que lhes negam acesso ao mercado de trabalho formal. A originalidade da pesquisa está associada à lacuna na literatura sobre empreendedorismo social, que menciona apenas as pessoas cisgênero como empreendedoras, ficando as pessoas transgêneras, à margem dos estudos de empreendedorismo.

Palavras-chave: Mapeamento. Características empreendedoras. Empreendedorismo transgênero. Transempreendedorismo.

ABSTRACT

The aim of this article is to map the characteristics of transgender entrepreneurship in Brazil through a descriptive analysis of businesses registered on EmpoderaTrans, a virtual platform aimed at publicizing and providing visibility to transgender entrepreneurship in the country.

Methodologically, the research is descriptive and exploratory, involving an analysis of the content published on the investigated platform. The sample consists of 92 enterprises, and the results indicate that 66% of them are related to professional services. Among these services, the majority (31%) are focused on graphic design, as well as image and video editing. Regarding the geographical scope of the businesses' operations, 29 (32%) operate nationwide via the internet, while 16 (17%) operate solely in the city of São Paulo. The study contributes theoretically to the expansion of research on social entrepreneurship and minority groups by presenting the most common areas of entrepreneurship, the locations served, and the format of the services provided. Additionally, it highlights the role of transgender individuals in entrepreneurship, promoting the creation of alternative social narratives about transgender people in Brazil. This is particularly significant given that 90% of trans women and transvestites are compelled into prostitution due to structural prejudices that deny them access to the formal labor market. The originality of the research is associated with the gap in the literature on social entrepreneurship, which typically only mentions cisgender people as entrepreneurs, leaving transgender people on the margins of entrepreneurship studies.

Keywords: Mapping. Entrepreneurial characteristics. Transgender entrepreneurship. Transpreneurship.

Recebido em 07/01/2024. Aprovado em 29/05/2024. Avaliado pelo sistema *double blind peer review*. Publicado conforme normas da APA.
<https://doi.org/10.22279/navus.v14.1840>

1 INTRODUÇÃO

O empreendedorismo transgênero, conceitualmente, se refere aos negócios constituídos e geridos por pessoas transgêneras (trans), que são as pessoas cuja identidade de gênero é diferente do gênero designado ao nascimento, e contempla todas as identidades não-cisgêneras, referente as mulheres trans, travestis, homens trans, transmasculinidades e as diversas identidades das pessoas não-binárias (Círico, 2024).

Ao longo dos anos, diversos estudos sobre empreendedorismo de grupos minorizados foram desenvolvidos, como exemplo, pesquisas sobre o empreendedorismo feminino (Jonathan & Da Silva, 2007; Natividade, 2009; Amorim & Batista, 2012; Alperstedt et al., 2014; Bandeira et al., 2020), o empreendedorismo negro ou afroempreendedorismo (Siqueira et al., 2018; Macêdo et al., 2023; Zanela & Magalhães, 2023), o empreendedorismo indígena (Silva & Almeida, 2019; Silva & Gomes, 2022; Xavier et al., 2022) e o empreendedorismo de Pessoas com Deficiência (PCD) (Dolabela & Torquato, 2015; Santos, 2017; Carvalho & Puppi, 2020).

Contudo, o empreendedorismo de pessoas trans, que são integrantes da comunidade de Lésbicas, Gays, Bissexuais, Travestis, Transgêneros, Transexuais, Queer, Intersexuais, Assexuais, Pansexuais e mais (LGBTQIAP+), tem sido pouco estudado e são sub-representados nas pesquisas de empreendedorismo (Fernandez-Mateo & Kaplan, 2018; Marlow & Martinez Dy, 2018; Chandra & Kerlin, 2021; Darden et al., 2022).

Diante do exposto, com o objetivo de visibilizar o empreendedorismo de pessoas trans e travestis, no Brasil, a TransEmpregos, maior projeto de empregabilidade de pessoas trans no país, lançou o projeto EmpoderaTrans, considerada a primeira rede de empreendedorismo de pessoas trans e travestis, acessada de forma gratuita. O objetivo da ferramenta é incentivar o empoderamento e a autonomia, conectando pessoas empreendedoras e pessoas clientes. Assim, por meio dessa plataforma, pessoas trans e travestis conseguem cadastrar o seu empreendimento e apresentar os serviços e produtos comercializados, além de indicar os meios de contato para que as pessoas clientes possam adquirir os produtos e serviços (EmpoderaTrans, 2023).

Considerando a lacuna identificada na literatura sobre empreendedorismo social que não menciona pessoas transgêneras, enquanto empreendedoras, a incipiência de estudos sobre empreendedorismo transgênero e a existência de uma plataforma que estimula esse empreendedorismo no país, este estudo apresenta a seguinte questão-problema: quais são as características do empreendedorismo transgênero no Brasil? Para responder o problema de pesquisa, o estudo objetiva mapear as características do empreendedorismo transgênero no Brasil. Para isso, analisa-se de forma descritiva a plataforma virtual EmpoderaTrans, que é oriunda de um projeto da TransEmpregos.

O estudo justifica-se pela importância de visibilizar práticas empreendedoras de grupos minorizados, com ênfase em pessoas trans empreendedoras (Fernandez-Mateo & Kaplan, 2018), contribuindo com à literatura incipiente (Marlow & Martinez Dy, 2018; Chandra & Kerlin, 2021), ao ampliar o conhecimento sobre o empreendedorismo de pessoas trans no Brasil. Estimula-se, assim, a criação de outros imaginários sociais em relação as pessoas trans, considerando que 90% das mulheres trans e travestis atuam na prostituição, compulsoriamente, devido às discriminações sistêmicas presentes na cultura de organizações brasileiras (Benevides, 2024).

Darden et al. (2022) salientam que pesquisar sobre pessoas empreendedoras transgêneras traz visibilidade a esta população, que é

marginalizada na sociedade. No campo do empreendedorismo, ainda é pouco incluída e representada e, no campo acadêmico-científico, ainda é pouco estudada. Os autores salientam que indivíduos transgêneros geralmente enfrentam discriminações e disparidades econômicas, o que os leva a empreender por necessidade, buscando assegurar uma possibilidade de sobrevivência econômica em meio ao contexto organizacional excludente e opressor.

Assim, este estudo também convida pesquisadoras e pesquisadores a expandirem seus estudos sobre empreendedorismo não-tradicional de/para/com grupos não-hegemônicos e minorizados em sociedades estruturalmente preconceituosas e colonizadoras. Na sequência, são apresentadas a revisão da literatura sobre empreendedorismo no Brasil e o empreendedorismo transgênero, além dos aspectos metodológicos, análise e discussão dos resultados e, para finalizar, apresenta-se as considerações e referências.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Nesta seção são apresentados estudos sobre a realidade de pessoas trans e travestis no Brasil que são atravessadas por opressões relacionadas à gênero, raça e classe no país (Benevides, 2024), bem como, discute-se sobre o empreendedorismo como ferramenta emancipatória para essa população na sociedade brasileira.

2.1 A realidade de pessoas transgêneras e travestis no Brasil

A realidade econômica e social de pessoas trans e travestis no Brasil é marcada por séculos de exclusão e marginalização. Desde o século XVI, pessoas que não se identificavam com o gênero designado ao nascimento tinham a sua dignidade humana ceifada pela transfobia estrutural na sociedade, que impuseram limitações sobre os seus corpos e trajetórias pautadas em uma cisgeneridade compulsória (De Jesus, 2013).

Ainda no século XVI, Xica Manicongo, considerada a primeira travesti negra do Brasil, foi acusada pelo código penal vigente, as chamadas Ordenações Manuelinas, que equiparavam a sodomia ao crime de lesa-majestade, por não corresponder às normas binárias de gênero, tendo a sua existência violada e a sua história apagada “nos cadernos contábeis que abafaram a sua liberdade” (De Jesus, 2019, p. 6).

As intersecções que atravessaram a existência de Xica são as mesmas que foram propagadas ao longo da história, e ainda hoje, impactam negativamente a vida de milhares de travestis e mulheres trans que têm a sua dignidade invalidada pela transfobia e o racismo estrutural que operam na sociedade brasileira (Almeida, 2019; Nascimento, 2021). Akotirene (2019) e Collins (2017), pesquisadoras na temática de interseccionalidade, afirmam que a discriminação racial, de gênero e classe são atravessamentos que atuam promovendo o apagamento de identidades femininas negras nos ambientes de convivência social. Argumentamos que o mesmo acontece com as identidades femininas trans e travestis.

Séculos depois, na ditadura civil-militar brasileira (1964-1985), travestis e mulheres trans foram perseguidas, torturadas e mortas, assim como, outras identidades dissidentes de gênero (Lopes, 2016). De acordo com o Relatório da Comissão Nacional da Verdade (CNV), a violência e opressão contra travestis, mulheres trans e também identidade trans masculinas, foi legitimada pelo discurso de que a existência e a circulação das identidades

não hegemônicas “constituíam uma ameaça à segurança nacional, à família, à moral prevalente e aos bons costumes” (Silva & Costa, 2017, p. 215).

Diante do contexto, travestis e mulheres trans são historicamente retratadas como pessoas violentas e hipersexualizadas, figuras essas que constituem no imaginário social, compondo uma imagem distorcida, que não corresponde à realidade dessas pessoas. Ademais, devido aos séculos de ações discriminatórias no/pelo Estado e ao apagamento social decorrente da transfobia estrutural, famílias conservadoras abandonam meninas trans e travestis, expulsando-as de suas casas em média aos 13 anos de idade. Assim, ainda muito jovens, são lançadas às ruas, sem suporte financeiro, familiar e educacional, sendo então a prostituição e o trabalho informal, as alternativas que encontram para a sua sobrevivência (Benevides & Nogueira, 2021).

Atualmente, o Brasil ocupa pelo 15º ano consecutivo a posição do país que mais assassina e suicida pessoas trans e travestis em todo o mundo, seguido pelos Estados Unidos e México. O levantamento feito pela organização *Transgender Europe* (TGEU) aponta que em 31% de todos os casos de assassinato que aconteceram no Brasil, 94% das vítimas eram travestis e mulheres trans, e 80% das vítimas eram pessoa racializadas (TGEU, 2023).

Pessoas trans e travestis, majoritariamente as identidades femininas e negras, são historicamente negligenciadas pelas políticas públicas e pelos programas de inclusão social. Pessoas abandonadas à própria sorte em ambientes hostis e violentos, como as ruas, onde ocorre a maior parcela dos assassinatos contra essa população (TGEU, 2023).

Portanto, estudar sobre empreendedorismo transgênero é também visibilizá-lo como uma ferramenta para a emancipação dessas pessoas na sociedade. É igualmente um convite para que a sociedade e as pessoas repensem os imaginários sociais sobre essa população, composta por profissionais que também atuam no empreendedorismo, com a produção e a comercialização de produtos e a prestação de serviços.

2.2 Transempreendedorismo como ferramenta emancipatória

A existência de pessoas trans e travestis, embora repetidamente associada pela transfobia estrutural aos espaços de prostituição e de violência, não se limita, nem tampouco corresponde a esses ambientes. O empreendedorismo transgênero surge como uma ferramenta de emancipação política da população trans e travesti diante da expulsão do mercado de trabalho formal conservador e transfóbico no Brasil (Benevides, 2024; Paniza & Moresco, 2022; Prado & Dangelo, 2017; Quinellato & York, 2023).

No mercado de trabalho formal brasileiro, pessoas trans e travestis enfrentam uma série de discriminações relacionadas à identidade de gênero, em decorrência da posição social e econômica construída no imaginário político e organizacional, direcionada a corpos dissidentes que, portanto, não correspondem ao padrão patriarcal, racista e transfóbico absorvido e reproduzido pelas organizações no Brasil (Prado & Dangelo, 2017).

As interseccionalidades que atravessam a existência de pessoas trans e travestis em uma sociedade permeada por preconceitos e discriminações produzem o sentimento de não-pertencimento e não-lugar, ou seja, da imposição de estar em espaços não pensados e projetados para receber e acolher corpos dissidentes de gênero. Assim questiona-se: poderia uma travesti negra, expulsa de casa aos 13 anos de idade, sem escolaridade e formação, sem residência fixa, sem documentos retificados e sem contato alternativo ou

autopercepção de dignidade, concorrer a vagas de emprego no mercado de trabalho formal?

Pedra (2020) faz um destaque para como pessoas trans e travesti percebem a sua própria dignidade humana por estarem inseridas em uma sociedade que invalida diariamente as suas existências por atitudes e práticas diretas e indiretas de transfobia. Se, de um lado, temos empresas com ações transfóbicas; do outro, temos uma sociedade que incansavelmente reproduz o ódio contra pessoas trans e travestis, sendo tanto diretamente, negando o uso do nome social, e expulsando e violando direitos básicos, ou indiretamente, por meio de discursos meritocráticos e ausência de competência acadêmica e profissional (Benevides, 2024; Prado & Dangelo, 2017).

No mercado de trabalho formal, pessoas trans e travestis estão sujeitas ao julgamento e à reprovação de terceiros (os Outros), majoritariamente pessoas cisgêneras masculinas, uma vez que, segundo o Dossiê da Associação Nacional de Travestis e Transexuais (ANTRA), apenas 4% da população trans e travesti está inserida no mercado de trabalho formal no Brasil (Benevides, 2021). O empreendedorismo, por sua vez, surge como uma possibilidade de contornar a transfobia organizacional. Vale ressaltar que não se trata de uma garantia de não-transfobia, mas sim de uma oportunidade de reivindicar direitos sem temer pela demissão ou violência empresarial, e de garantir um meio de obtenção de renda para a sobrevivência, talvez em seus próprios termos, conquistando um espaço dissidente para um corpo dissidente.

No empreendedorismo, pessoas trans e travestis também desenvolvem relações sociais e comerciais, estando ainda sujeitas a episódios de transfobia. Contudo, o poder e a autonomia empreendedora permitem que decisões sejam tomadas sem depender da anuência de outros (ou seja, de pessoas cisgênero). Assim, considerando que o cenário brasileiro oprime pessoas trans e travestis, Campelo et al. (2022) salientam que o empreendedorismo é uma forma de obtenção de autonomia e segurança para essa população.

Diante do exposto, o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE, 2023) destaca que o empreendedorismo tem se tornado uma opção de protagonismo sobre a própria carreira para pessoas trans e travestis que visam se distanciar da transfobia organizacional e das tentativas frustrantes de ingressar no mercado de trabalho formal no Brasil. De acordo com a entidade, pessoas trans e travestis que investem no próprio empreendimento têm como objetivo comum a geração de renda e uma vida digna, corroborando com estudos de Campelo et al. (2022) e Prado e Dangelo (2017).

2.3 EmpoderaTrans

EmpoderaTrans é uma plataforma virtual que foi desenvolvida pela TransEmpregos, maior banco de vagas exclusivas para pessoas trans do Brasil. Trata-se de uma ferramenta de empoderamento e de autonomia para pessoas trans do Brasil através do empreendedorismo de atuação e alcance local/municipal, estadual e nacional, no formato presencial e remoto. O cadastro na plataforma EmpoderaTrans é gratuito para as pessoas trans e travestis, para que possam divulgar seus serviços, produtos revendidos e de produção própria.

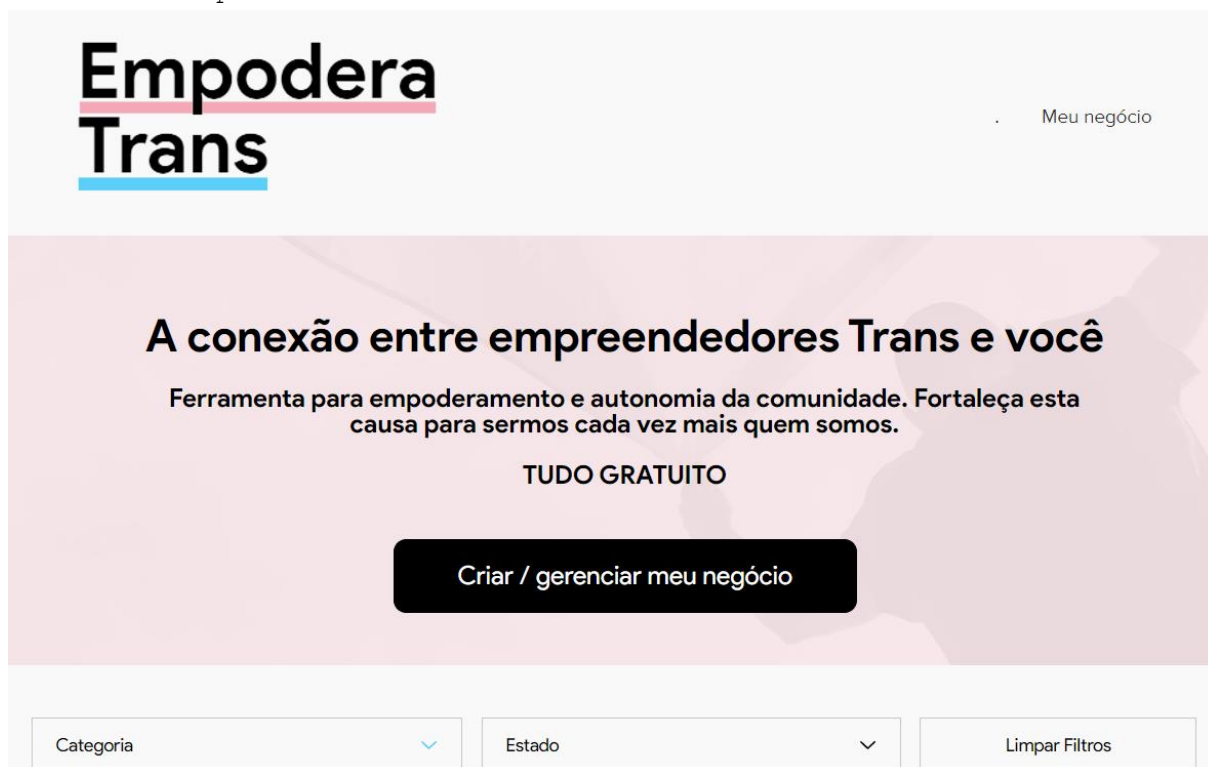
Marcia Rocha, uma das idealizadoras do TransEmpregos, relata que a ideia surgiu de uma conversa com João Nery, na qual ele mencionou um homem transgênero de Minas Gerais, Paulo Bevilacqua, que tinha “uma ideia de como criar um site específico para ajudar pessoas trans a conseguir emprego” (Maira et al., 2022, p. 123). Ela compartilha que trouxe um rapaz para a casa dela, além de convidar um grupo de ativistas - “juntos, idealizamos a Transempregos,

projeto que, mais tarde, buscaria a conscientização de empresas sobre essa questão” (Moirá et al., 2022, p. 123), e que na atualidade possui alcance nacional.

Na Figura 1, apresenta-se a página inicial do *website* da EmpoderaTrans, para a compreensão acerca dos principais itens e funcionalidades da plataforma virtual.

Figura 1

Plataforma EmpoderaTrans



Fonte: plataforma EmpoderaTrans. Recuperado de:
<https://www.empoderatrans.com.br/>.

Por ser uma ferramenta de uso gratuito para pessoas trans brasileiras, observa-se o impacto social e econômico gerado pela plataforma na vida dessas pessoas, ferramenta esta que visibiliza os empreendimentos constituídos e geridos por pessoas trans e travestis, sendo um espaço que possibilita as conexões entre pessoas trans e travestis e seus potenciais clientes.

3 METODOLOGIA

A pesquisa é de natureza descritiva e exploratória, com abordagem quantitativa. Para a busca das informações, utilizou-se da estratégia de análise de conteúdos virtuais, envolvendo a análise de todos os empreendimentos cadastrados no *website* da plataforma EmpoderaTrans. Na página inicial do *website* há dois filtros para buscas, “categoria” e “Estado” do Brasil, respectivamente. As buscas foram realizadas do dia 10 de setembro a 30 de setembro de 2023. Os dados foram filtrados e organizados com a utilização de uma planilha eletrônica, por meio da ferramenta *Microsoft Excel*.

Kripka et al. (2015) salientam que a pesquisa documental trata-se de um procedimento que auxilia na compreensão de uma realidade social, bem como, sobre a produção de determinado conhecimento por meio da análise de diversos

tipos de documentos. Nesta pesquisa, os documentos analisados se referem às páginas eletrônicas do website do EmpoderaTrans, que possuem informações relevantes para o mapeamento das características do empreendedorismo transgênero.

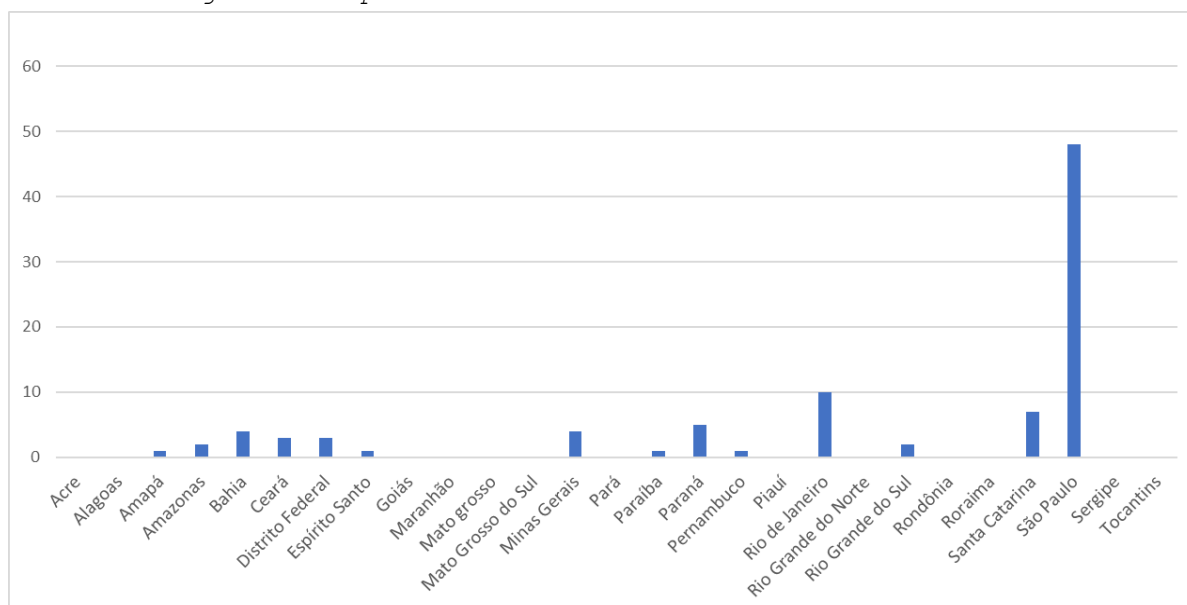
Portanto, para a análise dos dados, utilizou-se dos dois filtros da plataforma, primeiramente foi filtrado "Categoria do negócio" e o segundo filtro referente ao "Estado do Brasil e Distrito Federal". Ao todo, há 6 categorias inseridas na plataforma que foram filtradas uma de cada vez. As categorias são: i) alimentos e bebidas, ii) moda e acessórios, iii) produtos e objetos, iv) serviços profissional, v) beleza e cuidados pessoais, vi) outros, no entanto, identificou-se que a categoria "outros" se referiam a produtos e serviços já contemplados em categorias anteriores, neste sentido, as informações dessa categoria foram inseridas nas outras categorias para melhor compreensão e visualização dos dados. Assim, cinco categorias serão apresentadas na seção a seguir.

Ao acessar cada empreendimento na plataforma, foram coletados dados sobre: i) local de origem dos empreendimentos, ii) categoria dos empreendimentos, iii) tipo de empreendimento e, iv) forma e alcance do atendimento aos clientes/consumidores/tomadores de serviços. Informações pessoais em relação ao nome da pessoa, nome da marca, telefone, e-mail e website dos empreendimentos não foram coletadas e não serão compartilhadas, considerando que não fazem parte do escopo do estudo. O foco está nas características dos empreendimentos em relação à: área de atuação empreendedora, descrição das atividades e o local de atendimento, no tocante ao nível municipal, estadual e nacional.

Na Figura 2 é apresentada a quantidade de empreendimentos cadastrados no EmpoderaTrans, organizados por Estado e Distrito Federal no Brasil. Verifica-se que grande parte dos negócios de pessoas transgêneras e travestis estão localizados em grandes centros. Observa-se a presença do empreendedorismo transgênero cadastrado no EmpoderaTrans em 14 Estados brasileiros e no Distrito Federal, e a ausência em 12 Estados do país, com maior concentração de ausências na Região Nordeste e Região Norte do Brasil.

Figura 2

Local de origem dos empreendimentos



Observa-se que, das cinco regiões brasileiras, apenas a Região Sul possui pessoas trans cadastradas na plataforma EmpoderaTrans em todos os seus estados. Além disso, apesar de São Paulo ser o estado mais violento para pessoas trans e travestis em todo o Brasil (Benevides, 2024), possui o maior número de cadastro de pessoas trans empreendedoras, se comparado com os outros estados, sendo que 48 (52%) dos empreendimentos estão localizados em São Paulo, seguido do Rio de Janeiro com 10 (9%) empreendimentos cadastrados.

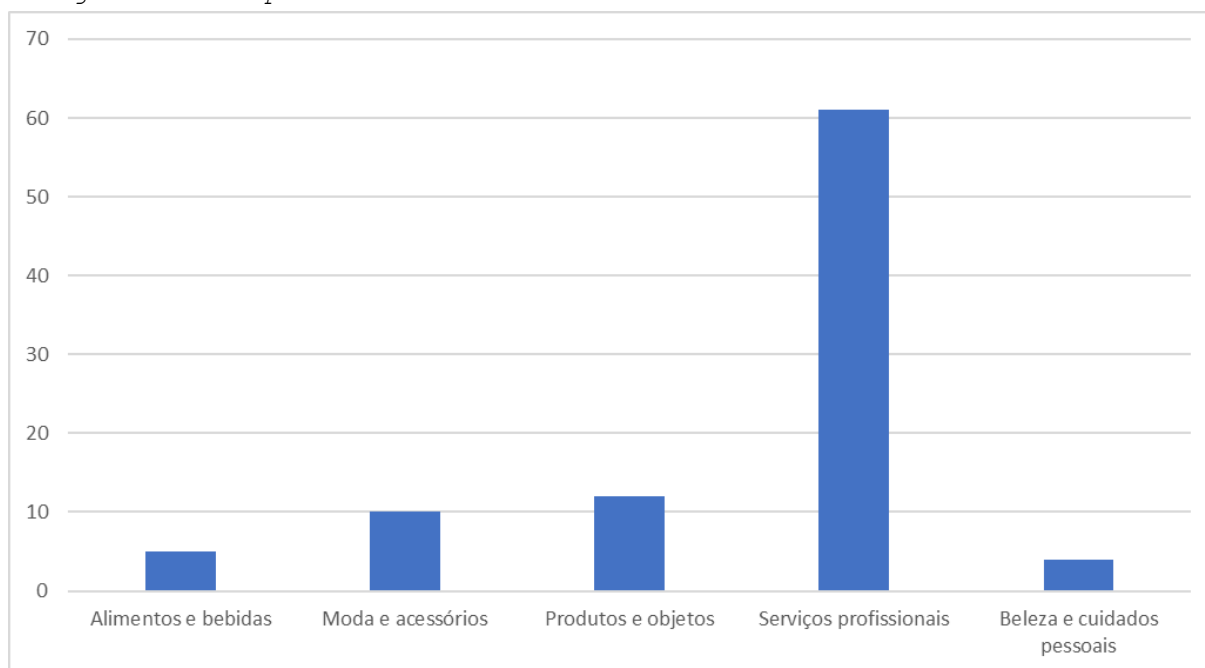
4 ANÁLISE DOS RESULTADOS

Os resultados das filtragens são apresentados em gráficos e figuras para compreensão acerca das características do empreendedorismo transgênero brasileiro que estão cadastrados na plataforma EmpoderaTrans. Na Figura 3 são apresentadas as cinco categorias que foram filtradas nessa ferramenta.

Destaca-se que na plataforma havia ainda a categoria "outro", no entanto, após analisar as informações dos 9 negócios nessa categoria, identificou-se que também fazem parte das outras categorias, então foram realocadas para melhor análise dos conteúdos e compreensão dos dados inseridos no EmpoderaTrans.

Figura 3

Categoria dos empreendimentos



Em relação às categorias analisadas, dos 92 empreendimentos, 61 (66%) estão relacionados a serviços profissionais, sendo que a maior parte dos serviços (cerca de 30%) se refere a empreendimentos de design gráfico e de edições de imagens e vídeos, conforme apresentado na Figura 4. Nesta figura, são apresentados os tipos de serviços prestados por pessoas trans empreendedoras, bem como, o local de atendimento, referente ao nível local/municipal, estadual e nacional (Brasil). Nas figuras, os tipos de empreendimentos estão organizados por ordem alfabética.

Figura 4

Categoria: Serviços

Categoria	Tipo de empreendimento	Atendimento
serviços	Arquitetura	São Paulo
serviços	Artista	São Paulo - SP
serviços	Consultoria em Diversidade e Inclusão	Brasil
serviços	Contabilidade	São Paulo - SP
serviços	Criação de currículo	São Paulo
serviços	Desenhista	São Paulo - SP
serviços	Desenhista	Santa Catarina
serviços	Design	Brasil
serviços	Design	Minas Gerais
serviços	Design	Rio de Janeiro- RJ
serviços	Design	Rio de Janeiro- RJ
serviços	Design	Salvador - BA
serviços	Design	São Paulo - SP
serviços	Design	São Paulo - SP
serviços	Design	Rio de Janeiro e São Paulo
serviços	Design	Distrito Federal - DF
serviços	Design	Belo Horizonte - MG
serviços	Design	Brasil
serviços	Design	Brasil
serviços	Design	Santa Catarina
serviços	Design	Salvador - BA
serviços	Design	Brasil
serviços	Design	Brasil
serviços	Design	Brasil
serviços	Design	Nova Friburgo - RJ
serviços	Educacional	Vitória - ES
serviços	Educacional	Brasil
serviços	Educacional	Brasil
serviços	Educacional	Sorocaba - SP
serviços	Educacional	Distrito Federal - DF
serviços	Educacional	Niterói - RJ

Categoria	Tipo de empreendimento	Atendimento
serviços	Educacional	Brasil
serviços	Educacional	Brasil
serviços	Educacional	São Carlos - SP
serviços	Educacional	Brasil
serviços	Educacional	Brasil
serviços	Eventos	Brasil
serviços	Esotéricos	Brasil
serviços	Esotéricos	Osasco - SP
serviços	Esotéricos	Curitiba - PR
serviços	Esotéricos	São Paulo - SP
serviços	Fotografia	Guarulhos - SP
serviços	Fotografia	Salvador - BA
serviços	Fotografia	Paraíba
serviços	Fotografia	São Paulo - SP
serviços	Hotelaria animal	São Paulo - SP
serviços	Marketing	Brasil
serviços	Marmitex	Diadema - SP
serviços	Massoterapia	São Paulo - SP
serviços	Nutrição	Ribeirão Preto - SP
serviços	Nutrição	Brasil
serviços	Nutrição	Taubaté - SP
serviços	Psicologia	Curitiba - PR
serviços	Psicologia	Brasil
serviços	Psicologia	Brasil
serviços	Social Media	Brasil
serviços	Social Media	Santa Catarina
serviços	Social Media	Brasil
serviços	Social Media	Ceará
serviços	Tatuagem	Curitiba - PR
serviços	Web designer	Campinas - SP

Como pontuado anteriormente, a maior parte dos serviços prestados (31%) se referem a empreendimentos de design gráfico e de edições de imagens e vídeos, seguidos por serviços educacionais. Os serviços educacionais se referem a cursos e treinamentos profissionais que são ministrados pela

internet, sendo que dos 11 serviços educacionais, 6 são de atuação remota no nível de Brasil e 5 empreendimentos são de atuação no nível local/municipal. Apenas um empreendimento está relacionado à prestação de serviços de contabilidade, atuando no município de São Paulo. Dos 61 empreendimentos na categoria serviços, 21 (34%) dos empreendimentos atuam remotamente, no nível de Brasil. Na Figura 5 é detalhado o tipo de empreendimento e o atendimento para a categoria de Alimentos e bebidas, composta por cinco empreendimentos.

Figura 5
 Categoria: Alimentos e bebidas

Categoria	Tipo de empreendimento	Atendimento
Alimentos e bebidas	Produtos veganos artesanais	Porto Alegre - RS
Alimentos e bebidas	Hortifruti	Campinas - SP
Alimentos e bebidas	Restaurante e cafeteria	São Paulo - SP
Alimentos e bebidas	Queijaria	Santos - SP
Alimentos e bebidas	Lancheria	São Paulo - SP

Na categoria alimentos e bebidas, observa-se que a atuação empreendedora é exclusivamente local/municipal. No entanto, os avanços tecnológicos relacionados à compra on-line possibilita aos clientes/consumidores adquirirem produtos, tais como alimentos e bebidas mencionados, pelo celular e receber os produtos em suas residências. A Figura 5 apresenta negócios do setor de comércio, e com diferentes nichos de atuação. Os negócios dessa categoria representam 5% do total dos empreendimentos cadastrados na plataforma EmpoderaTrans. Na Figura 6, apresenta-se a categoria moda e acessórios, que representa 9% dos empreendimentos cadastrados. Estão também organizados por ordem alfabética de tipo de empreendimento.

Figura 6
 Categoria: Moda e acessórios

Categoria	Tipo de empreendimento	Atendimento
Moda e acessórios	Ateliê	Rio de Janeiro - RJ
Moda e acessórios	Brechó	Brasil
Moda e acessórios	Loja de confecções	Fortaleza - CE
Moda e acessórios	Loja de confecções	São Paulo - SP
Moda e acessórios	Loja de confecções	Brasil
Moda e acessórios	Loja de confecções	Brasil
Moda e acessórios	Loja de confecções	São Paulo - SP
Moda e acessórios	Loja de confecções	Brasil
Moda e acessórios	Loja de confecções	Brasil
Moda e acessórios	Loja de confecções	Sertãozinho - SP

Dos empreendimentos cadastrados na categoria moda e acessórios, 80% se referem a lojas de confecções. Nesta categoria, observa-se que 50% dos negócios atuam com o modelo e-commerce, em nível de Brasil. Esses resultados corroboram com o exposto por Ferreira e Del Mouro (2022) que destacam que o e-commerce, também chamado de comércio digital, tem ganhado cada vez mais espaço no contexto das empresas do setor de comércio que estão buscando inovar por meio da utilização de ferramentas digitais. A utilização dessas ferramentas visa alcançar melhores resultados econômicos e financeiros, mantendo a sustentabilidade dos negócios, em uma economia em que as pessoas consumidoras estão cada vez mais comprando produtos pela internet.

Portanto, empresas que operam pelo comércio eletrônico, tendem a vender seus produtos para clientes a nível nacional e/ou internacional. Na Figura 7 estão detalhados os empreendimentos da categoria Produtos e objetos, composta por doze empreendimentos.

Figura 7

Categoria: Produtos e objetos

Categoria	Tipo de empreendimento	Atendimento
Produtos e objetos	Artesanato	Brasil
Produtos e objetos	Confecção de máscaras	São Paulo - SP
Produtos e objetos	Confecção de máscaras	Santa Catarina
Produtos e objetos	Fotos em polaroid	Belo Horizonte - MG
Produtos e objetos	Pinturas	São Paulo - SP
Produtos e objetos	Pinturas	Florianópolis - SC
Produtos e objetos	Pinturas	Florianópolis - SC
Produtos e objetos	Pinturas	Pernambuco
Produtos e objetos	Produtos artesanais	Brasil
Produtos e objetos	Produtos artesanais	São Paulo - SP
Produtos e objetos	Produtos artesanais	Ourinhos - SP
Produtos e objetos	Produtos personalizados	Santa Catarina

Na categoria de Produtos e objetos, 4 empreendimentos estão relacionados à venda de produtos relacionados a pinturas e 3 negócios estão associados à venda de produtos artesanais. Dos doze empreendimentos mencionados, 2 atuam em nível nacional, três em nível estadual e 7 negócios atuam em nível local/municipal. A Figura 8 detalha os empreendimentos da categoria Beleza e cuidados pessoais, composta por 4 negócios.

Figura 8

Categoria: Beleza e cuidados pessoais

Categoria	Tipo de empreendimento	Atendimento
Beleza e cuidados pessoais	Ateliê	Brasil
Beleza e cuidados pessoais	Barbearia	Santo André- SP
Beleza e cuidados pessoais	Bronzeamento natural	Macapá - AP
Beleza e cuidados pessoais	Salão de beleza	Hortolândia - SP

Na categoria Beleza e cuidados pessoais, observa-se que dos 4 empreendimentos cadastrados no EmpoderaTrans, 2 negócios atuam localmente em municípios do Estado de São Paulo.

Após mapeamento das categorias do empreendedorismo transgênero, dos tipos de empreendimentos e do nível de atendimento (local/municipal, estadual, nacional), entende-se que a plataforma EmpoderaTrans tem contribuído para a visibilidade das práticas empreendedoras de pessoas que são invisibilizadas na sociedade brasileira, para além do empreendedorismo, em uma sociedade transfóbica, por serem transgêneras e travestis. Portanto, iniciativas tais como a plataforma pesquisada, tendem a impactar positivamente para o (re)pensar sobre a importância da criação de outros imaginários sociais sobre a atuação de pessoas transgêneras e travestis no Brasil.

5 DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Após a análise descritiva dos resultados, discute-se como as figuras apresentadas se correlacionam. Observa-se que a maioria das figuras apresentam a atuação empreendedora concentrada principalmente no eixo geográfico São Paulo-Rio de Janeiro, no formato de atendimento local, estadual e nacional com o uso do comércio eletrônico (e-commerce).

Uma explicação para a significativa participação de empreendimentos que atuam com serviços virtuais e venda de produtos pelo e-commerce está associada as mudanças ocorridas no mercado a partir da pandemia de COVID-19, que globalmente fez com que, principalmente as micro e pequenas empresas transformassem digitalmente e rapidamente o modelo de negócio (Rodrigues & Júnior, 2021), para o atendimento on-line, com entregas *delivery* e via e-commerce com venda e revenda de produtos a nível nacional e internacional. Observa-se que em todas as figuras, não há empreendimentos que internacionalizam seus produtos ou serviços.

Ademais, identificou-se que as principais áreas de atuação do empreendedorismo e que se correlacionam entre as figuras refere-se às áreas das artes, humanas e beleza, referente a moda, artesanato, pinturas, design, social media e serviços educacionais. Neste sentido, questiona-se: Seriam estas áreas mais acolhedoras, inclusivas e com clientes/consumidores mais conscientes e respeitosos acerca da diversidade de gêneros existente? Considerando o público mais conscientizado, seriam estas áreas com maiores potenciais de escalabilidade para os empreendimentos de pessoas trans e travestis?

Observa-se que as figuras também revelam as ausências e incipiências quantos às áreas com poucos ou sem empreendimentos cadastrados na plataforma, como exemplo, a área contábil que apresenta apenas 1 empreendimento cadastrado. Esse fato corrobora com o estudo de Círico (2024) sobre os desafios enfrentados por pessoas trans e travestis em ambientes contábeis organizacionais, incluindo o empreendedorismo contábil. Além disso, na área de negócios/business, não foram identificados empreendimentos relacionados a finanças e serviços administrativos.

Entende-se que as áreas mais opressoras, com preconceitos e discriminações sistêmicas são as áreas pouco ou não empreendidas por pessoas trans e travestis no Brasil. Isso é relevante porque, em áreas onde uma grande parte dos possíveis clientes/consumidores não respeita e não inclui a diversidade de identidades de gênero, dificilmente irão adquirir serviços e consumir produtos dos negócios constituídos e geridos por pessoas trans e travestis no país.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Considerando que a literatura apresenta a invisibilidade de pessoas transgêneras no campo dos estudos do empreendedorismo e que, por outro lado, há iniciativas para incentivar as práticas empreendedoras de pessoas trans e travestis, como a plataforma EmpoderaTrans, este estudo objetivou mapear as características do empreendedorismo transgênero no Brasil por meio da análise descritiva dos negócios cadastrados no EmpoderaTrans. Após a descrição dos dados, uma discussão foi apresentada acerca das áreas empreendedoras que podem ser mais ou menos acolhedoras e inclusivas para pessoas trans e travestis a partir da correlação entre as figuras apresentadas.

Sobre a plataforma objeto de análise, identificou-se que se refere a uma ferramenta de empoderamento e de autonomia para pessoas trans e travestis, sendo de grande importância compreender as iniciativas voltadas para o atendimento dessa população dissidente, para entender quais são as principais características dos negócios empreendidos, nominando-os e dando visibilidade às potencialidades dessas pessoas nas pesquisas administrativas.

Um dos aprendizados centrais deste estudo é sobre a compreensão das múltiplas áreas que pessoas trans e travestis estão atuando com o empreendedorismo no Brasil. Esses dados podem contribuir para a construção de outros imaginários sociais sobre a população trans que é estigmatizada no país e vista apenas no contexto da prostituição. O estudo apresenta um rompimento de barreiras, ao visibilizar as potencialidades trans e travestis no empreendedorismo brasileiro. Outro aprendizado refere-se a identificação das áreas mais e menos abertas para essa população poder empreender.

Neste sentido, este estudo contribuiu para a ampliação do conhecimento acerca do empreendedorismo transgênero no Brasil, demonstrando que essa população também pode atuar como empreendedora. Isso representa uma forma de resistência em um país que é conhecido como o mais violento para essas pessoas, possibilitando que ocupem diversos espaços sociais, incluindo o empreendedorismo.

A limitação do estudo se refere ao mapeamento de uma única plataforma do Brasil, considerando que não foi identificadas outras iniciativas voltadas ao empreendedorismo transgênero no país, além da limitação teórica, dado que são poucos os estudos desenvolvidos sobre empreendedorismo transgênero e estes também apontam para a incipiência e invisibilização de estudos na área

de negócios sobre grupos minorizados, em especial, sobre pessoas trans e travestis.

Para estudos futuros, visualiza-se a possibilidade de mapear outras plataformas e iniciativas voltadas ao empoderamento de outros grupos minorizados, tais como: pessoas negras (pretas e pardas), Pessoas com Deficiência (PcD) e de pessoas Lésbicas, Gays, Bissexuais, Pansexuais e Assexuais cisgêneros, além de estudos comparativos, analisando o contexto brasileiro com outros contextos internacionais. Outra possibilidade é entrevistar empreendedores e empreendedoras trans para compreender os desafios e oportunidades, fatores facilitadores e dificultadores que enfrentam em suas trajetórias.

REFERÊNCIAS

- Akotirene, C. (2019). *Interseccionalidade*. Pólen Produção Editorial LTDA.
- Alperstedt, G. D., Ferreira, J. B., & Serafim, M. C. (2014). Empreendedorismo feminino: dificuldades relatadas em histórias de vida. *Revista de Ciências da Administração*, 16(40), 221-234. <http://dx.doi.org/10.5007/2175-8077.2014v16n40p221>.
- Almeida, S. (2019). *Racismo estrutural*. Pólen Produção Editorial LTDA.
- Amorim, R. O., & Batista, L. E. (2012). Empreendedorismo feminino: razão do empreendimento. *Núcleo de Pesquisa da FINAN*, 3(3), 1-14.
- Bandeira, P. B., Amorim, M., & de Oliveira, M. Z. (2020). Empreendedorismo feminino: estudo comparativo entre homens e mulheres sobre motivações para empreender. *Revista Psicologia: Organizações e Trabalho*. <https://doi.org/10.17652/rpot/2020.3.19694>.
- Bandeira, P. V. R., & Silva, T. S. (2023). Motivações para o Empreendedorismo: Necessidade e Oportunidade. ID on line. *Revista de psicologia*, 17(66), 190-208. <https://doi.org/10.14295/idonline.v17i66.3771>.
- Benevides, B. G. (2024). *Assassinatos e violência contra travestis e transexuais brasileiras em 2023*. Brasília: Distrito Drag, ANTRA.
- Benevides, B. G., & Nogueira, S. N. B. (2021). *Assassinatos e violência contra travestis e transexuais brasileiras em 2020*. São Paulo: Expressão Popular, ANTRA, IBTE.
- Carvalho, M. G., & Puppi, H. (2020). Fatores de adaptação do programa Empreenda para Pessoas com Deficiência. *Anais Simpósio de Pesquisa e Seminário de Iniciação Científica*, 1(5). <https://sppaic.fae.edu/sppaic/article/view/110>.
- Campelo, A. M., Feliciano, E. S., & da Penha, K. M. (2022). Inclusão Social: Desafios de Pessoas Transgênero no Ambiente de Trabalho. *RevistaVox Metropolitana*.
- Chandra, Y., & Kerlin, J. A. (2021). Social entrepreneurship in context: pathways for new contributions in the field. *Journal of Asian Public Policy*, 14(2), 135-151. <https://doi.org/10.1080/17516234.2020.1845472>.
- Círico, Juh. (2024). *Vozes da resistência: vivências de pessoas transgêneras e travestis na contabilidade brasileira* (Tese de Doutorado em Ciências Contábeis). Universidade Federal de Uberlândia. <http://doi.org/10.14393/ufu.te.2024.280>.

- Collins, P. H. (2017). Se perdeu na tradução? Feminismo negro, interseccionalidade e política emancipatória. *Parágrafo*, 5(1), 6-17.
- Darden, B. B., Kellermanns, F. W., & Best, E. L. (2022). Entrepreneurial fear of failure: Transgender versus cis-gender entrepreneurs. *Journal of Business Venturing Insights*, 18, e00332. <https://doi.org/10.1016/j.jbv.2022.e00332>.
- De Jesus, J. G. (2013). Transfobia e crimes de ódio: Assassinatos de pessoas transgênero como genocídio. *História agora*, 16, 101-123.
- De Jesus, J. G. (2019). Xica Manicongo: a transgeneridade toma a palavra. *Revista Docência e Cibercultura*, 3(1), 250-260.
- Dolabela, F., & Torquato, C. (2015). *Empreendedorismo Sem Fronteiras—Um Excelente Caminho para Pessoas com Deficiência*. Alta Books Editora.
- EmpoderaTrans. A conexão entre empreendedores trans e você. 2023. Disponível em: <https://www.empoderatrans.com.br/>. Acesso em 12 set. 2023.
- Fernandez-Mateo, I., & Kaplan, S. (2018). Gender and organization science: Introduction to a virtual special issue. *Organization Science*, 29(6), 1229-1236. <https://doi.org/10.1287/orsc.2018.1249>.
- Ferreira, A. G., & Del Mouro, N. F. (2022). Empreendedorismo digital: a utilização do e-commerce como ferramenta de vendas durante a crise. *Revista Livre de Sustentabilidade e Empreendedorismo*, 7(4), 176-200.
- Jonathan, E. G., & da Silva, T. M. (2007). Empreendedorismo feminino: tecendo a trama de demandas conflitantes. *Psicologia & Sociedade*, 19, 77-84. <https://doi.org/10.1590/S0102-71822007000100011>.
- Kripka, R. M. L, Scheller, M., & Bonotto, D. L. (2015). Pesquisa documental na pesquisa qualitativa: conceitos e caracterização. *Revista de Investigaciones de la UNAD*, 14(2).
- Lopes, F. H. (2016). Travestilidades e ditadura civil-militar brasileira. Apontamentos de uma pesquisa. *Esboços: histórias em contextos globais*, 23(35), 145-167.
- Macêdo, N. E., Alves, R. A., & Campos, G. (2023). Empreendedorismo Negro: Perfil dos empreendedores autodeclarados negros em dois municípios mineiros. *Revista de Empreendedorismo e Gestão de Micro e Pequenas Empresas*, 8(1), 37-65.
- Marlow, S., & Martinez Dy, A. (2018). Annual review article: Is it time to rethink the gender agenda in entrepreneurship research?. *International Small Business Journal*, 36(1), 3-22. <https://doi.org/10.1177/0266242617738321>.
- Moira, A., Nery, J. W., Rocha, M., & Brant, T. (2022). *Vidas trans: a luta de transgêneros brasileiros em busca de seu espaço social*. Astral Cultural.
- Nascimento, L. (2021). *Transfeminismo*. Editora Jandaíra.
- Natividade, D. R. D. (2009). Empreendedorismo feminino no Brasil: políticas públicas sob análise. *Revista de Administração Pública*, 43, 231-256. <https://doi.org/10.1590/S0034-76122009000100011>.

- Paniza, M. D. R., & Moresco, M. C. (2022). À margem da gestão da diversidade? Travestis, transexuais e o mundo do trabalho. *Revista de Administração de Empresas*, 62. <http://dx.doi.org/10.1590/S0034-759020220305>.
- Pedra, C. B. (2020). *Direitos LGBT: a LGBTfobia estrutural e a diversidade sexual e de gênero no direito brasileiro*. Editora Appris.
- Prado, A. P. L., & Dangelo, I. B. D. M. (2017). A inclusão no mercado de trabalho da pessoa transgênero e a "dolorosa" arte de ser normal. *Revista de Gênero, Sexualidade e Direito*, Brasília, 3(1), 58-78.
- Rodrigues, G. P. de A., & Júnior, D. S. G. (2021). Transformação digital em pequenos negócios no contexto da pandemia da COVID-19: uma revisão da literatura. *Desenvolve Revista de Gestão do Unilasalle*, 10(3), 1-11.
- Santos, W. R. (2017). Pessoas com deficiência e inclusão no trabalho na América Latina: desafios à universalização dos direitos/People with disabilities and work inclusion in Latin America: challenges to the universalization of rights. *Cadernos Brasileiros de Terapia Ocupacional*, 25(4), 839-854.
- SEBRAE, (2023). *Vozes do MEI: empreendedorismo trans*. Disponível em <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/vozes-do-mei-empendedorismo-trans>.
- Silva, M. P., & Almeida, S. A. (2019). Empreendedorismo indígena no Tocantins: um estudo com a comunidade Apinajé da aldeia São José. *Facit Business and Technology Journal*, 1(10).
- Silva, E. O., & Costa, A. M. M. (2017). Travestis e transexuais no jornal 'Lampião da Esquina' durante a ditadura militar (1978-1981). *Dimensões*, (38), 214-239.
- Silva, M. N. C., & Gomes, F. E. (2022). Empreendedorismo indígena: uma revisão de literatura. *Revista de Empreendedorismo, Negócios e Inovação*, 7(1), 04-25. <https://doi.org/10.36942/reni.v7i1.647>.
- Siqueira, D. P., Nunes, D. H., & de Moraes, F. S. (2018). Identidade, reconhecimento e personalidade: empreendedorismo da mulher negra. *Economic Analysis of Law Review*, 9(3), 229-242. <https://doi.org/10.31501/ealr.v9i3.11055>.
- TGEU. *Trans Murder Monitoring 2023 Global Update*. (2023). Disponível em <<https://tgeu.org/trans-murder-monitoring-2023/>>
- Xavier, A. R., Passos, S. J., & Tavares, R. S. A. (2022). Mulheres indígenas e o empreendedorismo na etnia Kanindé, Aratuba, Ceará: Indigenous women and entrepreneurship in the Kanindé ethnic group, Aratuba, Ceará. *Revista Cocar*, 16(34).
- Quinellato, L., & York, S. W. (2023). *TRAVESTEENS*. Disponível em: <https://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/re-doc/announcement/view/1563>. Acesso em: 10 out. 2023.
- Zanella, N., & Magalhães, Y. (2023). Empreendedorismo negro e Black Money. *Revista Americana de Empreendedorismo e Inovação*, 5(3). <https://doi.org/10.33871/26747170.2023.5.3.8347>.