



RELATÓRIO TÉCNICO CONCLUSIVO

EMPODERAMENTO DE EMPREENDEDORAS PRETAS E PARDAS CLIENTES DO CREDIAMIGO

CÍCERO LEONARDO DE CARVALHO RIBEIRO / SANDRA MARIA DOS SANTOS



UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ
FACULDADE DE ECONOMIA, ADMINISTRAÇÃO, ATUÁRIA E
CONTABILIDADE
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO E
CONTROLADORIA
MESTRADO PROFISSIONAL EM ADMINISTRAÇÃO E CONTROLADORIA

CÍCERO LEONARDO DE CARVALHO RIBEIRO

Produto Técnico resultado da pesquisa
EMPODERAMENTO DE EMPREENDEDORAS PRETAS E PARDAS
CLIENTES DO CREDIAMIGO

FORTALEZA
2023

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação
Universidade Federal do Ceará
Sistema de Bibliotecas
Gerada automaticamente pelo módulo Catalog, mediante os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

R368e Ribeiro, Cícero Leonardo de Carvalho.
Empoderamento de empreendedoras pretas e pardas clientes do Crediamigo / Cícero Leonardo de Carvalho Ribeiro. – 2023.
16 f.

Relatório Técnico Conclusivo – Universidade Federal do Ceará, Faculdade de Economia, Administração, Atuária e Contabilidade, Programa de Pós-Graduação em Administração e Controladoria, Fortaleza, 2023.

Orientação: Profa. Dra. Sandra Maria dos Santos.

ISBN: 978-85-7485-496-0

1. Relatório Técnico. 2. Sustentabilidade. I. Título.

CDD 658.1

CÍCERO LEONARDO DE CARVALHO RIBEIRO

**EMPODERAMENTO DE EMPREENDEDORAS PRETAS E PARDAS
CLIENTES DO CREDIAMIGO**

Produto Técnico resultante do Trabalho de conclusão de Mestrado Profissional do Programa de Pós-Graduação em Administração e Controladoria da Universidade Federal do Ceará, como produção técnica da área de concentração de Gestão Organizacional.

Linha de Pesquisa: Estratégia e sustentabilidade

Orientadora: Prof.^a Dra. Sandra Maria dos Santos

FORTALEZA
2023

Título: Empoderamento de Empreendedoras Pretas e Pardas Clientes do Crediamigo [Relatório Técnico Conclusivo]

Autores: Cícero Leonardo de Carvalho Ribeiro e Sandra Maria dos Santos

Coordenação do Programa de Pós-Graduação: Alessandra Carvalho de Vasconcelos, Coordenadora do PPAC Profissional; Augusto César de Aquino Cabral, Vice-coordenador do PPAC Profissional

Editor: Universidade Federal do Ceará (UFC)

Edição Eletrônica: dezembro de 2023

ISBN: 978-85-7485-496-0

Universidade Federal do Ceará (UFC)

Faculdade de Economia, Administração, Atuária e Contabilidade (FEAAC)

Programa de Pós-Graduação em Administração e Controladoria – PPAC Profissional

Av. da Universidade, 2431, Benfica, CEP 60020-180, Fortaleza-CE

Telefone: (85) 3366-7816

Endereço eletrônico: <https://ppacprof.ufc.br>

Resultado da Pesquisa “Empoderamento de Empreendedoras Pretas e Pardas Clientes do Crediamigo”

Turma: MPAC/FECOMÉRCIO

Instituição contratante: Sistema FECOMÉRCIO Ceará

Prezado Sr. Presidente,

Apresentamos a seguir um Relatório Técnico referente à pesquisa realizada por **Cícero Leonardo de Carvalho Ribeiro**, sob a orientação da Prof^a. Dr^a. Sandra Maria dos Santos, no período de 2020 a 2023, no âmbito do Mestrado Profissional em Administração e Controladoria da Universidade Federal do Ceará.

Estamos certos de que este trabalho constitui um relevante instrumento para melhorias das ações empreendidas pelo Sistema FECOMÉRCIO Ceará junto a suas instituições parceiras.

Atenciosamente,

Cícero Leonardo de Carvalho Ribeiro, Me. em Administração e Controladoria (UFC)

Sandra Maria dos Santos, Dr^a. em Economia (UFPE)

DETALHAMENTO DO RELATÓRIO TÉCNICO CONCLUSIVO

Correspondência com os novos subtipos-produtos técnicos/tecnológicos:

- Relatório técnico conclusivo – Processos de gestão elaborado

Finalidade:

Investigar o empoderamento das empreendedoras pretas e pardas atendidas pelo Crediamigo.

Impacto – Nível:

- Médio

Impacto – Demanda:

- Espontânea

Impacto – Objetivo da Pesquisa:

- Solução de um problema previamente identificado

Impacto - Área impactada pela produção:

- Econômico

Impacto – Tipo:

- Potencial

Descrição do tipo de Impacto:

Disseminação de práticas que potencializem a gestão organizacional.

Replicabilidade:

- Sim

Abrangência Territorial:

- Nacional

Complexidade

- Média

Inovação:

- Baixo teor inovativo

Setor da sociedade beneficiado pelo impacto:

- Atividades Profissionais, Científicas e Técnicas

Declaração de vínculo do produto com PDI da Instituição:

- Não

Houve fomento?

- Cooperação

Há registro/depósito de propriedade intelectual?

- Não

Há transferência de tecnologia/conhecimento?

- Não

ISBN: 978-85-7485-496-0

1. APRESENTAÇÃO DA PESQUISA

Este Produto Técnico é parte integrante do Trabalho de Conclusão do Mestrado Profissional em Administração e Controladoria, e tem o propósito de investigar o empoderamento das empreendedoras pretas e pardas atendidas pelo Crediamigo. Especificamente, a pesquisa buscou:

1. Captar as diferenças entre os perfis das empreendedoras;
2. Analisar o empoderamento feminino das empreendedoras na dimensão Econômica;
3. Analisar o empoderamento feminino das empreendedoras dimensão Doméstica;
4. Analisar o empoderamento feminino das empreendedoras na dimensão Psicológica;
5. Identificar a percepção do Crediamigo como ferramenta de empoderamento.

O trabalho se caracteriza como estudo de natureza qualitativa e descritiva. Utiliza-se de dados secundários (obtidos junto ao BNB) e primários, estes por meio de questionário e entrevista semiestruturada. Os sujeitos do estudo foram sete empreendedoras clientes do Crediamigo, residentes em Fortaleza, da Unidade Messejana, que se declaram pretas ou pardas, de acordo com critérios de classificação de raça ou cor adotados pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). O local foi escolhido não somente pela elevada concentração de empreendedoras no lugar, mas principalmente pela relevância daquela agência de negócios. A Unidade do Crediamigo de Messejana reúne, atualmente, cerca de quatro mil clientes ativos, tendo desembolsado em 2023, na posição de fevereiro, o valor de R\$ 5,6 milhões a esses empreendedores, 67% dos quais são mulheres. A Unidade possui oito agentes de microcrédito, com uma carteira média de 490 clientes cada. Foi realizada uma análise de conteúdo que elencou quatro categorias com base na literatura: Dimensão Econômica, Dimensão Doméstica, Dimensão Psicológica e Crediamigo. Este estudo fez uso do software Atlas.ti para organização do conteúdo apreendido

2. RESULTADOS E DISCUSSÕES

As clientes serão apresentadas como Empreendedoras (de 1 a 7), ou, em abreviação, de E1 a E7, para garantir-lhes o anonimato. As entrevistas foram realizadas em suas próprias residências ou locais de trabalho, no bairro de Messejana. Estes, com exceção da situação da Empreendedora 3, estavam instalados em cômodos anexos ao próprio domicílio.

A pesquisa de campo evidenciou a diversidade no que diz respeito às atividades desempenhadas pelas empreendedoras. Avalia-se que o fato de a pesquisa ter sido realizada em local que não concentra nichos de negócios contribuiu para essa heterogeneidade. Desse modo, os perfis das empreendedoras contemplam: vendedora de cosméticos, podóloga, massoterapeuta, dona de marmitaria, dona de loja de rações, artesã e cabeleireira.

A respeito da idade das empreendedoras entrevistadas, elas tinham entre 33 e 59 anos, faixa etária que representa, aproximadamente, 63% do perfil dos clientes do programa de microcrédito do Banco do Nordeste.

A respeito de escolaridade, as entrevistadas se enquadraram no intervalo que representa 70% dos clientes do Crediamigo, o qual abrange empreendedores com mais de nove anos de estudo. Não se encontrou nesta pesquisa relação diretamente proporcional entre renda alcançada e escolaridade.

Em relação à renda mensal familiar, as entrevistadas enquadram-se numa faixa onde se situam 15% do programa Crediamigo, isto é, empreendedores que conseguem auferir renda mensal acima de R\$ 3 mil. O valor do último financiamento realizado pelas empreendedoras – entre R\$ 2 mil e R\$ 12 mil-, encontra-se na faixa na qual estão 56 % dos empreendedores, que corresponde a dos valores entre R\$ 2 mil e R\$ 21 mil.

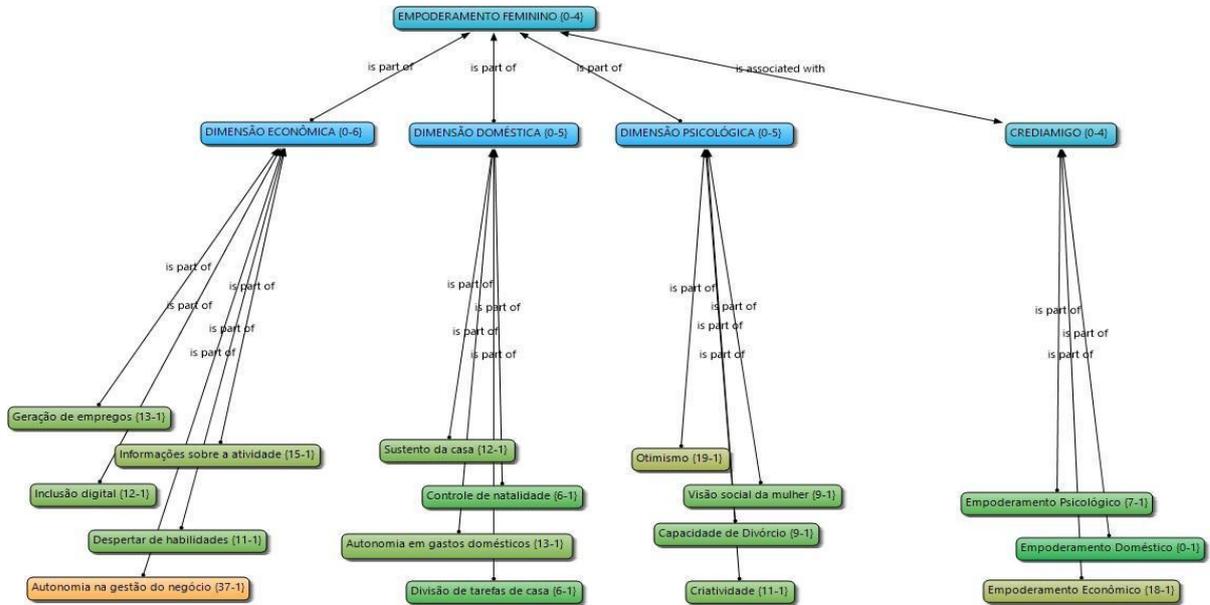
O empoderamento feminino das empreendedoras entrevistadas será analisado à luz das referidas categorias do empoderamento feminino (Doméstica, Econômica e Psicológica), com base na literatura da área. As dimensões citadas perfizeram a categorização do conteúdo a ser analisado, unindo-se a uma quarta categoria proposta por este trabalho, denominada Crediamigo.

As citações coletadas nas entrevistas geraram tópicos (ou subcódigos) relativos aos temas abordados. Estes foram vinculados a cada uma das dimensões. À categoria Crediamigo a pesquisa associou menções diretas ao programa de microcrédito do Banco do Nordeste e as encaixou em tópicos à parte, identificando declarações com traços de empoderamento doméstico, econômico e/ou psicológico. Desse modo, pode-se apresentar momentos em que o Crediamigo é citado em uma mesma frase que versa sobre algum tipo de empoderamento feminino entre os considerados neste trabalho (Figura 1).

A Figura 1, gerada a partir do Atlas.ti, ilustra a rede semântica criada. Os tons das cores tornam-se mais claros conforme a quantidade de conexões de cada balão. Nela, observa-se, em tom azulado, as quatro categorias descritas (Dimensões Econômica, Doméstica,

Psicológica e Crediamigo). Os números do lado esquerdo da informação entre chaves mostram a quantidade de vínculos de cada balão; os do lado direito, a quantidade de citações associadas a cada tópico.

Figura 1 - Rede semântica do empoderamento feminino.



Fonte: Dados da pesquisa (2023).

Aprende-se, a princípio, considerando a rede semântica da Figura 1 que mais evidências associadas ao Empoderamento Econômico foram encontradas nas falas das mulheres entrevistadas. No outro extremo, foram identificadas menos citações (37) que poderiam ser associadas ao Empoderamento Doméstico, informação que sugere menor identificação das clientes com esse componente.

No que se refere à dimensão econômica, o tópico no qual se identificou mais citações (37) associadas ao tema foi Autonomia na gestão do negócio. Aprende-se que as empreendedoras que, por menos que estejam empoderadas em sua vida doméstica, conseguem direcionar os rumos da atividade que desenvolvem. Ter acesso a crédito e a emprego pode vir a ser o motivo desse tipo de autonomia no próprio negócio. Além dessa categoria, a pesquisa analisou as seguintes: Geração de empregos, Informações sobre a atividade, Inclusão digital e Despertar de habilidades.

Aqui é meu negócio. Quem manda aqui sou eu. Então quando eu vou comprar eu não tenho que consultar. Só vou consultar a minha capacidade de planejar os boletos para eu investir e pagar. Faço meu planejamento só com Deus, e mãos à obra (EMPREENDEDORA 6).

Sobre geração de empregos, o total de 13 declarações das empreendedoras teve relação direta com o tópico. Ser capaz de gerar emprego e renda é uma realidade para quatro delas, as empreendedoras E1, E2, E3 e E4, que consideram que as atividades desenvolvidas ou já geram ou têm capacidade de geração de oportunidades de trabalho para outras pessoas no futuro, fator que pode evidenciar traços de empoderamento. Não se verificou relação das respostas com fatores como escolaridade, tempo no Crediamigo ou mesmo último empréstimo recebido do Programa.

Sim. Já gerei (emprego). Dona Sara eu que ajudei. Dei a dica para ela comprar Natura e Boticário num espaço que ela construiu. Eu que cadastrei ela na Natura. Já sou desse ramo há muitos anos. De uns anos pra cá é que eu consegui abrir o próprio negócio. Isso foi com o Crediamigo. Meu primeiro Crediamigo foi R\$ 500. Cadastrei minhas vizinhas. Sou desenrolada. (EMPREENDEDORA 2).

Nas entrevistas, há 15 citações referentes ao acesso das entrevistadas à informação, especialmente em plataformas de internet, sobre as atividades que desenvolvem. No caso das empreendedoras entrevistadas, parte dessa integração e da busca do conhecimento se dá, de modo primordial, por meio de ferramentas como o *WhatsApp* com a qual montam grupos de empreendedores, clientes e parceiros. As redes sociais também são bastante usadas pelas clientes do Crediamigo, como conta Empreendedora 1, podóloga e manicure.

As redes sociais contam muito hoje em dia, porque a gente pesquisa muito, modelo, cor o que combina. Isso ajuda a gente ter criatividade. Também tenho grupo de WhatsApp de colegas da mesma profissão que a gente compartilha, produtos, experiências. Elas mandam fotos... A gente se reúne pra comprar luvas, máscaras, produtos, para ter descontos. (EMPREENDEDORA 1).

As respostas das empreendedoras relativas à inclusão digital possibilitam reflexões em alinhamento ao que preconiza a literatura sobre interação social. O empoderamento interacional tem a característica de englobar troca de saberes e informações, *insights*, podendo despertar a identificação de oportunidades de melhoria e de acesso a recursos.

Tais características podem desembocar em empoderamento, inclusive intradomiciliar, como relata a Empreendedora 1 ao abordar, na mesma declaração, o papel de liderança que exerce no seu negócio, em casa e nos grupos de revendedoras de cosméticos dos quais participa.

Todas as decisões sou eu que tomo na minha casa. Ele (o marido) depende muito da minha opinião para fazer as coisas em casa. No grupo de whatsapp, sou muito comunicativa com elas, elas pedem muito minha opinião, elas mandam muito fotos de unhas, dos produtos que usou. O que elas fazem, qual tipo de broca que ela pode usar (EMPREENDEDORA 1).

De modo geral, as empreendedoras demonstraram que suas atividades as ajudaram a despertar ou incrementar suas habilidades. Menções que podem ser associadas ao Despertar de

habilidades foram vistas 11 vezes no presente estudo, que assim como a literatura observa o desenvolvimento dessas habilidades com as necessidades impostas pelo empreendedorismo.

A pesquisa encontrou citações ricas nesse sentido, como a da Empreendedora 3. Por necessidade, ao abandonar o emprego formal, buscou conhecimento em cursos para desenvolver uma habilidade que revela jamais ter imaginado possuir:

Nunca nem me imaginei fazendo massagem na minha vida [...]. Na primeira aula, pensei: é isso! Já me identifiquei. Logo na teoria da massagem. Chegava oito horas da manhã e saía cinco da tarde. Chegava aqui louca pra começar a fazer, a começar a praticar. Tive muitas “cobaias” na minha própria casa. Quando fiz meu primeiro atendimento, vi que realmente valeu tudo a pena (EMPREENDEDEDORA 3).

Os indicadores observados relativos à Dimensão Doméstica foram Autonomia em gasto domésticos, o Sustento da Casa, Divisão das tarefas e Controle de natalidade. Sobre o primeiro tópico, as sete empreendedoras foram afirmativas ao dizer que usufruíam do próprio dinheiro de modo independente.

As Empreendedoras E1, E2 e E7 foram explícitas ao dizer que sequer informam aos maridos a compra de objetos de pequeno valor para si, amigos ou parentes. “Quando ele vai saber, eu já tenho comprado”, disseram, usando expressão semelhante, o que evidencia a indiferença ao ponto de vista do companheiro nesse quesito. Levar em consideração a opinião do outro, sem perder a autonomia, é a prática das Empreendedoras E3, E4 e E5.

Coisas que vão interferir eu já conto com uma opinião. Mas eu dou o primeiro passo nas escolhas. Levo em conta o que vai influenciar na minha vida, na vida dos terceiros. A última palavra é a minha. Peço a opinião de todo mundo, mas a última palavra é minha (EMPREENDEDEDORA 3).

A pesquisa constatou seis respostas claras que podem ser associadas ao subdomínio Divisão das tarefas de casa, considerado na literatura, como fundamental para avaliar graus de empoderamento feminino, na medida em que se avalia a percepção de tais atividades como de responsabilidade de todos os membros, não somente da mulher.

As Empreendedoras E2, E6 e E7 demonstraram aceitar naturalmente a dupla jornada de trabalho, desdobrando-se entre a atividade que desempenham e as tarefas do lar. Verifica-se aqui uma coincidência pelo fato de elas constituírem subgrupo das que possuem 50 anos ou mais. Ou seja, pessoas que, possivelmente, vivenciaram uma sociedade com valores machistas mais presentes do que em gerações posteriores às delas.

Eu que faço tudo aqui em casa. Não lava um prato (referindo-se ao marido). Comida? Eu que faço. Faço a jantinha dele. Venho deixar na sala na mãozinha dele. O que ele faz é limpar o ventilador, limpar o rack. Ele ajuda a limpar a porta, tirar a poeira. Só não ajuda esse negócio de lavar a louça e fazer comida (EMPREENDEDEDORA 2).

Além da divisão das tarefas, o ato de compartilhar o sustento da casa pode vir a ser um fator de empoderamento feminino. Ao contribuir com as despesas, as mulheres entram em um domínio tradicionalmente ocupado por homens, o que pode ser um fator de empoderamento.

Entre as entrevistadas casadas percebeu-se em três delas (E1, E2 e E7), um comportamento que não subverte a ordem da família tradicional a despeito do empoderamento econômico que possam ter. Ou seja, o marido responsabiliza-se pela comida, mantendo o *status* de provedor, enquanto a mulher assume um papel complementar, conforme descreve a Empreendedora 1: "Meu marido banca alimentação, e eu, o resto. Gás, alimentação, mistura é com ele. Agora internet, água, empréstimos, eletrodoméstico, uma obra em casa, tudo é (sic) eu", (E1).

O último tópico analisado dentro da Dimensão Doméstica do empoderamento feminino é o de Controle de natalidade. As seis menções registradas sobre o assunto foram feitas pelas empreendedoras casadas ou com união estável (E1, E2, E4, E5, E6 e E7) e indicaram participação feminina em tais decisões.

A consciência das implicações da decisão de ter filhos e a prevalência de sua vontade perante a do marido aparece no depoimento de E1: "Não quero filho. Por ele já tinha outro. Digo direto. Porque só sobra pra nós", afirmou reconhecendo maiores responsabilidades das mulheres na criação de filhos, mas demonstrando traços de empoderamento relativos à natalidade.

O empoderamento feminino na dimensão psicológica considera as categorias Otimismo, Criatividade, Capacidade de divórcio e Visão social da mulher.

Estar otimista com a atividade pode contribuir com o empoderamento de mulheres. Na medida em que essa sensação assume o significado da autoconfiança, do bem-estar, do êxito profissional a ser alcançado, da superação de desafios por parte das empreendedoras, pode se converter em empoderamento, como aponta a literatura. Declarações relacionadas a otimismo (ou pessimismo) foram as segundas mais reconhecidas nessa dimensão, com 19 citações. A maioria das entrevistadas demonstrou enxergar de modo positivo a atividade, e a ideia de ampliar o negócio prevaleceu.

Houve um único depoimento que pode ser considerado pessimista, da Empreendedora 4. "Tem dias que eu quero desistir. Tem dias que eu não quero e vou levando", afirmou durante a entrevista, mas mostrou vontade de ampliar seu negócio durante o diálogo. "Eu pretendo ter

outra marmitaria, como uma filial. Mas agora vou ficando por aqui mesmo. Tenho planos de expandir”, complementou.

Cinco, das seis empreendedoras casadas ou que declararam União Estável, disseram ter capacidade de pedir divórcio, outro aspecto importante do empoderamento psicológico, segundo Corrêa e Benegas (2017). E3, única solteira do grupo, também disse que teria caso se visse em situação em que a separação fosse necessária, opinião semelhante à de E5: “Se for se separar, tenho que seguir a vida. Comecei isso aqui só, porque ele estava trabalhando. Eu me sinto capaz de levar isso aqui pra frente. Mas eu não quero que isso aconteça. Eu sempre trabalhei e me considero capaz”.

A criatividade é considerada neste estudo como atributo da Dimensão Psicológica. Ao todo, foram 11 respostas relacionadas ao tópico, sendo que todas as empreendedoras se enxergaram como criativas em suas atividades, especialmente no que diz respeito à reconfiguração dos pontos de atendimento, como depoimento da Empreendedora 2.

Quero investir em móveis, painéis para minha loja. Aqui é lotado de perfume. Coloquei uma prateleirazinha para ver (mostrar) mais, troquei os móveis de lugar. Pessoas vem fazer unha e já olham minhas revistas (EMPREENDEDEDORA 2).

A pesquisa incluiu uma pergunta sobre como as empreendedoras veem o papel da mulher na sociedade. A este respeito, predominou uma visão positiva, constatando uma possível evolução pró-mulher. A Empreendedora 1 relacionou o empoderamento à possibilidade de mulheres serem donas dos próprios negócios, e esse empoderamento se estenderia para o ambiente familiar.

Hoje elas estão mais empoderadas. Têm mais atitude de resolver as coisas e de tomar frente tanto da casa quanto do próprio negócio. Hoje elas são mais dominadoras nessa área. Você vê que tem muito comércio tanto na casa, no século XXI que nós estamos hoje, quanto no negócio, hoje elas têm mais facilidade de abordar tanto o próprio negócio, investir e continuar (EMPREENDEDEDORA 1).

Considerou-se nessa análise citações diretas ao Crediamigo, enquadradas, conforme o conteúdo, em subcategorias denominadas “Empoderamento Econômico”, “Empoderamento Psicológico” e Empoderamento Doméstico”.

As declarações das empreendedoras sinalizam maior densidade de conteúdo enquadrado como “Empoderamento Econômico”. Do total de 25 menções ao programa, a pesquisa classificou 18 citações com essa característica. As outras sete menções tratam de “Empoderamento Psicológico”.

Elogios ao programa, relativos ao crédito oportuno, são recorrentes nesse aspecto, como na declaração da Empreendedora 1. “O Crediamigo é muito bom. Ele facilita a gente ter o que a gente quer naquele momento. Pra ir investindo e crescendo. Tanto no valor mais alto como pra investir no espaço. O Crediamigo é muito bom para quem sabe investir”, afirma.

A palavra “ajuda” aparece também com bastante frequência nos relatos, sendo indicativo de que o programa consegue passar a imagem de que existe mais do que uma relação banco x cliente, visando por parte da instituição financeira apenas a lucratividade. A renovação sistemática dos empréstimos, possibilita planejamento dos investimentos na atividade, como destaca a Empreendedora 6.

Sobre o comércio. É uma ajuda muito grande quando você pega aquele dinheiro que já vai ter o prazo e tem que investir. Às vezes você sabe que vai renovar. Vê as promoções que tem aqui, aí você já compra aquelas promoções já pensando do que virá. Já se planeja, eu posso comprar tanto (EMPREENDEDEDORA 6).

A Empreendedora 3 comentou sobre o quanto uma atividade pode influenciar no bem-estar psicológico de quem a desenvolve. Ela é grata ao programa pelo apoio inicial e destaca a importância da autonomia proporcionada pelo programa para seu autodesenvolvimento.

A criação do Crediamigo para microempreendedores foi muito importante. Pra mim nem se fala. O que a gente tem hoje é graças ao Crediamigo. A minha mãe eu ajudo muito, pra ela não ficar depressiva. É uma questão até de saúde. A pessoa passa um tempo trabalhando, depois você para. Essa questão de você ter sua autonomia é muito importante (EMPREENDEDEDORA 3).

O sentimento e tranquilidade possibilitado pelas renovações sistemáticas de crédito proporcionadas pelo programa aos clientes que mantém bom histórico de adimplência, também foi expresso pela Empreendedora 6. “Ajudou muito, bastante. Aqui era bem pouquinha coisa, hoje tem bastante. Crediamigo me ajudou bastante. Porque dá a tranquilidade de ter como comprar os produtos à vista (EMPREENDEDEDORA 6).

As declarações que compuseram essa seção de análise de resultados denotam a importância de pesquisas qualitativas para o entendimento mais aprofundado de vivências, percepções e significados, elementos muitas vezes não identificáveis em pesquisas quantitativas. A metodologia permite a realização de uma análise contextualizada de fenômenos, como o do empoderamento feminino, investigado nesse trabalho, fundamental para a promoção da justiça social e a construção de uma sociedade mais equitativa, livre de preconceitos e discriminações baseados no gênero.

3. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este estudo investigou como estão empoderadas empreendedoras pretas ou pardas, clientes do programa de microcrédito urbano do Banco do Nordeste, Crediamigo, considerando as dimensões Econômica, Doméstica e Psicológica, recorrentes na literatura relacionada ao tema. Procurou ainda identificar nuances distintas do empoderamento no grupo entrevistado, bem como identificar sua percepção do Crediamigo como ferramenta de empoderamento, levando em conta as dimensões estudadas. Para alcançar esses objetivos, realizou a análise de conteúdo de entrevistas semiestruturadas concedidas por clientes do Programa que se declararam pretas ou pardas, confrontando as respostas com o referencial teórico sobre empoderamento feminino e com estudos empíricos sobre microcrédito.

Na dimensão econômica, a pesquisa revelou que as entrevistadas têm autonomia na gestão do negócio e controle sobre o planejamento financeiro. Elas também têm a possibilidade de gerar empregos, mas parte delas ainda apresenta uma visão limitada do potencial de crescimento de seus negócios, algo que pode significar um ponto de melhoria a ser trabalhado pelo Programa: o da orientação empresarial. A busca e compartilhamento de informações e o acesso à inclusão digital, um dos achados do estudo, também seriam importantes para o empoderamento econômico feminino.

No tocante ao empoderamento doméstico, a independência financeira proporcionada pelo programa permite uma maior participação das mulheres na participação das finanças familiares, o que pode levar a uma melhoria na qualidade de vida da família como um todo. Além disso, a divisão de tarefas domésticas é um subdomínio importante para avaliar o grau de empoderamento feminino, bem como a percepção sobre sustento da casa. Para essas questões, parte considerável das empreendedoras reificou o pensamento patriarcal, no qual a responsabilidade de tarefas do lar é da mulher e o homem assume o papel de provedor.

Na dimensão psicológica, o estudo mostrou que o programa pode ajudar as empreendedoras a desenvolverem autoconfiança, autoestima e autoconhecimento. As entrevistadas também relataram uma maior valorização e reconhecimento social em virtude de seu sucesso como empreendedoras.

Nuances distintas do empoderamento no grupo entrevistado resumiram-se ao grupo de mulheres com mais idade, no tocante a divórcio, uso de redes sociais e capacidade de geração de empregos. Esses achados apontam para a necessidade de iniciativas específicas, como linhas

de crédito e estratégias de capacitação e repasse de informações, para cada grupo de mulheres, a depender da idade.

Em termos de percepção das empreendedoras, o programa de microcrédito do BNB contribui para o empoderamento econômico das mulheres empreendedoras pretas e pardas. Das 25 menções ao Crediamigo, 18 foram classificadas como "Empoderamento Econômico", indicando que o Programa apoia o desenvolvimento das atividades das empreendedoras, dando suporte com recursos previsíveis para capital de giro. Segurança foi uma palavra mencionada no sentido do conforto psicológico que o programa proporciona por conta da previsibilidade da renovação dos empréstimos. Elogios ao programa relacionados à “ajuda” e “amizade” indicam que ele é reconhecido por ter mais do que uma relação banco x cliente, visando também ao bem-estar da clientela e não apenas a lucratividade da instituição.

A falta de menções diretas ao Crediamigo relacionadas ao empoderamento doméstico sugere que o programa não é reconhecido pelas empreendedoras como um meio de empoderamento em suas vidas domésticas, abrindo possibilidades de iniciativas nesse sentido, com campanhas de conscientização e ações contra violência doméstica, por exemplo.

No entanto, a análise das declarações das empreendedoras demonstra que o programa fornece a oportunidade de planejar financeiramente seus investimentos e de tomar decisões informadas e bem fundamentadas em relação aos seus negócios. Isso sugere que o Crediamigo desempenha a capacidade de apoiar mulheres, permitindo que elas se tornem mais autônomas e bem-sucedidas em suas atividades empresariais.

Sugere-se, para futuras pesquisas, uma análise quantitativa da relação entre o acesso a crédito e o empoderamento feminino na perspectiva desse público. Outra sugestão seria analisar a relação entre a inclusão digital e o empoderamento feminino pretas e pardas em outras dimensões além da econômica. Além disso, aspectos culturais e religiosos poderiam ser considerados em outros estudos. Registra-se também a ausência de menções a episódios de racismo por parte das empreendedoras, algo que pode ser analisado por pesquisas futuras.