

Empoderamento de Empreendedoras Pretas e Pardas no Maior Programa de Microcrédito da América Latina

Cicero Leonardo de Carvalho Ribeiro

Universidade Federal do Ceará, Brasil - leoriba10@outlook.com

Francisco Edson Rodrigues da Silva

Universidade Federal do Ceará, Brasil - fedsonrsilva@hotmail.com

Sandra Maria dos Santos

Universidade Federal do Ceará, Brasil - smsantos@ufc.br

Augusto César de Aquino Cabral

Universidade Federal do Ceará, Brasil - cabral@ufc.br

Resumo

Este artigo tem como objetivo investigar o empoderamento feminino de empreendedoras pretas e pardas clientes do Crediamigo, do Banco do Nordeste (Brasil), maior programa de microcrédito da América Latina. O estudo se concentra em três dimensões do empoderamento feminino recorrentes na literatura - econômica, doméstica e psicológica - sendo de natureza qualitativa e descritiva. A pesquisa contou com coleta de dados primários, por meio de aplicação de questionário e realização de entrevista semiestruturada com sete empreendedoras. A análise do conteúdo foi suportada pelo *software* Atlas.ti. Os resultados

mostraram que as entrevistadas têm autonomia na gestão do negócio e controle sobre o planejamento financeiro, mas ainda há espaço para melhorias na visão administrativa de suas atividades. Na dimensão doméstica, foi observado que algumas mulheres ainda têm dificuldade em suplantando a cultura patriarcal. Entretanto, as empreendedoras demonstraram características como autoconfiança, autoestima e criatividade, relacionadas à dimensão psicológica do empoderamento. Além disso, o Crediamigo é reconhecido pelas empreendedoras como uma fonte de apoio econômico e psicológico.

Palavras chaves: Empoderamento feminino, empreendedorismo feminino, microcrédito, mulheres pretas e pardas.

Empowerment of Black and Brown Women Entrepreneurs in Latin America's Largest Microcredit Program

Abstract

This article aims to investigate the female empowerment of black and brown entrepreneurs who are clients of Crediamigo, from Banco do Nordeste (Brazil), the largest microcredit program in Latin America. This qualitative and descriptive study focuses on three dimensions of women empowerment recurrent in the literature - economic, domestic and psychological. The research included secondary and primary data collection, through the application of a questionnaire and semi-structured interviews with seven women entrepreneurs. Content analysis was supported by Atlas.ti software. The results showed that the in-

terviewees have autonomy in managing the business and control over financial planning, but there is still room for improvement in the administrative view of their activities. In the domestic dimension, we observed that some women still have difficulty in overcoming the patriarchal culture. However, the entrepreneurs showed characteristics such as self-confidence, self-esteem and creativity, related to the psychological dimension of empowerment. In addition, Crediamigo is recognized by the entrepreneurs as a source of economic and psychological support.

Keywords: Women empowerment, women entrepreneurship, microcredit, black and brown women.

1. INTRODUÇÃO

O empoderamento feminino, emergido dos movimentos feministas na década de 1970, ganhou importância global por meio das conferências temáticas pautadas principalmente pela Organização das Nações Unidas - ONU. Reconhecido como multidimensional, ele destaca desafios sociais enfrentados pelas mulheres e busca promover igualdade de gênero na sociedade (Asaleye & Strydom, 2023).

Pesquisas recentes, como a de Couto e Saiani (2021), têm focado as dimensões Econômica, Doméstica e Psicológica como determinantes essenciais nos estudos sobre o empoderamento de mulheres, principalmente a partir dos anos 2000.

No Brasil, mulheres pretas e pardas enfrentam alta vulnerabilidade devido à interseccionalidade de gênero, raça e classe social. O sexismo e o racismo são estruturas de opressão que as tornam particularmente suscetíveis à violência, muitas

Empoderamento de Empreendedoras Pretas e Pardas no Maior Programa de Microcrédito da América Latina

vezes combinando violência de gênero e racial. Além de enfrentarem exclusão social, são desfavorecidas no acesso a empregos formais, salários equitativos, cargos de liderança e educação superior. Empreender tem surgido como uma importante alternativa para esse grupo (Collins, 2019; Gonzalez, 2020; Saltos & Garcia, 2020; Silva, Moreira, Pinho & Souza, 2020; Castro, Gomes & Trajano, 2024).

O microcrédito é uma política inclusiva para pequenos empreendedores, combatendo a pobreza e fortalecendo grupos excluídos do sistema financeiro, sendo estudado por seus efeitos, como o empoderamento feminino (Aruna, 2011; García-Hortal, Zapata & Valtierra, 2014; Mota *et al.*, 2021). No Brasil, o Crediamigo se destaca como o maior programa de microcrédito da América Latina, com 88% da carteira nacional e mais de dois terços de seus 2,4 milhões de clientes sendo mulheres, já tendo sido premiado pelo Banco Interamericano de Desenvolvimento como uma das principais práticas mundiais em inclusão financeira (Banco Interamericano de Desenvolvimento, 2014; Banco do Nordeste do Brasil [BNB], 2023).

Nesse contexto, o presente artigo lança o olhar para integrantes de um programa de microfinanças. Seu objetivo é compreender a relação entre o desenvolvimento de ações apoiadas pelo programa Crediamigo e o empoderamento feminino de empreendedoras pretas e pardas.

O estudo se diferencia por selecionar, dentro do público das microfinanças, empreendedoras pretas e pardas, um dos subgrupos femininos mais afetados pela discriminação e exclusão social. Em pesquisa prévia no *Google Scholar* pelas palavras-chave “microcrédito” e “empoderamento feminino” (e suas versões em inglês e espanhol), os trabalhos localizados, ainda que possivelmente tenham incluído mulheres pretas e pardas, não destacam esses elementos de caracterização em suas análises, sendo essa uma contribuição deste trabalho ao campo de estudo.

2. REVISÃO DA LITERATURA

2.1. Definições e dimensões do empoderamento feminino

Na década de 1970, feministas começaram a usar o termo “empoderamento feminino” para desafiar estruturas sociais que mantinham as mulheres subordinadas, especialmente no trabalho e na ocupação de cargos de poder. Esse movimento é visto como contrário à cultura patriarcal, que privilegia homens brancos e heterossexuais no poder (Sardenberg, 2018).

Segundo Souza e Cortez (2008), o empoderamento feminino tem duas aplicações distintas. Individualmente, refere-se à autonomia da mulher, aumento da autoestima e redefinição do poder dentro do lar. Coletivamente, representa a conquista de direitos das mulheres, como ocupação de cargos públicos, acesso a serviços de saúde adequados e educação não sexista, em uma sociedade predominantemente machista. Este fenômeno multidimensional aborda as dimensões Econômica, Doméstica e Psicológica, detalhadas na Tabela 1 abaixo.

Tabela 1
Dimensões do Empoderamento Feminino

Dimensão	Aspectos	Autores
Econômica	Acesso, controle e influência sobre as finanças do lar e compra/venda de ativos; desenvolvimento de competências e capacidade de realizar trabalho e produzir valor econômico	Haque, Islam, Tareque e Mostofa (2011); Khan e Awan (2011); Sharaunga, Mudhara e Bogale (2016); Couto e Saiani (2021); Romero (2019)
Doméstica	Tomadas de decisão rotineiras dentro do lar, divisão de tarefas, uso de métodos contraceptivos, divórcio, educação dos filhos, planejamento familiar, cuidado próprio e dos filhos, consumo e compras cotidianas	Mahmud (2003); Haque <i>et al.</i> (2011); Khan e Awan (2011); Oliveira (2015)
Psicológica	Autoconfiança, proatividade, autopercepção, motivação, senso de aceitação de seus próprios direitos e compreensão crítica do ambiente social e político	Francina e Joseph (2013); Oliveira (2015); Sharaunga, Mudhara e Bogale (2016); Fernandes, Lopes, Watanabe, Yamaguchi e Godoi (2016)

Fonte: elaborado pelos autores (2023).

A primeira teria um papel primordial para o empoderamento, uma vez que a detenção de recursos financeiros elevaria o *status* da mulher a um outro patamar de respeito, permitindo-a controlar processos intradomiciliares e levando-a a uma condição melhor frente ao companheiro ou companheira e demais membros da família (Kabeer, 1999; Couto & Saiani, 2021). Para Leite *et al.* (2019), a capacidade de gerar rendimentos independentes poderia ser um fator chave na prevenção da violência entre parceiros íntimos, pois dirime a dependência econômica da mulher em relação ao homem.

Mulheres capazes de tomar, continuamente, decisões que impactam sua vida e a de seus filhos possuem traços de empoderamento no âmbito doméstico. Para autores como Khan e Awan (2011), o arbítrio sobre compras de alimentos, roupas, calçados, consultas médicas e até viagens representam o engajamento das mulheres em decisões rotineiras dentro do lar, significando maior nível de empoderamento.

O empoderamento psicológico, segundo Francina e Joseph (2013), é o controle pessoal sobre si mesmo e o ambiente, incluindo autoestima, autoeficácia e autodeterminação, promovendo bem-estar e felicidade (Bushra & Wajih, 2015). Para Correa e Benegas (2017), o empoderamento psicológico pode ajudar mulheres a se libertarem de relações abusivas, reduzindo a probabilidade de retorno a seus agressores após períodos de afastamento.

Ressalta-se que o empoderamento feminino repercute de maneiras diferentes em relação aos recortes de classe social e raça, por exemplo. Collins (2019) estabelece que dentro das teorias feministas, as quais tem discutido o empoderamento feminino ao longo da história, as experiências de mulheres brancas ocidentais de classe média constituem um grupo dominante que relegam outras mulheres (orientais, negras, de classe social mais baixa) à margem do debate. Tal dinâmica se manifesta na conjuntura socioeconômica em que mulheres negras se encontram, o que é discutido na seção seguinte.

2.2 As questões social e racial como obstáculos ao empoderamento feminino

O empoderamento feminino deve ser abordado considerando a diversidade entre mulheres, que inclui raça, classe social, geração, idade, religião, orientação sexual e cultura, por exemplo. Estudos nesse campo precisam investigar essas nuances sem perder de vista o entendimento coletivo do conceito (Rua, 2023; Marinho & Gonçalves, 2016).

A desigualdade de gênero e raça no mercado de trabalho brasileiro afeta mais severamente as mulheres pretas e pardas, que enfrentam menor acesso a empregos, salários mais baixos e menos oportunidades de progresso profissional em comparação com mulheres brancas e homens negros. Dados recentes mostram que em 2023 jovens mulheres negras de 18 a 29 anos tiveram uma taxa de desemprego três vezes maior que a dos homens brancos no Brasil e renda 47% menor que a média nacional (Zumba, 2024).

A falta de representação de mulheres negras em cargos de liderança também agrava sua exclusão social. Ribeiro e Araújo (2016) destacam que, apesar da educação

ser vista como um caminho para a mobilidade social, isso não se concretiza para as mulheres negras devido às barreiras estruturais como racismo e sexismo.

Tais fatores levam essas mulheres a buscar uma saída no empreendedorismo, onde também encontram dificuldades por conta de sua raça e gênero. Dados apontam que empreendedoras negras têm rendimentos duas vezes menor que empreendedoras brancas e 42% menor do valor recebido por homens; apenas 21% delas têm negócios formais, enquanto o índice para mulheres brancas é de 42% (Aguiar, Nassif & Garçon, 2022; Oliveira, Pavan, Tosta & Tosta, 2023).

Ainda, conforme apontam Alvez, Jesus e Murta (2022), mulheres negras brasileiras também têm acesso reduzido a bens, internet, e têm menor expectativa de vida. Essas disparidades são moldadas por fatores históricos e sociais interseccionais como raça, gênero e classe, impactando negativamente sua autoestima, acesso a recursos e a direitos básicos (condições de vida, educação, trabalho e mobilidade).

De acordo com Collins (2019), a interseccionalidade entre gênero, raça e classe social tem um impacto significativo na forma como as mulheres pretas e pardas são percebidas e tratadas pela sociedade. Para a autora, mulheres da raça negra são mais vulneráveis a sofrerem violência doméstica, sexual e racial em comparação com mulheres brancas, e essas formas de violência muitas vezes se sobrepõem. A constatação de Collins (2019) é corroborada pelo 17º Anuário Brasileiro de Segurança Pública (Fórum Brasileiro de Segurança Pública, 2023), que mostra que 56,8% das mulheres vítimas de estupro no Brasil em 2022 eram negras, percentual que sobe para 61,1% quando tratamos de feminicídio.

Ainda há uma tendência em responsabilizar as mulheres negras por sua própria exclusão, ao invés de reconhecer o papel das estruturas sociais e históricas que perpetuam tal realidade. Carneiro (2019), em consonância, explica que mesmo dentro do discurso clássico sobre a opressão da mulher e o mito da fragilidade feminina, as mulheres negras tiveram uma experiência histórica diferenciada e nunca foram tratadas como frágeis. Isso tem implicações importantes para a justiça social, pois a luta contra a opressão deve levar em consideração as diferentes dimensões da identidade para abordar a complexidade e das experiências de opressão. Por exemplo, políticas que visam melhorar as condições de trabalho para mulheres em geral podem não ser eficazes para mulheres de baixa renda ou mulheres de minorias étnicas. As políticas de microcrédito, examinadas a seguir, são exemplos disso.

2.3. Microcrédito como ferramenta de empoderamento

O microcrédito é uma ferramenta crucial para pequenos empreendedores que enfrentam dificuldades com o crédito tradicional, promovendo inclusão social e desenvolvimento econômico local. No Brasil, regulamentado pela Lei 13.999 de 2020, o Programa Nacional de Microcrédito Produtivo Orientado é supervisionado pelo Governo Federal, beneficiando pessoas com atividades produtivas de pequeno porte (Ministério do Trabalho e Emprego, 2022).

Desde 1998, o Banco do Nordeste tem se destacado nesse segmento com o Crediamigo, o maior programa de microcrédito da América Latina, servindo 2,24 milhões de clientes ativos e emprestando R\$ 10,6 bilhões em 2022 (BNB, 2023). Além do financiamento, o Crediamigo oferece treinamento em gestão financeira e empreendedorismo, utilizando o aval solidário como garantia. No entanto, críticas apontam que o programa pode levar ao endividamento excessivo e reforçar desigualdades sociais, especialmente de gênero (Araújo, Gomes & Silva, 2019).

Em resposta a essas questões, foram lançadas iniciativas como o Crediamigo Delas em 2021, direcionado a mulheres empreendedoras com prazos estendidos, educação financeira e suporte para iniciantes (BNB, 2022). Ainda, o Programa Brasil pra Elas, iniciado em 2022 pelo Governo Federal, busca proporcionar condições especiais de microcrédito para mulheres através de bancos públicos, integrando financiamento com orientação empresarial (BNB, 2022).

Assim, estudos recentes têm investigado o microcrédito em contextos de atuação feminina. Mota *et al.* (2021), por exemplo, destacaram a maior participação feminina no Crediamigo, embora as políticas públicas ainda não tenham abordado completamente as desigualdades de gênero no Brasil.

Cheng e Silva Junior (2023) mostraram que as participantes do programa ELAS fortaleceram sua capacidade de aspiração, perseverança, envolvimento com a comunidade e senso de autoeficácia (o que destaca a importância dos processos relacionais dentro desses programas), contrastando com observações anteriores de Cezar (2016) sobre a persistência das desigualdades de gênero no âmbito familiar, principalmente pela não redistribuição das tarefas domiciliares, com impactos restritivos no empoderamento social dessas mulheres.

Parente e Coelho (2019), por sua vez, argumentam que o programa Banco do Povo (Tocantins, Brasil), embora melhore as condições de vida, não alcança plenamente o empoderamento feminino em termos de emancipação, autonomia, participação social, autoestima e formação educacional. Já Leite *et al.* (2019) ressaltaram a

eficácia do microcrédito na redução da pobreza, mas recomendaram a integração de educação sobre papéis de gênero para mitigar a violência contra mulheres.

3. METODOLOGIA

O estudo é qualitativo e descritivo. Enquanto qualitativo, busca compreender a realidade através de valores, crenças, atitudes e percepções dos indivíduos, permitindo explorar sua subjetividade (Ritter *et al.*, 2023). Já seu caráter descritivo reside na intenção de descrever as características de um fenômeno ou população e sua correlação com dimensões propostas, visando obter uma nova visão sobre um problema específico (Creswell & Creswell, 2023).

O público-alvo da pesquisa são mulheres empreendedoras do bairro Messejana, cidade de Fortaleza (capital do estado brasileiro Ceará), que se autodeclararam pretas ou pardas e estão há mais de quatro anos no programa Crediamigo. O local foi escolhido não somente pela sua elevada concentração de empreendedoras, mas principalmente pela relevância daquela agência de negócios, com cerca de quatro mil clientes ativos e R\$ 5,6 milhões emprestados a empreendedores, 67% dos quais são mulheres (BNB, 2023).

A coleta de dados incluiu pesquisa documental, aplicação de questionário e entrevista semiestruturada. No primeiro momento, 13 empreendedoras foram abordadas em seus locais de trabalho, geralmente anexos às suas residências, com suporte de um agente de microcrédito. Elas responderam um questionário socioeconômico, também com perguntas sobre valor financiado e tempo no programa Crediamigo. No segundo momento, sete delas participaram de entrevistas semiestruturadas, selecionadas com base nos critérios da pesquisa.

Ressalte-se que a metodologia deste estudo está em consonância com as recomendações éticas para pesquisas envolvendo seres humanos, tendo respeitado os princípios de confidencialidade, privacidade e beneficência, e tendo adotado termo de consentimento livre e esclarecido para uso das informações das participantes, o qual foi aprovado pelo Ambiente de Proteção de Dados do Banco do Nordeste.

Além das informações extraídas do formulário de identificação, a coleta de dados incluiu gravação das entrevistas e posterior transcrição para análise. O processo envolveu a codificação das informações, seguida da categorização e interpretação dos dados, com o objetivo de identificar padrões e temas recorrentes nos relatos das

Empoderamento de Empreendedoras Pretas e Pardas no Maior Programa de Microcrédito da América Latina

participantes. O roteiro de entrevista baseou-se na literatura sobre as dimensões do empoderamento feminino.

Para análise dos dados recorreu-se à análise de conteúdo de Bardin (2016), com auxílio do *software* Atlas.ti. Dimensão Econômica, Dimensão Doméstica e Dimensão Psicológica foram as categorias de análise elencadas.

A análise buscou combinar documentos fornecidos pelo BNB, questionário de identificação de perfil das clientes e o conteúdo das entrevistas semiestruturadas, adotando a estratégia de triangulação de dados para aumentar a validação e confiabilidade da pesquisa (Zelcane & Pipere, 2023).

4 ANÁLISE DOS RESULTADOS

Perfil das participantes

Participaram das entrevistas sete empreendedoras pertencentes ao público elegível desta pesquisa. 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, que, com exceção da Empreendedora 3, estavam instalados em cômodos anexos ao próprio domicílio.

O perfil socioeconômico das entrevistadas é apresentado na Tabela 2 a seguir. Observa-se 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.

Tabela 2

Perfil Socioeconômicos das Empreendedoras

Identi- fi- cação	Idade	Estado civil	Filhos	Tem- po de estudo	Cor ou raça de- clarada	Tempo de Programa Crediamigo	Renda familiar mensal	Atividade profissional
E1	33	Casada	Um	15 anos	Parda	Nove anos	R\$ 5,5 mil	Venda de cosméticos
E2	51	Casada	Dois	9 anos	Parda	Nove anos	R\$ 3,5 mil	Podologia
E3	41	Solteira	Zero	17 anos	Parda	12 anos	R\$ 2,9 mil	Massoterapia
E4	35	União Estável	Um	9 anos	Preta	Quatro anos	R\$ 5 mil	Marmitaria
E5	35	União Estável	Zero	12 anos	Parda	Quatro anos	R\$ 15 mil	Loja de rações
E6	59	Casada	Dois	12 anos	Parda	16 anos	R\$ 8 mil	Artesanato e cosméticos
E7	51	Casada	Dois	12 anos	Parda	10 anos	R\$ 9 mil	Salão de beleza

Fonte: elaborado pelos autores (2023).

A faixa etária das entrevistadas representa, aproximadamente, 63% do perfil dos clientes do programa Crediamigo, enquanto a escolaridade representa 70% (BNB, 2022). Não se encontrou nesta pesquisa relação diretamente proporcional entre renda alcançada e escolaridade.

A Empreendedora 6 é a de maior idade no grupo. O marido, dono de um bar, também é cliente do Crediamigo. Segundo E6, ambos não interferem na atividade um do outro. A participante, que está entre as principais vendedoras do grupo do qual faz parte, se orgulha do reconhecimento público que recebe das empresas de cosméticos nas quais é cadastrada.

A Empreendedora 7 relata que desde muito jovem já cortava cabelo, mas que o fazia de forma improvisada, “pois nem máquina de corte tinha” (E7). Essa falta de recursos materiais e acesso a bens é apontada pela literatura como uma das dificuldades enfrentadas por mulheres negras, o que trava, inclusive, o início de seus empreendimentos (Aguiar, Nassif e Garçon, 2022; Oliveira *et al*, 2023).

Quanto à escolaridade, nenhuma das empreendedoras possui ensino superior. Das sete participantes, apenas duas concluíram o ensino médio e as outras cinco tiveram que interromper seus estudos. Tais informações corroboram com os dados sobre

Empoderamento de Empreendedoras Pretas e Pardas no Maior Programa de Microcrédito da América Latina

escolaridade de mulheres negras de autores como Ribeiro e Araújo (2016) e Saltos e Garcia (2020).

Em relação ao estado civil, a Empreendedora 4, a única que se autodeclarou preta (as demais se autodeclararam pardas), encontra-se em uma relação homoafetiva. E4 disse não sofrer preconceito de cor ou raça, mas, sim, em relação a sua orientação sexual. É necessário conjecturar, no entanto, que tais características não passam incólumes, mas se sobrepõem em uma dinâmica de interseccionalidade de raça, gênero, orientação sexual, entre outros, conforme Collins (2019), o que afeta a forma como essas mulheres são tratadas.

Assim, algumas reflexões se apresentam, dado a ausência de relatos sobre racismo por parte das entrevistadas, e a única menção sobre preconceito ser relacionada à orientação sexual de E4. Tomando Collins (2019) e Carneiro (2019), pode-se pensar sobre até que ponto ser negra afetou a realidade social das empreendedoras entrevistadas, todas de origem humildes, já desde o início de suas jornadas, e como isso pode estar relacionado a, por exemplo, a interrupção de seus estudos. Ou ainda, pode-se relacionar às dificuldades no mercado de trabalho as fizeram ter de recorrer a um programa de microcrédito para empreender.

Em relação à renda mensal familiar, as entrevistadas enquadraram-se numa faixa onde se situam 15% dos clientes do 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 valores entre R\$ 2 mil e R\$ 21 mil (BNB, 2022).

4.2. Empoderamento das empreendedoras

Nesta subseção serão analisadas as respostas das empreendedoras à luz das referidas categorias do empoderamento feminino (Doméstica, Econômica e Psicológica), com base nos trabalhos de pesquisadores como Haque et al. (2011), Khan e Awan (2011), Oliveira (2015), Sharaunga, Mudhara e Bogale (2016) e Couto e Saiani (2021).

A Figura 1, gerada a partir do software Atlas.ti, ilustra a rede semântica criada. As dimensões do empoderamento feminino guiaram a categorização do conteúdo, e os relatos coletados geraram subcódigos relacionados a essas dimensões. Para os subcódigos, a letra D representa a quantidade de vínculos que possuem; e a letra G representa a quantidade de citações associadas a cada um. No centro da figura encontra-se o código Crediamigo, representando as articulações do programa de microcrédito

com as dimensões de empoderamento identificadas.

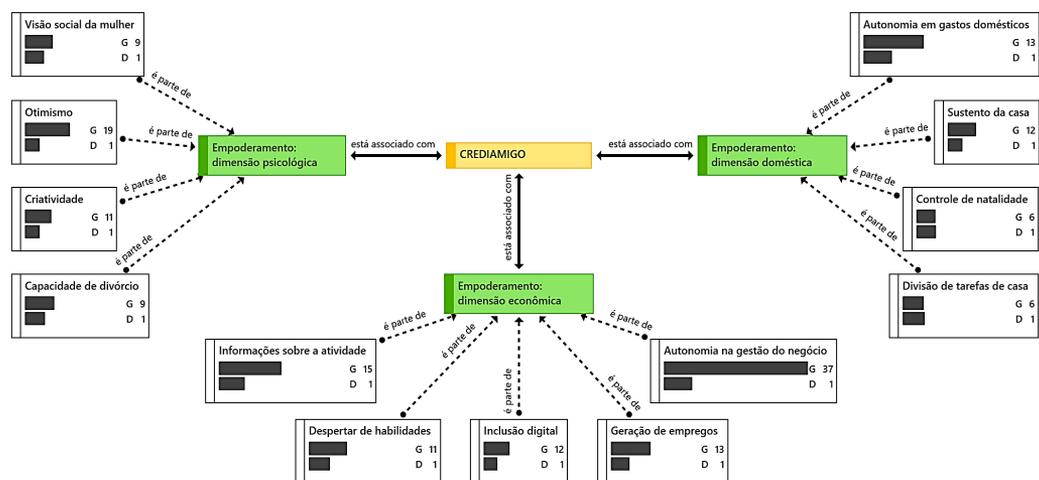
Observa-se que há mais evidências de Empoderamento Econômico nas falas das mulheres entrevistadas. Em contraste, foram encontradas menos citações relacionadas ao Empoderamento Doméstico, sugerindo menor identificação das clientes com esse aspecto. Os resultados detalhados de cada dimensão serão discutidos nas subseções subsequentes para uma análise mais aprofundada.

4.2.1. Dimensão Econômica

O tópico com mais citações associadas ao empoderamento econômico foi autonomia na gestão do negócio. Apreende-se das falas das empreendedoras que, por menos que estejam empoderadas domesticamente, elas conseguem direcionar os rumos da atividade que desenvolvem.

Figura 1

Rede Semântica do Empoderamento Feminino



Fonte: Dados da pesquisa (2023).

Ter acesso a crédito e a emprego, fator considerado importante por Fernandes *et al.* (2016) e Leite *et al.* (2019), pode vir a ser o motivo desse tipo de autonomia no próprio negócio. Sobre isso, a Empreendedora 6 relata:

Empoderamento de Empreendedoras Pretas e Pardas no Maior Programa de Microcrédito da América Latina

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 (E6).

Essa autonomia na condução de suas atividades denota certo grau de independência, o que é fundamental para promoção de equidade na relação matrimonial, conforme Couto e Saiani (2021) e Leite *et al.* (2019), e implica autoconfiança e autodeterminação, elementos que caracterizam o empoderamento econômico (Romero, 2019; Couto & Saiani, 2021).

A única exceção aos relatos de falta de influência do(a) cônjuge é da Empreendedora 5: “A parte financeira do negócio é com ele. Sempre a gente calcula no final da tarde. Ele fica com a parte financeira e eu com as vendas”. No entanto, suas declarações sugerem uma relação de ajuda mútua no negócio, ao invés de uma dependência absoluta do companheiro. Ao contribuir ativamente para o sustento da casa, ela ocupa um papel de poder significativo, tradicionalmente atribuído aos homens.

Sobre geração de empregos, as empreendedoras E1, E2, E3 e E4 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, segundo Kabeer (1999). 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. (E2).

Em relação ao acesso das entrevistadas à informação sobre as atividades que desenvolvem, especialmente em plataformas de internet, essa integração e busca de conhecimento se dá principalmente por meio de ferramentas como o WhatsApp, no qual montam grupos de empreendedores, clientes e parceiros. As redes sociais também são bastante usadas pelas clientes do Crediamigo, como conta a 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 a 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 para comprar luvas, máscaras, produtos, para ter descontos. (E1).

As respostas das empreendedoras relativas à inclusão digital possibilitam reflexões dentro do que preconizam pesquisadores como Francina e Joseph (2013) sobre interação social. Para as autoras, o construto do empoderamento passa por um aspecto interacional, caracterizado por englobar troca de saberes, de informações e de *insights*, despertando a identificação de oportunidades de melhoria e de acesso a recursos.

Essas interações ocorrem principalmente entre mulheres, que se informam e se encorajam entre si, em uma perspectiva de empoderamento coletivo. Segundo Collins (2019), as mulheres que têm redes de apoio forte entre si são mais capazes de resistir às opressões e lutar por seus direitos, e isso pode ajudá-las a alcançar um maior grau de autonomia e poder pessoal.

Tais características podem desembocar, inclusive, em empoderamento intradoméstico, como relata a Empreendedora 1 ao abordar 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 usam. O que elas fazem, qual tipo de broca que elas podem usar... (E1).

Tal dado reforça o que a literatura aponta como uma relação positiva entre empoderamento econômico e equidade dentro das relações matrimoniais (Leite *et al.*, 2019), além da capacidade de aspiração, perseverança, envolvimento com a comunidade e senso de autoeficácia (Cheng & Silva Junior, 2023).

De um modo geral, as empreendedoras entrevistadas demonstraram que suas atividades as ajudam a despertar ou incrementar suas habilidades, o que corrobora com Bushra e Wajihay (2015), para quem o desenvolvimento de habilidades acompanha as necessidades impostas pelo empreendedorismo.

Empoderamento de Empreendedoras Pretas e Pardas no Maior Programa de Microcrédito da América Latina

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 nova habilidade, que resultou em um sentimento de empoderamento:

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, começar a praticar. Tive muitas “cobaias” dentro da minha própria casa. Quando fiz meu primeiro atendimento, vi que realmente valeu tudo a pena (E3).

A Empreendedora 2 reconhece que capacidades inatas, como a de comunicação, foram aprimoradas, ou até mesmo estimuladas, em função do negócio. Já a Empreendedora 4 desenvolveu autoeficácia e perseverança, notadamente ao afirmar que “Eu achava que não ia gerar, não. Abria e já queria fechar em três dias”, corroborando com o que preconiza Cheng e Silva Junior (2023).

Mais uma vez somos chamados a refletir, na falta de relatos mais diretamente relacionados à questão de raça, quantas dessas dificuldades de acesso a recursos, oportunidades de renda e autoestima (Alvez, Jesus & Murta, 2022; Collins, 2019) são resultado da condição imposta às mulheres negras em razão da interseccionalidade de gênero e raça.

4.2.2 Dimensão Doméstica

Sobre a autonomia em gastos domésticos, as sete empreendedoras foram afirmativas ao dizer que usufruíam do próprio dinheiro de modo independente. As Empreendedoras E1, E2 e E7 explicitaram 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” (E1).

Levar em consideração a opinião do outro sem perder a autonomia é a prática das Empreendedoras E3, E4 e E5, denotando autoeficácia e autodeterminação (Cheng & Silva Junior, 2023).

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 (E3).

A pesquisa constatou seis respostas associadas à divisão das tarefas de casa, considerado por Oliveira (2015), Fernandes *et al.* (2016) e Romero (2019) 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 da unidade familiar, não somente da mulher. Estudos como o de Kabeer (1999) indicam que a autonomia financeira das mulheres em relação às despesas domésticas tem um impacto significativo na sua capacidade de sair da pobreza e na melhoria da qualidade de vida das suas famílias.

As Empreendedoras E2, E6 e E7 demonstraram aceitar naturalmente a dupla jornada de trabalho, desdobrando-se entre a atividade que desempenham em seus negócios e as tarefas do lar. Denota-se uma ausência de empoderamento doméstico, pois mostra uma dinâmica de gênero tradicional em que a mulher é responsável por todas as tarefas domésticas e de cuidado, enquanto o homem contribui apenas com tarefas consideradas “masculinas” ou “não-domésticas”.

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 (E2).

Verifica-se aqui uma coincidência pelo fato de elas constituírem subgrupo das que possuem 50 anos ou mais, e que, possivelmente, vivenciaram uma sociedade com valores patriarcais e conservadores mais presentes do que as empreendedoras de gerações posteriores.

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 mantém o *status* de provedor, enquanto a mulher assume um papel complementar.

Como avaliam Francine e Joseph (2013), mesmo a uma mulher empoderada economicamente pode faltar empoderamento intradomiciliar, a exemplo da justa divisão de tarefas domésticas, culminando em duplas (às vezes triplas) jornadas, que tornam a rotina de mulheres empreendedoras um verdadeiro fardo.

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, na visão de autores como Mahmud (2003).

Sobre 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 [mulheres]”, afirmou E1, reconhecendo que a responsabilidade pela criação dos filhos acaba pesando mais para as mães do que para os pais.

Nesse sentido, a autonomia da mulher em ter ou não filhos é vista como forte fator de empoderamento para autores como Khan e Awan (2011) e Marmud (2003) e, nesse aspecto, todas as empreendedoras mostraram algum grau de empoderamento. Collins (2019) corrobora que direitos reprodutivos, como acesso a informações sobre sexualidade e controle de natalidade, são essenciais no empoderamento feminino, principalmente em relação ao efeito que as políticas de Estado têm sobre a vida dessas mulheres.

4.2.3 Dimensão Psicológica

Em relação ao otimismo, a maioria das entrevistadas demonstrou enxergar de modo positivo a atividade, e a ideia de ampliar o negócio prevaleceu. Estar otimista com a atividade que desempenha pode contribuir para o empoderamento de mulheres, na medida em que essa sensação assume o significado de autoconfiança, do bem-estar, do êxito profissional a ser alcançado e da superação de desafios por parte das empreendedoras (Fernandes *et al.*, 2016).

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. Em outro momento, no entanto, mostrou vontade de ampliar seu negócio: “Eu pretendo ter outra marmitaria, como uma filial. Mas agora vou ficando por aqui mesmo. Tenho planos de expandir” (E4), complementou, demonstrando um conflito de sentimentos.

Empreendedoras como E1, E2, E3 e E5 mostram vontade de expandir seus empreendimentos, planejando metas para o futuro a partir dos bons resultados que têm obtido com o microcrédito, o que demonstra ascensão a partir da participação delas no programa. Os relatos demonstram orgulho pelas próprias trajetórias, autodeterminação, envolvimento com a comunidade e autoconfiança, elementos apontados na

literatura como constituintes de empoderamento feminino (Leite *et al.*, 2019; Couto & Saiani, 2021; Cheng e Silva Junior, 2023).

Em relação ao divórcio, cinco das seis empreendedoras casadas ou que declararam união estável disseram ter capacidade de pedir divórcio. A Empreendedora 3, única solteira do grupo, também disse que teria caso se visse em situação em que a separação fosse necessária, opinião semelhante à da Empreendedora 5: “Se for se separar, tenho que seguir a vida. Comecei isso aqui só. Eu me sinto capaz de levar isso aqui pra frente. Eu sempre trabalhei e me considero capaz”.

Nesse aspecto, ter capacidade de pedir divórcio é um importante aspecto do empoderamento psicológico, segundo Correa e Benegas (2017). A medida pode evitar manutenção de relações violentas, em que a mulher se encontra subjugada pelo homem (geralmente por dependência econômica) e, portanto, políticas como o microcrédito para mulheres podem empoderá-las para não se manterem em relações abusivas (Castro, Gomes & Trajano, 2024).

Quanto à criatividade, dimensão do empoderamento psicológico (Bushra & Wajihaj, 2015; Correa & Benegas, 2017), 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 para minha loja. Aqui é lotado de perfume. Coloquei uma prateleirinha para ver mais. Pessoas vem fazer unha e já olham minhas revistas”.

Tal aspecto reforça os dados da pesquisa que apontam essas empreendedoras como mulheres com sentimento de autodeterminação e autonomia. Para além disso, em um contexto mais amplo do empoderamento feminino, a criatividade pode ser vista como uma ferramenta para que as mulheres possam desafiar estereótipos de gênero e reivindicar espaços de poder e visibilidade. Ao determinar suas próprias ideias, as mulheres podem romper com as expectativas sociais limitantes e ampliar suas possibilidades, como afirmam Sharaunga, Mudhara e Bogale (2016).

Sobre a visão social da mulher, as empreendedoras consideram que as mulheres “estão mais empoderadas” (E1), ocupam mais espaços de poder e possuem mais autodeterminação, mas que devem continuar buscando mais autonomia, principalmente no espaço doméstico. Para a Empreendedora 3, há “muita mulher empoderada em determinado serviço. Mas não vejo muita mulher empoderada em casa”, enquanto a Empreendedora 6 faz uma fala no sentido mais coletivo: “Tem muita mulher acomodada. Ainda tem esse tipo de pessoa que infelizmente não toma atitude para somar”.

Assim, ao mesmo tempo em que reconhecem um maior empoderamento das mu-

lheres, denota-se certa consciência de que a luta por esse empoderamento deve ser uma luta que englobe todas as mulheres (Collins, 2019; Carneiro, 2019).

4.3 Crediamigo como ferramenta de empoderamento

As declarações das empreendedoras sinalizam maior relação do programa Crediamigo com a dimensão Empoderamento Econômico. Do total de 25 menções ao programa, 18 se relacionam a essa dimensão. As outras sete menções tratam de Empoderamento Psicológico, e nenhuma se relaciona a Empoderamento Doméstico.

Elogios ao programa, relativos ao crédito oportuno, são recorrentes nesse aspecto: “O Crediamigo é muito bom. Ele facilita a gente ter o que a gente quer naquele momento, para ir investindo e crescendo. O Crediamigo é muito bom para quem sabe investir”, afirma E1.

O programa parece conseguir estabelecer uma relação que ultrapassa aquela de instituição e cliente, em que a instituição financeira objetiva apenas a lucratividade. 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 Crediamigo para seu autodesenvolvimento.

A criação do Crediamigo para microempreendedores foi muito importante. Para 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. Essa questão de você ter sua autonomia é muito importante (E3).

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

Tais relatos enfatizam a relação que programas de microcrédito guardam com o empoderamento feminino, com profunda influência na situação econômica, poder de decisão, conhecimento e elevação de autoestima de mulheres que participam de programas do tipo (Aruna, 2011; Mota *et al.*, 2021; Cheng & Silva Junior, 2023). Por outro lado, a ausência de relação entre o programa Crediamigo e o empoderamento doméstico percebido pelo estudo pode indicar a persistência das desigualdades de

gênero no âmbito familiar da qual nos fala Cezar (2016), principalmente em relação à divisão de tarefas, o que mitiga o empoderamento dessas mulheres, que acabam sempre carregando mais responsabilidades que os homens.

O recorte racial não surgiu nos relatos como uma barreira ao empoderamento dessas mulheres, mas há de se refletir em que medida essa ausência de falas sobre a própria negritude não constitui, por si só, um apagamento identitário (Collins, 2019; Carneiro, 2019) ao qual essas mulheres são levadas, por exemplo. Os dados mostram que o aspecto racial constitui uma distinção nos números sobre violência de gênero e acesso ao mercado profissional (Aguiar, Nassif & Garçon, 2022; Oliveira *et al.*, 2023, Fórum Brasileiro de Segurança Pública, 2023), que desfavorece mulheres pretas e pardas, e as políticas de microcrédito não podem se abster dessa consideração.

Assim, enquanto o microcrédito demonstra potencial significativo para o desenvolvimento econômico e social, é fundamental abordar as complexidades de gênero, de raça e outras variáveis interseccionais para maximizar seu impacto positivo e promover uma inclusão verdadeiramente transformadora.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este estudo explorou o empoderamento de mulheres empreendedoras pretas ou pardas participantes do programa Crediamigo, um microcrédito do Banco do Nordeste do Brasil, abordando as dimensões Econômica, Doméstica e Psicológica.

Na dimensão econômica, as empreendedoras demonstraram autonomia na gestão financeira de seus negócios, embora algumas tenham percepções limitadas sobre o potencial de crescimento, indicando necessidade de melhorias na orientação empresarial fornecida pelo programa. O acesso à informação e à inclusão digital emergiram como elementos cruciais para o empoderamento econômico das mulheres.

Quanto ao empoderamento doméstico, a independência financeira proporcionada pelo Crediamigo permitiu uma participação mais ativa das empreendedoras nas finanças familiares, melhorando a qualidade de vida de suas famílias. No entanto, a divisão desigual das tarefas domésticas ainda reflete normas patriarcais, onde muitas empreendedoras continuam responsáveis pelo lar, enquanto os homens são vistos como provedores principais.

Na dimensão psicológica, o programa contribuiu para o desenvolvimento da autoconfiança, autoestima e autoconhecimento das participantes, além de proporcionar

Empoderamento de Empreendedoras Pretas e Pardas no Maior Programa de Microcrédito da América Latina

reconhecimento social devido ao seu sucesso como empreendedoras.

O estudo revelou variações no empoderamento dessas mulheres, influenciadas por fatores como idade, estado civil, divisão de responsabilidades e capacidade de criar empregos. Apesar dos relatos das participantes indicarem que sua raça ou cor não foi uma barreira significativa em suas trajetórias empreendedoras, a interseccionalidade de gênero e raça pode ter contribuído para desigualdades pré-existentes no acesso a recursos iniciais e continuidade educacional.

Assim, o Crediamigo capacita mulheres para planejar investimentos e tomar decisões informadas para expandir seus negócios, promovendo não apenas autonomia econômica, mas também ascensão social e profissional. No entanto, embora reconhecido por seu impacto positivo no empoderamento econômico, o Crediamigo não foi percebido pelas empreendedoras como um facilitador significativo do empoderamento doméstico. Isso aponta para oportunidades de melhorias, como campanhas de conscientização sobre violência doméstica e suportes específicos.

As limitações da pesquisa referem-se ao acesso a certos dados do programa, especificamente a falta de informações sobre a heteroidentificação dos participantes, que impediu a análise da representatividade de mulheres negras no âmbito do Crediamigo. Além disso, a ausência de dados sobre endividamento impossibilitou uma análise longitudinal e relacional desses aspectos no contexto do estudo.

Como agenda de pesquisa, recomenda-se uma análise quantitativa da correlação entre acesso ao crédito e empoderamento feminino específico para mulheres pretas e pardas, além do estudo do impacto da inclusão digital em outras dimensões do empoderamento para além da econômica. Aspectos culturais, religiosos e a necessidade de investigações adicionais sobre racismo entre empreendedoras também são destacados como áreas de pesquisa importantes para o futuro.

REFERÊNCIAS

- Aguiar, H. M., Nassif, V. M. J, & Garçon, M. M. (2022). Os desafios da empreendedora negra na gestão de seus negócios. *Future Studies Research Journal*, 15(1), e0648.
- Alvez, C. O., Jesus, S. M., Murta, S. G. (2022). Mecanismos de empoderamento de mulheres negras: um estudo qualitativo. *Revista de Psicologia*, 13(2), 168-183.

- Araújo, B. A. F., Gomes, J. M. M., & Silva, E. M. S. (2019). Análise do crédito produtivo orientado pelo Crediamigo na perspectiva de gênero. *Revista Científica Hermes*, 18, 51-67.
- Aruna, M. (2011). The role of microfinance in Women Empowerment: a study on the SHG Bank Linkage Program in Hyderabad. *The Indian Journal of Commerce and Management Studies*, 2(4), 77-95.
- Asaleye, A. J., & Strydom, K. (2023). Foreign Aid and Institutional Quality towards Reducing Gender-Based Violence. *Social Sciences*, 12(11), 1-21.
- Banco do Nordeste do Brasil. (2022). Relatório 2022 Programa de Microfinanças do Banco do Nordeste. *Site do Banco do Nordeste do Brasil*. <https://bit.ly/bnb-rel22>
- Banco do Nordeste do Brasil. (2023). *25 anos Crediamigo: a trajetória do Programa de Microcrédito Urbano do Banco do Nordeste*. Fortaleza: Banco do Nordeste. <https://bit.ly/25a-crdmg>.
- Banco Interamericano de Desenvolvimento. (2014). Instituições do Brasil, Equador e Paraguai foram as ganhadoras dos Prêmios Interamericanos para Inovação Financeira e Empresarial do BID. *Site do Banco Interamericano de Desenvolvimento*. <https://www.iadb.org/pt-br/noticias/instituicoes-do-brasil-equador-e-paraguai-foram-ganhadoras-dos-premios-interamericanos>
- Bardin, L. (2016). *Análise de conteúdo*. Lisboa: Edições 70.
- Bushra, A., & Wajih, N. (2015). Assessing the socio-economic determinants of women empowerment in Pakistan. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 177, 3-8.
- Carneiro, S. (2019). Enegrecer o feminismo: a situação da mulher negra na América Latina a partir de uma perspectiva de gênero. In H. B. Hollanda (Org.). *Pensamento feminista - conceitos fundamentais* (pp. 325-333). Rio de Janeiro: Bazar do tempo.
- Castro, A. M., Gomes, N. M. F., & Trajano, A. A. (2024). Violência doméstica e interseccionalidade. *Caderno Espaço Feminino*, 36(2), 347-361.
- Cezar, I. F. (2016). *Microcrédito e empoderamento de mulheres de baixa renda: uma análise do projeto "Elas"*. [Dissertação de Mestrado]. Escola de Administração de Empresas, Fundação Getúlio Vargas, São Paulo.

Empoderamento de Empreendedoras Pretas e Pardas no Maior Programa de Microcrédito da América Latina

- Cheng, K. R., & Silva Junior, J. T. (2023). The role of solidarity in women's empowerment: Narratives from Northeast Brazil. *Voluntas: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations*, 34(5), 911-921.
- Collins, P. H. (2019). *Pensamento feminista negro: conhecimento, consciência e a política do empoderamento*. São Paulo: Boitempo.
- Correa, C., & Benegas, M. (2017). Empoderamiento de las mujeres en Uruguay: ¿proceso o resultado?. *Estudios Sociológicos*, 35(105), 169-195.
- Couto, M. C., & Saiani, C. C. (2021). Dimensões do empoderamento feminino no Brasil: índices e caracterização por atributos locais e individuais e participação no Programa Bolsa Família. *R. bras. Est. Pop.*, 38, 1-22.
- Creswell, J. W., & Crews, J. D. (2023). *Research design: qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. California: SAGE.
- Fernandes, T. S., Lopes, G. S., Watanabe, M., Yamaguchi, C. K., & Godoi, C. K. (2016). Dimensões do empoderamento feminino: autonomia ou dependência? *Revista Alcance*, 23(3), 391-413.
- Fórum Brasileiro de Segurança Pública. (2023). *17º Anuário Brasileiro de Segurança Pública*. São Paulo: Fórum Brasileiro de Segurança Pública, 2023. Disponível em <https://forumseguranca.org.br/wp-content/uploads/2023/07/anuario-2023.pdf>
- Francina, P. X., & Joseph, M. V. (2013). Women empowerment: the psychological dimension. *Rajagiri Journal of Social Development*, 5(2), 61-74.
- García-Hortal, J., Zapata, E., & Valtierra, E. (2014). El microcrédito como estrategia para atenuar la pobreza de las mujeres. *Estudios Fronterizos*, 15(30), 10-27.
- Gonzalez, L. (2020). *Por um feminismo Afro-Latino-Americano: ensaios, intervenções e diálogos*. Rio de Janeiro: Zahar.
- Haque, M. M., Islam, T. M., Tareque, M. I., & Mostofa, M. G. (2011). Women empowerment or autonomy: A comparative view in Bangladesh context. *Bangladesh e-journal of Sociology*, 8(2), 17-30.
- Kabeer, N. (1999). Resources, Agency, Achievements: Reflections on the measurement of women's empowerment. *Development and Change*, 30(3), 435-464.

- Khan, S., & Awan, R. (2011). Contextual assessment of women empowerment and its determinants: Evidence from Pakistan. *MPRA Paper*, 30820.
- Leite, T. H., Moraes, C. L. D., Marques, E. S., Caetano, R., Braga, J. U., & Reichenheim, M. E. (2019). O empoderamento econômico das mulheres através de programas de transferência de renda e de microcrédito é suficiente para diminuir a violência entre parceiros íntimos? Evidências de uma revisão sistemática. *Cadernos de Saúde Pública*, 35, e00174818.
- Mahmud, S. (2003). Actually how empowering is microcredit? *Development and change*, 34(4), 577-605.
- Marinho, P. A. S., & Gonçalves, H. S. (2016). Práticas de empoderamento feminino na América Latina. *Revista de estudos sociais*, 56, 80-90.
- Ministério do Trabalho e Emprego. (2022). Consultar Seguro Desemprego MTE. *Site do Ministério do Trabalho e Emprego 2022*. <https://www.ministeriodotrabalho.org/consultar-seguro-desemprego-mte/>
- Mota, M. L., Bastos, T. R. S., Silva, L. S., Lagioia, U. C. T., Melo, A. S., Silva, M. B., Oliveira, J. P. N., & Sant'anna, C. H. M. (2021). As políticas de microcrédito na região metropolitana de Recife: a participação e o empoderamento das mulheres no programa crediamigo. *Brazilian Journal of Development*, 7(4), 38198-38211.
- Oliveira, C. S. C. (2015). Empoderamento feminino no Brasil: reflexões e desafios. *Revista Brasileira de Estudos de População*, 32(3), 601-622.
- Oliveira, S. L. S., Pavan, N. I. V. F, Tosta, K. C. B. T, & Tosta, H. T. (2023). Mulheres negras e o processo de construção profissional empreendedor. *Pensamento Contemporâneo em Administração*, 17(4).
- Parente, T. G., & Coelho, E. C. (2019). Microcrédito e (des)empoderamento das mulheres beneficiárias no Banco do Povo em Palmas/TO. *Revista Observatório*, 5(2), 480-512.
- Ribeiro, R., & Araújo, G. S. (2016). Segregação ocupacional no mercado de trabalho segundo cor e nível de escolaridade no Brasil contemporâneo. *Nova Economia*, 26, 147-177.

Empoderamento de Empreendedoras Pretas e Pardas no Maior Programa de Microcrédito da América Latina

- Ritter, C., Koralesky, K. E., Saraceni, J., Roche, S., Vaarst, M., & Kelton, D. (2023). Invited review: Qualitative research in dairy science—A narrative review. *Journal of Dairy Science*, 106(9), 5880-5895.
- Romero, M. V. I. (2019). *¿Puede el microcrédito potenciar el empoderamiento femenino?: un estudio sobre la Guatemala rural*. Universidade de Santiago de Compostela.
- Rua, I. (2023). Feminismo Negro no Meio Digital em Portugal: Análise dos Perfis de Instagram @quotidianodeumanegra e @umafriicana. *Interações: Sociedade e as Novas Modernidades*, 45, 156-182.
- Salto, M. K., & Garcia, M. C. (2020). *Microcrédito: Alternativa de reactivación económica para comerciantes de Portoviejo*, Manabí, Ecuador.
- Sardenberg, C. (2018). O pessoal é político: conscientização feminista e empoderamento de mulheres. *Revista Inc.Soc.*, 11(2).
- Sharaunga, S., Mudhara, M., & Bogale, A. (2016). Effects of ‘women empowerment’ on household food security in rural KwaZulu-Natal province. *Development Policy Review*, 34(2).
- Silva, M. R., Moreira, M. V., Pinho, D. C., & Souza, L. D. C. (2020). Mercado de trabalho para mulheres negras: um olhar a partir dos dados da PNAD Contínua. *Cadernos de Pesquisa*, 50(177), e184523.
- Souza, V. M., & Cortez, M. (2008). Empoderamento feminino: uma análise a partir de mulheres líderes. *Revista de Administração de Empresas*, 48(1), 73-86.
- Zelcane, E., & Pipere, A. (2023). Finding a path in a methodological jungle: a qualitative research of resilience. *International Journal of Qualitative Studies on Health and Well-being*, 18(1), 1-18.
- Zumba, R. (2024). Jovens negras e desemprego. *Site do Senado Federal do Brasil 2024*. <https://www12.senado.leg.br/radio/1/pautas-femininas/2024/05/23/jovens-negras-e-desemprego>