

Mujeres emprendedoras sociales del hortifruti en la feria libre de Santo Antonio de Jesus/Bahia: propuestas de intervención

Hortifruti social entrepreneur women at the Santo Antonio de Jesus/Bahia free fair: intervention proposals

Mariana Amado Alvarez Coelho^{1*} <https://orcid.org/0000-0002-6140-0863>

Sandra Célia Coelho Gomes da Silva¹ <https://orcid.org/0000-0001-9134-8587>

¹Universidade do Estado de Bahia, UNEB, Brasil.

* Corresponding author: e-mail: marianaacoelho@gmail.com

RESUMEN

Este artículo tiene como tema las mujeres emprendedoras sociales en la feria, en el territorio del Recôncavo Baiano, Brasil. Está vinculado al Trabajo de Finalización de Curso (TCC) del Programa de Maestría Profesional en Intervención Educativa y Social (MPIES/UNEB), aprobado por el Comité de Ética en Investigación (CEP). Tuvo como objetivo construir una propuesta de intervención a través del «Boletín Verde», un informativo en medios digitales elaborado a partir de la percepción de la realidad de las mujeres que trabajan en el campo de la horticultura en la feria del municipio de Santo Antônio de Jesus / Bahia. La pregunta de estudio identificó ¿cuáles son las propuestas de intervención ante la realidad de las mujeres comercializadoras del ramo hortifruti para desarrollar el emprendimiento social? Metodológicamente se utilizó la investigación de intervención y documental. Este artículo la visibilidad de las mujeres comerciantes y los desafíos para el género femenino en su entorno de trabajo.

Palabras clave: el emprendimiento social, intervención, justo, mujeres.

ABSTRACT

The theme of this article is women social entrepreneurs at the fair, in the territory of Recôncavo Baiano, Brazil. It is linked to the Course Completion Work (TCC) of the Professional Master's Program in Educational and Social Intervention (MPIES/UNEB),

approved by the Research Ethics Committee (CEP). Its objective was to build an intervention proposal through the "Green Bulletin", an informative in digital media elaborated from the perception of the reality of the women who work in the field of horticulture in the fair of the municipality of Santo Antônio de Jesus / Bahia. The study question identified: what are the proposals for intervention in the face of the reality of women marketers of the hortifruti branch to develop social entrepreneurship? Methodologically, intervention and documentary research was used. This article the visibility of women merchants and the challenges for the female gender in their work environment.

Keywords: *fair, intervention, social entrepreneurship, women.*

Recibido: 5/2/2023

Aceptado: 5/5/2023

INTRODUCCIÓN

Este artículo está vinculado al trabajo de finalización de curso (TCC) del programa de maestría profesional en intervención educativa y social (MPIES/UNEB), aprobado por el comité de ética en investigación (CEP), en el que se analizaron categorías como emprendimiento femenino y género. Tuvo como objetivo presentar propuestas de intervención con mujeres que trabajan en la feria callejera de Santo Antônio de Jesus/BA. La pregunta de estudio buscó responder: ¿cuáles son las propuestas de intervención tras la percepción de las historias de vida de mujeres feriantes en el desarrollo del emprendimiento social? Metodológicamente se utilizó investigación de intervención, con aportes de Pereira (2019). Nos propusimos definir las propuestas de intervención, en una conversación, que implicó escuchar el diálogo con las mujeres comerciantes investigadas sobre su contexto de trabajo. Además de las consideraciones iniciales, el artículo se ordena de la siguiente manera: 1.2) Resultados de la investigación de campo intervencionista: análisis y discusión; 1.3) Rueda de conversación dialogada: propuestas de intervención; 1.4) Producto de investigación: Boletín Verde - boletín digital y 1.5) Comentarios finales.

RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN DE CAMPO INTERVENTIVA: ANÁLISIS Y DISCUSIÓN

El locus de la investigación fue el recinto ferial de mujeres de la ciudad de Santo Antônio de Jesus, en el territorio del Recôncavo Baiano, en Brasil. En el desarrollo del TCC se definió una muestra de cinco mujeres participantes entrevistadas dentro de la metodología de investigación. La intervención se constituye como una investigación no desligada de la situación de vida de los individuos y grupos sociales. Este método de investigación observa de cerca la realidad de lo investigado, con el fin de presentar acciones intervencionistas.

Después de observar la realidad social de las mujeres que trabajan en la feria de Santo Antônio de Jesus, fue posible planificar acciones involucrándolas en el proceso de intervención. Notamos que la feria de Santo Antônio de Jesus presentó en la investigación de campo problemas de infraestructura relacionados con la organización, limpieza, seguridad y tránsito, desafíos para la gestión municipal y otros puntos que merecen atención, relacionados a problemas del género femenino en su rutina de trabajo.

En vista de lo anterior, vemos la importancia de acciones más efectivas en el cuidado del trabajo de la mujer ferial por parte de la secretaría de agricultura y abastecimiento (SAAB), que administra la feria libre SAJ, ya que este es un lugar donde hay mujeres que se mantienen con la venta de sus productos. Melo Neto y Fróes (2002) refuerzan que cuando se emprende socialmente, hay generación de ingresos y emancipación social, sin embargo, para que esto suceda, observamos que es de fundamental importancia, una escucha más sensible a estas mujeres, así como el fortalecimiento de las acciones de las políticas públicas.

En la investigación de campo certificamos que la feria es un escenario para emprendedores sociales, con la venta de alimentos frescos en la calle, genera ingresos y mantiene una costumbre cultural surgida de sus familias. Hay notoriedad del mismo en el territorio del Recôncavo Baiano, en la ciudad de Santo Antônio de Jesus-BA. A pesar de que la pandemia se recrudeció en 2021, observamos que los encuestados lograron mantenerse más cerca de sus clientes, tema preponderante en el proceso de emprendimiento, a través de las ventas a través de la aplicación WhatsApp y entregas a

domicilio, así como ingresando al sistema financiero virtual con el recepción de pagos de ventas vía aplicación bancaria vía celular o máquinas de tarjetas de crédito y débito, situaciones identificadas en diálogo con mujeres comercializadoras.

Según Sebrae (2019), el 73,8% de los «factores limitantes» del emprendimiento en Brasil están relacionados con la ausencia de políticas gubernamentales y el 40,5% con deficiencias en la educación y formación de emprendedores (Sebrae, 2019). Sebrae (2019) también señala que los emprendedores por necesidad comienzan con actividades informales, principalmente por la falta de innovación, tecnología y dificultades de gestión. En cuanto al registro de microempresarios individuales (MEI), aclaramos que existen ventajas cuando se realiza la formalización, tal como lo señala el Portal del Emprendedor ([201-?]), tales como: «cobertura de seguridad social, jubilación, salario de maternidad y ayuda por enfermedad». Además de adquirir un registro nacional de personas jurídicas [CNPJ], el MEI puede cumplir obligaciones legales a un costo menor que una empresa, permitiendo el acceso a los bancos más grandes de Brasil para obtener crédito específico, lo que puede facilitar mucho la inversión en el negocio. sí mismo. Esto sería un beneficio para las mujeres comerciantes que aún no están formalizadas como MEI y, entre las encuestadas, solo una es una microempresaria individual.

Durante la investigación de campo, también se dilucidaron dificultades como el doble trabajo (hogar y cuidado de los niños) relatado por mujeres que también son madres. Empeoramiento de la situación en el escenario de la pandemia, así lo señala ONU Mujeres (2021) en un informe:

La pandemia trajo más dificultades a la realidad del trabajo femenino, ya que datos de estudios brasileños muestran un mayor impacto entre las mujeres, con 41% reportando síntomas de depresión, 35% de ansiedad y 37% de estrés. (p. 9).

Identificamos que con el cierre de guarderías y escuelas, por ejemplo, las madres no podían contar con estas redes de apoyo, lo que posiblemente comprometía sus actividades laborales y repercutía en su salud emocional.

Notamos en campo, reportes de desatención por parte de la administración pública (información recolectada durante la investigación), puntos relacionados con la organización, higiene y control necesarios para una operación más segura en términos de bioseguridad en el lugar. Estos artículos son responsabilidad municipal, que tiene como objetivo ordenar el pleno desarrollo de las funciones sociales de la ciudad y

garantizar el bienestar de sus habitantes. Siendo la feria un lugar de intenso comercio, podemos enfatizar la necesidad de una mayor efectividad de las acciones de política pública municipal.

Rueda de diálogo: propuestas de intervención

La rueda de conversación es un método muy utilizado como espacio de diálogo que permite a los participantes expresarse juntos. Según Mélló *et al.* (2007), los círculos de conversación priorizan las discusiones en torno a un tema (seleccionado de acuerdo con los objetivos de la investigación).

En agosto de 2021 se realizó un momento de conversación con las mismas mujeres feriales encuestadas en el estudio de campo, a través de la plataforma google meet.

Tuvo una duración promedio de 2 horas, y hubo un diálogo para escuchar propuestas de intervención en sus espacios de trabajo, así como el relevamiento de propuestas de las secciones y contenidos que conformarían el boletín, de común acuerdo con las comerciantes.

Cuadro 1 - Rueda de conversación con las mujeres del recinto ferial

Planejamento				
Objetivo/Meta	Etapa/actividad		Responsables	Fecha
Construcción del diálogo del boletín informativo digital.	Bienvenida al recinto ferial en el círculo de conversación Exposición de DSC de investigación de campo Escuchar el diálogo con las comerciantes encuestadas Pase lo que pase		Mariana Coelho (investigadora)	17 de agosto de 2021
Operacionalización del momento				
Construcción del boletín informativo digital a partir del diálogo con las comerciantes	Diálogo con las mujeres de la feria	Bienvenida al recinto ferial en el círculo de conversación Exposición de DSC de investigación de campo Diálogo con las comerciantes cuestionadas sobre propuestas de intervención en sus espacios de trabajo Elección de símbolos y colores para logo, secciones y contenidos del Newsletter digital	Mariana Coelho E1 - Frutilla, E2 - Jaca, E3 - Manzana, E4 - Ciruela y E5 - Uva. (seudónimos dados a las mujeres encuestadas)	17 de agosto de 2021

Fuente: Elaboración propia (2021).

La rueda de conversación, un momento con las mujeres del recinto ferial realizado en un ambiente virtual, permitió la unión de ideas y algunas proposiciones señaladas por las mujeres, tales como: fortalecer la publicidad de la feria municipal con el uso de anuncios: vallas publicitarias, puertas de autobuses; la necesidad de registrar algunos de ellos como microempresarios individuales (MEI), capacitación en alianza con Sebrae; la implementación de una red wifi gratuita en los galpones de la feria para el acceso a internet del recinto ferial y de los consumidores. Las sugerencias realizadas pueden mejorar su desempeño como empresarios. Otras audiencias dialogadas con el recinto ferial, relacionadas con la creación del Boletín Verde, se presentan a continuación.

Producto de investigación: boletín digital verde

En la investigación desarrollada como TCC se realizó una intervención que proponía la creación de un producto final. Este consistía en un boletín, material distribuido electrónicamente, que abordaba un tema determinado, siguiendo la instrucción normativa no.

El boletín fue elaborado metodológicamente por medio de una rueda de conversación con las mujeres feriantes participantes de la investigación, lo que permitió la creación de BOLETIN VERDE - boletín con ediciones periódicas anuales en formato digital. Su difusión y publicación en la versión digital (PDF) para todas las mujeres comercializadoras, por la aplicación WhatsApp. Como boletín periódico, su objetivo era dar visibilidad a la mujer ferial y traer en sus contenidos sugerencias dialogadas con mujeres sobre el emprendimiento femenino. En el Boletín Verde - 1ª edición traemos como propuesta de composición estructural 5 apartados: qué es el Boletín Verde; la feria de Santo Antônio de Jesus (SAJ) - Bahia en una perspectiva femenina; la voz de la feriante; emprendimiento femenino: sugerencias dialogadas y reflexiones femeninas.

En el círculo de conversación se diseñó un logo para el Boletín Verde. Elegimos frutas de pera y naranja, ya que normalmente se venden en la feria local. Según Guimarães (2004), la elección de un color puede provocar una sensación visual que lleva al registro en el cerebro, y cuando se trata del ambiente ferial, en diálogo con las feriantes participantes de la investigación, entendemos que, porque están en un espacio en el que los colores de las frutas son vibrantes y llamativos, claramente identificados

en los puestos de frutas, se escogieron los colores: verde, que simboliza naturaleza, salud, vitalidad, renovación; y naranja, que hace referencia al vigor, la prosperidad y también a la creatividad. En relación al símbolo de la tecnología para componer el logo del Boletín, analizamos Castells (1999b), cuando señala que las trayectorias de los mayores cambios tecnológicos son sociales, y la historia de la humanidad está marcada por la invención tecnológica cuando impulsa direcciones sociales, económicas y socioculturales. Castells (1999b) también refuerza que existe una sociedad red relacionada con las nuevas tecnologías de la información y la comunicación que están creando la llamada «cultura de la virtualidad real».

La sociedad red se encuentra «en un proceso de transformación cultural, ya que los consumidores, especialmente los de la generación digital, son alentados a buscar nueva información y hacer conexiones en medio del contenido de los medios. Esta idea de convergencia de medios es un proceso en el que los medios (medios de comunicación a través de los cuales se difunde la información) van convergiendo en internet, lo que permite compartir conocimientos e información. La figura 1 muestra la primera página del Boletín Verde, creado en diálogo con mujeres de la SAJ/BA.

Figura 1 - Boletín Verde - Boletín Digital - 1er. Edición - página 1



Fuente: Elaboración propia (2021).

Elaboramos en la página 1, dos secciones. La primera, con el título: «¿Qué es el Boletín Verde?», trajo una breve descripción del Boletín como producto final de la investigación de maestría en intervención educativa y social (MPIES), desarrollada por la investigadora junto a mujeres de Santo Antônio de Jesus, donde también enumeramos las otras secciones publicadas en el Boletín. La segunda sección, titulada «La feria de Santo Antônio de Jesus en la perspectiva femenina», abordamos el trabajo en la feria desde la perspectiva de la mujer justa, un poco de la historia de la feria libre de Santo Antônio de Jesus y la percepciones del estudiante de maestría sobre la feria, identificadas en la investigación de campo. **La figura 2** representa la página 2 del Boletín Verde.

Figura 2 - Boletín Verde - Boletín Digital - 1er. Edición - página 2



Fuente: Elaboración propia (2021).

Con el fin de socializar los aportes encontrados en la investigación de campo, en la página 2, se encuentra la tercera sección, cuyo título fue «La voz de la feriante», presentamos el trabajo en la feria en la perspectiva de la feriante, su historias de vida como empresarias, demostrando confrontaciones de género y la feria como espacio de lucha y resistencia en el territorio del Recôncavo de Bahia.

La **Figura 3** está representada en la página 3 del Boletín Verde:

Figura 3 - Boletín Verde - Boletín Digital - 1er. Edición - página 3



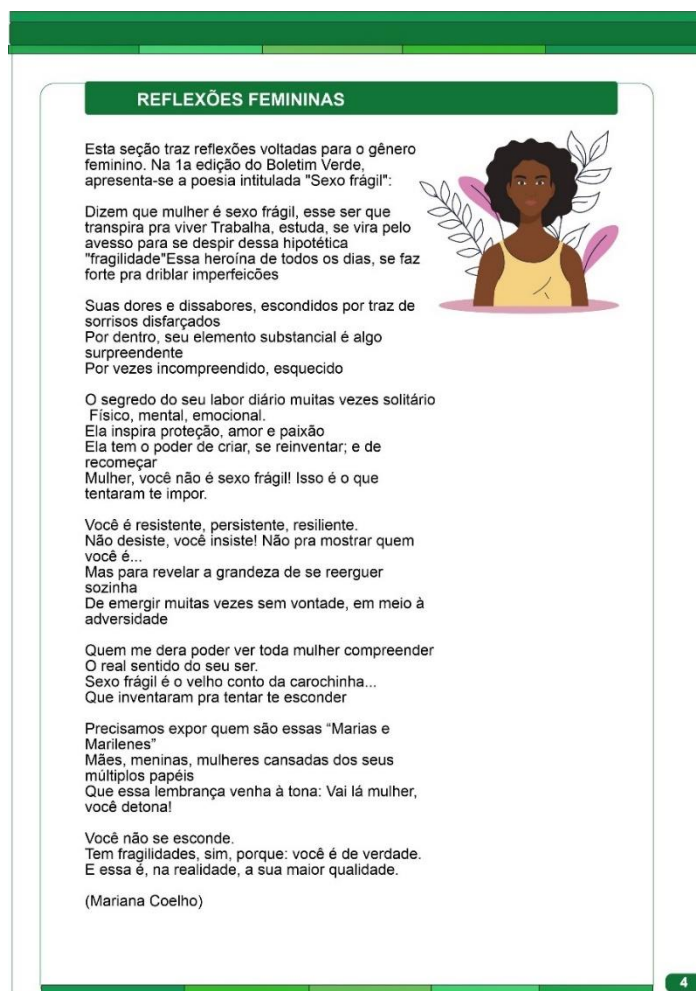
Fuente: Elaboración propia (2021).

En la página 3, presentamos la sección «Emprendimiento femenino: Sugerencias dialogadas». Surgieron interrogantes sobre el emprendimiento femenino, en este punto,

debido a la pandemia de la COVID-19, se destacó la encuesta del Sebrae (2020). Trajimos temas relacionados al emprendimiento femenino en forma de sugerencias dialogadas con las mujeres de la feria de Santo Antônio de Jesus-BA.

En la **Figura 4** se representó la página 4 del Boletín Verde:

Figura 4 - Boletín Verde - Informativo Digital - 1ª. Edición - página 4



Fuente: Elaboración propia (2021).

La sección: «Reflexiones Femeninas» cierra el Boletín. Como es el último apartado, proponemos traer mensajes, canciones, poesías o textos siempre relacionados con el género femenino. En la 1ª edición, presentamos la poesía de la investigadora Mariana Amado Alvarez Coelho, cuyo título es «Sexo frágil». Trae un mensaje de que las mujeres no son un «sexo débil», un pensamiento común en la sociedad patriarcal, sino que son fuertes y enfrentan sus propios desafíos, incluso en medio de las dificultades inherentes a su género.

CONSIDERACIONES FINALES

Este artículo fue un extracto de la investigación realizada como trabajo de conclusión de curso (TCC) en la maestría profesional en intervención educativa y social (MPIES) cuyo título fue «Mujeres emprendedoras sociales de la feria abierta en el Recôncavo Bahia: una propuesta intervencionista». La pregunta de estudio de este artículo fue dilucidada al identificar las propuestas de intervención ante la realidad de las mujeres comercializadoras del ramo hortifrutícola para desarrollar el emprendimiento social.

Se consideran las contribuciones sociales al territorio del Recôncavo Baiano, la visibilidad de las mujeres comerciantes y los desafíos para el género femenino en el ambiente de trabajo investigado. Utilizamos como aporte teórico la investigación de intervención, que consistió en una investigación no desvinculada de la situación vivencial del investigado, a través de la escucha participativa para la elaboración del producto final denominado Boletín Verde. Nos damos cuenta de que tales mujeres se autodenominan empresarias, a pesar de los enfrentamientos y desafíos que les plantea su entorno laboral, como la ausencia de políticas públicas más efectivas para su comunidad y los problemas de infraestructura en el rubro hortifruti, circunstancias que no les hacen perder la motivación empresarial, buen humor y esperanza de ganar.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Castells, M. (1999b). **A Era da Informação: economia, sociedade e cultura**. 2. O Poder da Identidade. São Paulo: Paz e Terra.
- Guimarães, L. (2004). **A cor como informação: a construção biofísica, linguística e cultural da simbologia das cores**. 3. São Paulo: Annablume.
- Melo Neto, F. P.; Froes, C. **Empreendedorismo social: a transição para a sociedade sustentável**. 1. ed. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2002.
- Méllo, R. P. et al. (2007). **Construcionismo, práticas discursivas e possibilidades de pesquisa**. *Psicologia e Sociedade*. 19 (3), 26-32.
- Pereira, A. **Pesquisa de intervenção em educação**. 1. ed. Salvador: EDUNEB, 2019.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS
[SEBRAE]. **Empreendedorismo no Brasil** – Relatório Executivo, Sebrae/GEM/IBQP,
2019. Disponível em:
[http://ibqp.org.br/PDF%20GEM/Relat%C3%B3rio%20Executivo%20Empreendedoris
mo%20no%20Brasil%202019.pdf](http://ibqp.org.br/PDF%20GEM/Relat%C3%B3rio%20Executivo%20Empreendedoris%20no%20Brasil%202019.pdf). Acesso em 29 ago. 2020.

Contribución de autores:

1. Sistematización teórica realizada en torno a los núcleos teóricos, estructuración y gestión general del artículo.
2. Análisis metodológico del artículo, cumplimiento de las normas y gestión de la publicación.
3. Recopilación de la información de los resultados y revisión final
4. Revisión general y recompilación de información.

Declaratoria de Conflicto de Interés

No existe conflicto de interés entre los autores en la confección del artículo