



**UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DE PERNAMBUCO**  
**CURSO DE GRADUAÇÃO EM ENGENHARIA AGRÍCOLA E AMBIENTAL**

**THAISE DE SOUZA SANTOS**

**EMPREENDEDORISMO SOCIOAMBIENTAL: CARACTERIZAÇÃO EM FEIRAS  
ORGÂNICAS E AGROECOLÓGICAS EM RECIFE - PE**

**RECIFE**

**2023**

**THAISE DE SOUZA SANTOS**

**EMPREENDEDORISMO SOCIOAMBIENTAL: CARACTERIZAÇÃO EM FEIRAS  
ORGÂNICAS E AGROECOLÓGICAS EM RECIFE - PE**

Trabalho de conclusão de curso apresentado à  
Coordenação do curso de Engenharia Agrícola  
e Ambiental da Universidade Federal Rural de  
Pernambuco como parte das exigências para  
obtenção do grau de Bacharelado em  
Engenharia Agrícola e Ambiental.

Orientadora: Profa. Dra. Leticia da Costa e  
Silva

Coorientador: Prof. Dr. José Álvaro Jardim de  
Almeida

**RECIFE**

**2023**

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação  
Universidade Federal Rural de Pernambuco  
Sistema Integrado de Bibliotecas  
Gerada automaticamente, mediante os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

---

- S237e Santos, Thaise de Souza  
Empreendedorismo socioambiental: Caracterização em feiras orgânicas e agroecológicas em Recife - PE. / Thaise de Souza Santos. - 2023.  
85 f. : il.
- Orientadora: Leticia da Costa e Silva.  
Coorientador: Jose Alvaro Jardim de Almeida.  
Inclui referências e apêndice(s).
- Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) - Universidade Federal Rural de Pernambuco, Bacharelado em Engenharia Agrícola e Ambiental, Recife, 2023.
1. empreendedorismo socioambiental. 2. feiras agroecológicas. 3. feiras orgânicas. 4. relações políticas. 5. meio empreendedor. I. Silva, Leticia da Costa e, orient. II. Almeida, Jose Alvaro Jardim de, coorient. III. Título

**THAISE DE SOUZA SANTOS**

**EMPREENDEDORISMO SOCIOAMBIENTAL: CARACTERIZAÇÃO EM FEIRAS  
ORGÂNICAS E AGROECOLÓGICAS EM RECIFE - PE**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à  
Coordenação do curso de Engenharia Agrícola  
e Ambiental da Universidade Federal Rural de  
Pernambuco como parte das exigências para  
obtenção do grau de Bacharelado em  
Engenharia Agrícola e Ambiental.

**COMISSÃO EXAMINADORA**

---

Profª. Dra. Letícia da Costa e Silva (Orientadora)  
Universidade Federal Rural de Pernambuco

---

Prof. Dra. Ana Cláudia de Lima Silva  
Universidade Federal Rural de Pernambuco

---

Prof. Dr. Luis Cláudio Monteiro de Mattos  
Universidade Federal Rural de Pernambuco

Recife, 12 de setembro de 2023.

## AGRADECIMENTOS

Diferentemente de ordem hierárquica, sem favoritismo e sem distinção, gostaria de agradecer a minha família, à minha mãe, minha irmã e minha avó, que sem elas nada disso seria possível, à minha sobrinha que há meses pergunta quando eu vou terminar de trabalhar para dar mais atenção a ela, e a minha prima que serve de inspiração e me apoiou e me apoia até hoje.

Agradeço aos meus melhores amigos, que estão comigo desde antes da graduação e sempre me apoiaram, vamos comemorar muito essa conquista.

Agradeço aos demais amigos que se fizeram presente em todos os momentos, acompanhando e me apoiando tanto nas alegrias como nas dores de todo o processo.

Agradeço ao meu G4, que com certeza, sem o apoio deles eu não teria me encontrado na graduação e também não teria tido forças o suficiente para lidar com todos os processos na vida pessoal e acadêmica, meus eternos companheiros e agora, meus parceiros de profissão.

Agradeço à minha orientadora, ao meu orientador, e aos professores que me ajudaram nesse processo desde antes da escrita do projeto como durante também. Cada parte desse trabalho e da minha conduta como profissional é mérito de vocês também.

Agradeço a minha professora de extensão rural, que me apresentou ao SERTA onde tive oportunidade de estagiar posteriormente no projeto Vida Saudável nos Morros. Sobre esse projeto, minha eterna gratidão por todas as trocas de saberes, emoções e momentos, tanto com os coordenadores, como com os técnicos e os beneficiários do projeto, sem essa vivência, principalmente com as feiras realizadas com bastante prestígio, esse trabalho não existiria.

Gostaria de agradecer pelo apoio e paciência dos meus amigos de laboratório e de pesquisa do LSA - UFPE. Minha gratidão à minha orientadora de iniciação científica e aos meus tutores e parceiros por compreenderem e conciliarem o meu tempo e dedicação no período da elaboração dessa pesquisa. Sem essa ajuda, eu não teria alcançado a conclusão do curso e também não conseguiria ter englobado mais áreas de conhecimento para além das iniciações científicas.

Agradeço meus amigos da militância do movimento estudantil e também da militância partidária como um todo que corroboram com minha consciência e aprendizagem diária. O apoio foi enorme nesse processo, e ainda continua. Viva o poder popular.

Aos produtores e organizadores das feiras, pelo acolhimento, pela troca, pela confiança e pela disponibilidade de estar colaborando com essa pesquisa, minha eterna gratidão por terem feito parte disso comigo.

## RESUMO

No contexto atual de crescente conscientização ambiental e busca por alternativas mais ecologicamente corretas, as feiras agroecológicas e orgânicas surgem como espaços cruciais para fortalecer práticas agrícolas sustentáveis e promover um empreendedorismo alinhado a princípios socioambientais. A proposta do empreendedorismo socioambiental busca impulsionar a inovação, a educação e a criação de valores comprometidos com o desenvolvimento socioambiental. Diante disso, a pesquisa busca caracterizar o empreendedorismo socioambiental nas feiras orgânicas e agroecológicas localizadas em Recife - PE. Foram analisadas cinco feiras, três agroecológicas e duas orgânicas, por meio da aplicação de dois instrumentos de coleta de dados. Foram realizadas cinco observações participantes e aplicada uma entrevista semi-estruturada com oito feirantes. Os dados coletados foram tratados no *Microsoft Excel* para a elaboração de gráficos e no programa *Atlas.ti* para tratar o conteúdo das entrevistas e observações realizadas, o qual se baseia na análise de conteúdo de Bardin. Foi possível concluir que as teorias clássicas (Schumpeter, McClelland, Drucker) e atuais (Julien) do empreendedorismo, junto a considerações de empreendedorismo socioambiental, colaboram parcialmente para o entendimento do processo empreendedor nos contextos estudados. Relações sociais e políticas moldam a evolução dentro das feiras, principalmente nas duas feiras mais antigas (nas Graças e em Boa Viagem). Esse aspecto destaca o trabalho de Ésther, sobre a importância das relações políticas e a história, questões não normalmente tratadas pela literatura da área. Assim, conclui-se que a aplicação direta das teorias do empreendedorismo é limitada na compreensão dos processos que envolvem interações complexas entre fatores históricos, políticos, organizacionais e sociais.

**Palavras-chave:** empreendedorismo socioambiental; feiras agroecológicas; feiras orgânicas; relações políticas; meio empreendedor.

## ABSTRACT

In the current context of growing environmental awareness and the search for more ecologically friendly alternatives, agroecological and organic fairs emerge as crucial spaces to strengthen sustainable agricultural practices and promote entrepreneurship aligned with socio-environmental principles. The concept of socio-environmental entrepreneurship aims to drive innovation, education, and the creation of values committed to socio-environmental development. In light of this, the research seeks to characterize socio-environmental entrepreneurship in organic and agroecological fairs located in Recife, Pernambuco. Five fairs were analyzed, including three agroecological and two organic fairs, using two data collection instruments. Five participant observations were conducted, along with a semi-structured interview with eight market vendors. The collected data were processed in Microsoft Excel for the creation of graphs and in the Atlas.ti program to analyze the content of interviews and observations based on Bardin's content analysis. It was possible to conclude that both classical (Schumpeter, McClelland, Drucker) and contemporary (Julien) entrepreneurship theories, in conjunction with considerations of socio-environmental entrepreneurship, partially contribute to understanding the entrepreneurial process in the studied contexts. Social and political relationships shape the evolution within the fairs, especially in the two oldest fairs (Graças and Boa Viagem). This aspect highlights Ésther's work on the importance of political relationships and history, which are not typically addressed in the literature of the field. Thus, it is concluded that the direct application of entrepreneurship theories is limited in comprehending the processes involving complex interactions among historical, political, organizational, and social factors.

**Keywords:** socio-environmental entrepreneurship; agroecological fairs; organic fairs; political relations; half entrepreneurial.

## LISTA DE FIGURAS

<b>Figura 1</b> – Localização geográfica das feiras analisadas.....	36
<b>Figura 2</b> – Diagrama das principais características encontradas nas feiras orgânicas e agroecológicas do Recife.....	43
<b>Figura 3</b> – Redes de apoio relatadas pelos entrevistados.....	55
<b>Figura 4</b> – Fotografias panorâmicas das artes ao longo do muro na rua em que ocorre a FEAG.....	57
<b>Figura 5</b> – Fotografias em mosaico das artes ao longo do muro na rua em que ocorre a FEAG.....	58
<b>Figura 6</b> – Nível de confiabilidade e solidariedade entre feirantes de acordo com os entrevistados.....	61
<b>Figura 7</b> – As dificuldades atuais das feiras de acordo com os entrevistados.....	69
<b>Figura 8</b> – As sugestões de melhorias das feiras de acordo com os entrevistados.....	70
<b>Figura 9</b> – Diagrama atualizado das principais características encontradas nas feiras orgânicas e agroecológicas do Recife.....	71



## LISTA DE QUADROS

<b>Quadro 1</b> – Impactos positivos das CCA em relação às três dimensões.....	30
<b>Quadro 2</b> – Feiras selecionadas como amostra do projeto.....	35
<b>Quadro 3</b> – Relação das características empreendedoras levantadas pela revisão teórica.....	37
<b>Quadro 4</b> – Relação de entrevistados e processo de entrevista.....	41

## LISTA DE TABELAS

<b>Tabela 1</b> – Mapeamento das quantidades de feirantes e de barracas das feiras.....	69
---	----

## LISTA DE ABREVIATURAS, SIGLAS E ACRÔNIMOS

ADAGRO	Agência de Defesa e Fiscalização Agropecuária do Estado de Pernambuco
AF	Agricultura Familiar
AGROFLOR	Associação de Agricultores e Agricultoras Agroecológicos
AMA-GRAVATÁ	Associação dos amigos do meio ambiente de Gravatá
AS-PTA	Assessoria e Serviços a Projetos em Agricultura Alternativa
CCA	Circuito Curto Alimentar ou Cadeias Curtas Agroalimentares
CNPO	Cadastro Nacional de Produtores Orgânico
EREC	Empreendedorismo Regional e a Economia do Conhecimento
FA	Feiras Agroecológicas
FACF	Feira Agroecológica da Praça de Casa Forte
FAE	Feira Agroecológica do Espinheiro
FEABV	Feira Espaço Agroecológico de Boa Viagem
FEAG	Feira Espaço Agroecológico das Graças
FIEPE	Federação das Indústrias do Estado de Pernambuco
FO	Feiras Orgânicas
FOCEASA	Feira de Orgânicos da CEASA
FOR	Feira Orgânica de Rosarinho
FPGA	Fundamentos de Política e Gestão Ambiental
IDEC	Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor
IPA	Instituto Agrônômico de Pernambuco
MAPA	Ministério de Agricultura e Pecuária
MEA	Método de Análise Econômico-Ecológica de Agroecossistemas
MFO	Mapa de Feiras Orgânicas
NSGA	Núcleo Social de Gestão Agroecossistema
REA	Rede Espaço Agroecológico
SEBRAE	Serviço Brasileiro de Apoio às Micros e Pequenas Empresas
SENAR	Serviço Nacional e Aprendizagem Rural
SERTA	Serviço de Tecnologia Alternativa
UFRPE	Universidade Federal Rural de Pernambuco

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO E CONTEXTUALIZAÇÃO.....</b>	<b>12</b>
<b>2 OBJETIVOS.....</b>	<b>14</b>
2.1 OBJETIVO GERAL.....	14
2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	14
<b>3 REVISÃO TEÓRICA.....</b>	<b>15</b>
3.1 EMPREENDEDORISMO CLÁSSICO.....	15
3.1.1 A perspectiva econômica do empreendedorismo.....	15
3.1.2 As perspectivas psicológica e administrativa do empreendedorismo.....	17
3.2 A PERSPECTIVA DO AMBIENTE SOCIAL PARA A PROMOÇÃO DO EMPREENDEDORISMO.....	19
3.3 EMPREENDEDORISMO SOCIOAMBIENTAL.....	22
3.3.1 Agroecologia.....	26
3.3.2 Feiras agroecológicas e orgânicas.....	28
<b>4 METODOLOGIA.....</b>	<b>34</b>
4.1 INSTRUMENTOS DE LEVANTAMENTO TEÓRICO E DOCUMENTAL.....	34
4.2 CRITÉRIOS DE SELEÇÃO DA AMOSTRA.....	35
4.3 INSTRUMENTOS DE COLETA DE DADOS.....	37
4.3.1 As formas de obtenção dos dados.....	41
4.4 DILEMAS E LIMITES DA METODOLOGIA.....	42
<b>5 CONHECIMENTO DOS ASPECTOS DO EMPREENDEDORISMO SOCIOAMBIENTAL NAS FEIRAS AGROECOLÓGICAS E ORGÂNICAS EM RECIFE.....</b>	<b>43</b>
5.1 CARACTERIZAÇÃO DAS FEIRAS.....	43
5.1.1 Características de empreendedorismo nas feiras na perspectiva econômica clássica.....	44
5.1.2 Características de empreendedorismo nas feiras na perspectiva psicológica e administrativa.....	47
5.1.3 Características do ambiente social do empreendedorismo nas feiras.....	50
5.1.4 Características históricas e políticas que influenciam no meio empreendedor nas feiras.....	54
5.2 CARACTERÍSTICAS DE EMPREENDEDORISMO SOCIOAMBIENTAL.....	56
5.2.1 Contexto socioambiental nas feiras.....	56
5.2.2 Inovações e soluções.....	64
5.2.3 Limitações das FA e FO.....	67
<b>6 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>73</b>
<b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....</b>	<b>76</b>
<b>APÊNDICES.....</b>	<b>83</b>

## 1 INTRODUÇÃO E CONTEXTUALIZAÇÃO

No contexto moderno de crescente debate sobre crises ambientais e busca por alternativas mais ecológicas (Albrecht, 2002), as feiras agroecológicas e orgânicas têm emergido como espaços-chave para a promoção de práticas agrícolas e comércio alinhadas aos princípios da produção orgânica e da agroecologia.

No âmbito da produção orgânica, observamos um aumento significativo na demanda por alimentos cultivados de maneira livre de agrotóxicos e produtos sintéticos (Carias, 2021). Essa tendência reflete uma mudança nas preferências dos consumidores, que estão cada vez mais preocupados com a qualidade nutricional dos alimentos e os possíveis impactos negativos dos produtos químicos na saúde humana e no meio ambiente (Petersen *et al.*, 2017). A produção orgânica se baseia na utilização de práticas de manejo do solo e controle de pragas, promovendo a biodiversidade e preservando a fertilidade do solo a longo prazo. Existe um largo debate sobre a produção orgânica, compreendendo nessa pesquisa que essa produção pode ir ao encontro dos princípios da agroecologia, que valoriza a harmonia entre os sistemas agrícolas e os ecossistemas circundantes (Carias, 2021).

O empreendedorismo pode ou não impulsionar a adoção de métodos inovadores de cultivo, o desenvolvimento de cadeias de suprimentos de melhor qualidade nutricional e a educação dos consumidores sobre os benefícios da produção orgânica. Assim como nas feiras agroecológicas, as feiras dedicadas à produção orgânica também se tornam plataformas valiosas para a troca de conhecimento, incentivando o diálogo entre produtores e consumidores sobre práticas agrícolas saudáveis e formas de apoiar a transição para um modelo mais sustentável de produção de alimentos (Pinheiro, 2021).

Dessa forma, a produção orgânica que está dentro da base agroecológica, se destaca como forma de produção vista em feiras orgânicas e também em feiras agroecológicas. A agroecologia, que combina elementos da agricultura e a ecologia, enfatiza a importância de práticas agrícolas que respeitam os ecossistemas locais e promovem a saúde do solo, água e biodiversidade. Para além dessa perspectiva, é uma ciência que engloba a pluriatividade, a participação social em organizações diversas, as atividades domésticas e de cuidados, e a mercantil e de autoconsumo dentro das propriedades (Petersen *et al.*, 2017). Nesse cenário, o empreendedorismo é uma das ciências que analisa o estímulo à inovação, a criação de valor agregado e a dinamização econômica nas feiras.

A importância dessas feiras vai além da simples comercialização de produtos agrícolas. Elas se tornaram verdadeiros centros de intercâmbio de conhecimentos, onde

agricultores, produtores, consumidores e outros atores da sociedade se reúnem para compartilhar informações sobre práticas sustentáveis, nutrição saudável e os benefícios da produção agroecológica (Petersen *et al.*, 2017). Esse ambiente de aprendizado mútuo tem impulsionado a formação de empreendedores comprometidos não apenas com o lucro, mas também com a preservação dos recursos naturais e a melhoria da qualidade de vida das comunidades envolvidas (Austin, Stevenson e Wei-Skillern, 2006).

Nesse contexto, o tema do empreendedorismo em feiras agroecológicas e em feiras orgânicas está alinhado, em algumas óticas, à Agenda 2030 da ONU, que estabelece um conjunto de 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS). Em particular, o ODS 12 que diz "Assegurar padrões de produção e de consumo sustentáveis". Este ODS 12 destaca a importância de promover práticas que impactam menos o meio ambiente ao longo das cadeias de produção e valor, incluindo a agricultura e a comercialização de produtos. Para além da ótica desenvolvimentista envolvida por um sistema destrutivo, essas feiras, ao enfatizarem a produção e o consumo de alimentos saudáveis e de forma mais consciente com outros setores, como o valor social desses produtos que contribuem diretamente para a realização desse objetivo.

A presente pesquisa tem como objetivo explorar as estratégias do empreendedorismo socioambiental nas feiras orgânicas e agroecológicas localizadas na cidade de Recife-PE e sua relevância para a promoção de práticas mais ecologicamente benéficas. De forma que possamos evidenciar a interação entre fatores históricos, políticos, organizacionais e sociais sendo como fomentador do meio empreendedor no contexto socioambiental das feiras, reconhecendo que esses fatores desempenham um valor extremamente importante na criação das dinâmicas empreendedoras.

Diante disso, serão analisadas as características, os problemas, as inovações e soluções gerados por atores sociais nesses contextos. Foi delimitado como objeto de estudo cinco feiras, sendo três agroecológicas (FEAG; FEABV; FAF) e duas orgânicas (FOCEASA; FOR) localizadas na cidade de Recife - PE. O método de aquisição de dados consistiu em seguir um roteiro de observação *in loco* das feiras e em entrevistas semiestruturadas com oito produtores e um organizador. Foi utilizada a metodologia de análise de Bardin (1977), somadas às ferramentas do *Atlas.ti* e da *Microsoft Excel*. Adicionalmente, foram descritos como o contexto socioambiental está presente nessas feiras contribuindo para uma visão abrangente das implicações do empreendedorismo nesse cenário, fornecendo insights valiosos para a promoção de políticas públicas, estratégias de comércio e iniciativas que impulsionam

o crescimento com menos impacto possível e contribuir para a conservação dos recursos naturais.

## **2 OBJETIVOS**

### **2.1 OBJETIVO GERAL**

Compreender as possíveis estratégias do empreendedorismo socioambiental nas feiras orgânicas e agroecológicas localizadas na cidade de Recife-PE.

### **2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- I. Identificar as características do empreendedorismo socioambiental nas feiras orgânicas e agroecológicas localizadas na cidade de Recife-PE;
- II. Levantar os problemas, as inovações e soluções no âmbito do empreendedorismo socioambiental nas feiras orgânicas e agroecológicas localizadas na cidade de Recife-PE;
- III. Descrever o empreendedorismo socioambiental nas feiras orgânicas e agroecológicas do Recife-PE.

### 3 REVISÃO TEÓRICA

Para compreender a concepção do fenômeno do empreendedorismo socioambiental este tópico inicia discorrendo sobre a história do conceito do empreendedorismo desde sua criação no século XIX. Inicia-se com a perspectiva econômica do empreendedorismo a partir das colaborações de Schumpeter, depois são apresentadas as perspectivas psicológicas e administrativas de McClelland e Drucker, respectivamente. Na sequência é discutida a colaboração de Julien para o campo, a partir de sua análise sobre o papel do ambiente social na ação empreendedora. Segue-se com a proposta da perspectiva socioambiental do empreendedorismo elaborada a partir de trabalhos científicos mais contemporâneos.

Para localizar a perspectiva socioambiental nas feiras orgânicas e agroecológicas, objeto de estudo desta pesquisa, o tópico subsequente desta parte teórica considera o conceito de agroecologia, para então finalizar com um subtópico destinado às feiras orgânicas e agroecológicas.

#### 3.1 EMPREENDEDORISMO CLÁSSICO

##### 3.1.1 A perspectiva econômica do empreendedorismo

A origem do termo *empreendedor* é de aproximadamente há 800 anos atrás, advindo do verbo francês *entreprendre*, que significa *fazer algo* (Say, 1983). De acordo com o economista francês J. B. Say (1983) no início do século XIX, a palavra *empreendedor* tem como definição “transferir recursos econômicos de um setor de produtividade mais baixa para um setor de produtividade mais elevada e com maior rendimento”. Na concepção de Say, o empreendedor seria alguém que perturba e desorganiza ideias obsoletas (Drucker, 1992).

Mas, é dos trabalhos de Schumpeter que advém as principais colaborações para a compreensão da perspectiva econômica do fenômeno empreendedor. De acordo com Schumpeter (1934, 1942), o empreendedorismo está associado aos indivíduos que, através da criatividade e inovação, favorecem o desenvolvimento econômico, ao substituírem antigas combinações de fatores econômicos por novas combinações que levam o sistema econômico a renovar-se e progredir continuamente. A ruptura das antigas combinações de fatores econômicos e implementação de novas combinações ficou denominada por Schumpeter



(1934) como o processo de destruição criativa<sup>1</sup>. As crises no ciclo regular da economia geradas pela destruição criativa podem ser explicadas por fatores puramente econômicos ou não, sendo a crise uma forma necessária para que a vida econômica se adapte às novas condições econômicas impostas (Schumpeter, 1934). Segundo Sobel e Clemens (2021), para Schumpeter, o empreendedorismo é o resultado da descoberta e aplicação comercial de novas e mais eficientes combinações de recursos, sendo o sistema de lucros e prejuízos o definidor do sucesso ou fracasso dessas novas combinações (Sobel; Clemens, 2021).

Com a destruição criativa, há a substituição de antigos produtos e hábitos de consumo, ou seja, a destruição da forma antiga para a criação e introdução de novos, sendo aplicado no processo do desenvolvimento econômico industrial de Schumpeter (Madruga; Silva, 2009). Esse processo é visto como evolucionário no capitalismo e é a base do progresso econômico da sociedade ao decorrer do tempo, a introdução do novo e a frequente obsolescência do antigo (Schumpeter, 1934).

É importante esclarecer que a figura do empreendedor difere da do gestor/administrador, como Schumpeter (1934), ressalta na obra *The Theory of Economic Development*:

Como a realização de combinações novas é que constitui o empreendedor, não é necessário que ele esteja permanentemente vinculado a uma empresa individual [...] Por outro lado, nosso conceito é mais restrito do que o tradicional ao deixar de incluir todos os dirigentes de firmas, gerentes ou industriais que simplesmente podem operar um negócio estabelecido, incluindo apenas os que realmente executam aquela função. Mas, qualquer que seja o tipo, alguém só é um empreendedor quando efetivamente “levar a cabo novas combinações” e perde esse caráter assim que tiver montado o seu negócio, passando a dirigi-lo como outras pessoas dirigem seus negócios. Essa é a regra, certamente, e assim é tão raro alguém permanecer sempre como empreendedor ao longo das décadas de sua vida ativa quanto é raro um empresário nunca passar por um momento em que seja empreendedor, mesmo que seja menor grau (Schumpeter, 1934, p. 75-78, grifo do autor).

Schumpeter (1939) também colabora para o esclarecimento da diferença entre invenção e inovação em sua obra intitulada *Business Cycles: A Theoretical, Historical, and Statistical Analysis of the Capitalist Process*. Segundo o texto, o processo de inventar abrange a criação de um novo produto ou processo, diferindo da inovação que é a introdução bem-sucedida de um produto ou processo no mercado. Dessa forma, nem todas as invenções têm o caráter inovador, pois a inovação envolve ser lucrativo aos negócios (Sobel e Clemens, 2021).

No exemplar *Capitalism, Socialism, and Democracy* de 1942, Schumpeter particulariza que o lucro é utilizado como atrativo estimulante para descobertas sendo alvo de

---

<sup>1</sup> Esse termo é originalmente utilizado na obra *War and Capitalism* do economista e sociólogo francês Werner Sombart de 1913, sendo revisitada e ressignificada em uma nova concepção conceitual por Schumpeter.

investimento de capital pelo empreendedor e defende a ideia de que as políticas governamentais pautadas na redução de recompensas das inovações podem ser prejudiciais ao desenvolvimento econômico (Sobel; Clemens, 2021). Para além do estímulo causado pelo lucro, Schumpeter (1942) também observa o papel da concorrência no desencadeamento do processo de inovação e a destruição criativa ao longo do tempo. Para Sobel e Clemens (2021), na visão schumpeteriana, o problema está além do monopólio ou oligopólio, está na situação de que políticas governamentais protegem uma firma ou indústria das forças dinâmicas da concorrência como, por exemplo, a utilização de políticas governamentais que podem impedir que novas firmas ou indústrias consigam entrar e competir com as já existentes.

Além disso, Schumpeter também buscava entender a natureza e a causa dos ciclos econômicos, bem como vários economistas da época. Com base na análise da história econômica, Schumpeter (1939), explica que o ciclo começa na fase de expansão onde a inovação inicial atrai recursos com características empreendedoras para o setor em que ela ocorre. À medida que esse setor atrai recursos e novas firmas crescem a atividade econômica e setores relacionados, também é expandido por fim a prosperidade nos outros setores, tanto diretos, como os indiretamente afetados.

Diante disso, gera-se o desenvolvimento econômico, reduzindo o desemprego, aumentando os salários e os posicionamentos de investimentos. Mas, não é só por meio de um olhar econômico que o empreendedorismo é estudado na literatura, ainda há a perspectiva psicológica, mais conhecida a partir das pesquisas de McClelland, e a administrativa, cujo autor mais proeminente é Peter Drucker. Ambas serão apresentadas no tópico a seguir.

### **3.1.2 As perspectivas psicológica e administrativa do empreendedorismo**

Segundo Camargo, Cunha e Bulgacov (2008), não há uma ciência dominante que consiga explicar o fenômeno empreendedor. São várias as disciplinas que o constroem e diversas são as abordagens teóricas e metodológicas que dialogam nesse campo, como é o caso das áreas da psicologia e administração (Camargo; Cunha; Bulgacov, 2008).

A perspectiva psicológica é capitaneada pelo trabalho de McClelland (1987), o qual busca levantar características psicológicas comuns aos empreendedores em diferentes partes do mundo. A sua pesquisa é um marco contra a escola dos traços, que defende a ideia do empreendedor enquanto uma figura com características específicas inatas ou intrínsecas. O autor rejeita a suposição que esses indivíduos teriam traços empreendedores através de um caráter interno (genética) e afirmando que os comportamentos empreendedores foram

ocasionados por fatores externos, dito como ambientais. Em concordância com a hipótese levantada por ele, após a análise de narrativas suscitadas pelas pranchas do TAT (*Thematic Apperception Test*)<sup>2</sup>, os traços que caracterizariam os empreendedores são “moldados pelo ambiente” (McClelland, 1968).

Para McClelland, o comportamento empreendedor é consequência das variáveis cognitivas do aprendizado social que são produto da história experienciada de cada indivíduo e que, por sua vez, regulam novas vivências ou as afetam (Barlach, 2014). Apesar dessa compreensão, o autor estabeleceu a existência de três categorias motivacionais, construídas socialmente, que induzem o indivíduo a agir para uma determinada direção, reforçando, de algum modo, a escola dos traços. São elas: a necessidades de realização (quando o indivíduo possui desejos ou vontade de êxito); a necessidade de poder (quando o indivíduo possui desejo de ganhar, de convencer e de evitar fraquezas ou humilhações); e a necessidade de afiliação (quando o indivíduo possui o desejo de um estabelecimento, manutenção ou restauração de uma relação emocional) (Mancini, 1998).

Porém, mesmo que possa ser aproximado à escola dos traços, de acordo com Mancini (1998), McClelland afirma que essas necessidades motivacionais estariam presentes na maior parte da população, diferindo apenas quanto a sua intensidade sendo distinta de indivíduo para indivíduo.

Já a perspectiva administrativa traz as organizações como personagens também participantes do processo empreendedor. Conforme Drucker (1992), a inovação não é restrita ao empreendedor individual, pois se as novas empresas fossem o único lugar de inovação, a população não persiste. Diante disso, o autor responsabiliza todo tipo de organização a ter atribuições inovadoras, uma vez que, caso não fossem capazes de inovar, graves consequências aconteceriam para a sociedade do conhecimento (Madruga; Silva, 2009).

Drucker (1987) relata também que principalmente grandes empresas, precisam ter competência empreendedora para acompanhar as rápidas mudanças e inovações que surgem, e que, inclusive as mais consolidadas, por terem recursos humanos e competências administrativas bem definidas, possuem a capacidade potencial de uma administração empreendedora eficaz. Nesse âmbito, é afirmado que os empreendimentos se baseiam nos mesmos princípios, mesmo que sejam grandes instituições ou um novo negócio, visto que as

---

<sup>2</sup> Teste de Apercepção Temática que aplicado por McClelland onde é utilizado a narração de histórias, para revelar as próprias necessidades (predominantes) dando base para a Teoria das Necessidades Adquiridas.

regras são, basicamente, as mesmas, principalmente na questão de descarte do que não funciona (Drucker, 1987).

Como defensor do empreendedorismo, Drucker (1987) declara a necessidade da educação dos indivíduos para que inovem, tendo processos criativos como base para crescimento e mudança na forma de compreender o valor do trabalho. Essa declaração corrobora com a ideia que a inovação e o espírito empreendedor são necessários, tanto na sociedade quanto na economia (setor público e privado). Drucker (1987) também se contrapõe à escola dos traços, defendendo que o empreendedorismo pode ser aprendido e desenvolvido por qualquer indivíduo em uma situação decisória.

Apesar do reconhecimento da construção social do perfil empreendedor, é possível observar nos trabalhos de Drucker e McClelland uma perspectiva individual do empreendedor, em que o indivíduo empreende a inovação, seja a partir da abertura de uma nova empresa seja dentro das organizações. Hoje, autores mais contemporâneos do empreendedorismo reconhecem que o fenômeno não parte de uma ação individual, mas de um processo social, em que o ambiente onde os empreendedores estão inseridos são fundamentais para que o empreendedorismo ocorra. Essa é a colaboração de Julien (2010) com sua obra *Empreendedorismo Regional e a Economia do Conhecimento* (EREC), a qual será discutida no próximo tópico.

### 3.2 A PERSPECTIVA DO AMBIENTE SOCIAL PARA A PROMOÇÃO DO EMPREENDEDORISMO

Julien afirma que o empreendedorismo, diante a complexidade do tema, não pode ser exclusivamente a partir de regras econômicas, pois diminui a quantidade de pessoas que poderiam ser consideradas empreendedoras (Gomes *et al.*, 2013). Diante desse cenário, o autor traz a necessidade de uma abordagem teórica mais complexa, conforme explica no trecho a seguir:

As diferentes teorias sobre o empreendedorismo não são necessariamente falsas, mas frequentemente concentram-se de forma exagerada no comportamento individual de cada empreendedor ou em territórios ou épocas, e, acima de tudo, são excessivamente parciais a maior parte do tempo (Julien, 2010, p. 21).

Por isso o autor (2010) entende que o campo de estudo do empreendedorismo é multi e interdisciplinar, podendo ser estudado a partir de diferentes áreas como propõe o autor em seu livro: antropológica e psicológica; sociológica; geográfica; e econômica. Como os

autores citados anteriormente, Julien (2010) discute a ideia que a inovação é uma das condições pilares para o empreendedorismo. Porém, ao contrário do que se pode entender com o conceito de destruição criativa de Schumpeter, Julien entende que a inovação, no geral, é pouco revolucionária. Para ele, ela pode estar presente em "[...] pequenas diferenças no produto e nos materiais utilizados, no métier e na maneira de produzir, na distribuição, portanto na maneira de fazer e oferecer bens e serviços, ou no serviço pós-venda" (Julien, 2010, p. 245).

O processo da inovação depende de vários fatores internos e externos do ambiente onde se está evidenciando esse processo, devendo não ser restritivo aos comportamentos individuais e a grandes empresas (Gomes *et al.*, 2013).

É proposto também quatro tipos de situações que o empreendedorismo promove (Julien, 2010): 1 - A criação de uma empresa para disponibilizar uma inovação; 2 - A retomada de uma empresa já existente para oferecer uma inovação; 3 - Uma iniciativa visando um mercado já existente; e 4 - Uma iniciativa visando a um novo mercado.

Julien (2010) discorre que a (re)criação de novas empresas ou iniciativas não deveria ser concebida fora da sociedade que as impulsiona e da cultura, época e território em que estão inseridas. Dessa forma, é possível observar variedades de empreendedorismo, não podendo limitar o termo sendo exclusivo à empresa privada e em determinados grupos.

Para além disso, Julien (2010) propõe 4 grandes tipos de empreendedores que são considerados arquétipos transitórios, ou seja, um empreendedor de determinado tipo pode passar para outro. Esses tipos foram destacados como (Julien, 2010): 1 - empreendedor de reprodução que muda pouco nos produtos e cria ainda menos valor, tendo como gestão o modelo tradicional com poucos trabalhadores; 2 - empreendedor de imitação que tem como característica não criar valor novo, mas é fortemente influenciado por uma criação; 3 - empreendedor de valorização que consegue criar novas formas ou mesmo de novos produtos; 4 - empreendedor de aventura que acontece em casos mais raros onde eles criam empreendimentos sobre uma inovação importante.

Apesar de Gomes *et al.* (2013) entender que Julien não aprofunda o conceito da ação empreendedora, compreendemos que seu trabalho EREC aprofunda a caracterização da ação empreendedora a partir da análise dos vários elementos nela existentes e da evidenciação da perspectiva social e complexa do empreendedorismo. Essa perspectiva pode ser identificada quando o autor considera que a ação empreendedora envolve 5 elementos/atores interconectados: o empreendedor; a organização; o meio; o ambiente; e o tempo. E o que confere o dinamismo a um ambiente empreendedor é a ocorrência de três elementos:

informação, redes e inovação, que são desenvolvidos por meio da relação empreendedor/organização. Conforme Julien (2010), é uma relação circular, onde a informação e as redes são condições necessárias e a inovação é a condição suficiente para que haja o empreendedorismo dinâmico. O autor também explica que o meio empreendedor além de recursos, oferece cinco tipos de proximidades sociais sendo positivos ou negativos, dependendo da intenção (Julien, 2010): cognitiva (compartilhamento de conhecimento); organizacional (referência espacial comum); sociocultural (compartilhamento de histórias, valores, normas e convenções em comum); institucional (leis e normas impostas pelo governo, compreendida também como os laços sociais); e geográfica (uma região em comum que facilite encontros).

Em concordância com Julien, as autoras Salviano, Costa e Calado (2016) discorrem que o ambiente empreendedor deve ser visto como um espaço ativo, visto que se fosse neutro e inerte, sendo apenas regido pela economia tradicional e os interesses individuais, não iria fomentar um desenvolvimento do empreendimento, e de modo ativo, segundo Julien (2010), além de favorecer diferentes laços sociais, é estimulado também a coletividade.

Apesar do autor em EREC explicitar a interrelação entre esses 5 atores e 3 elementos dinâmicos e reconhecer o caráter complexo e social da ação empreendedora, Julien, em nenhum trecho da obra, aborda a influência de questões históricas ou das relações de poder que interferem no empreendedorismo e qual modelo de desenvolvimento o empreendedorismo promove. Procurando problematizar essas lacunas na literatura acerca do empreendedorismo, Ésther evidencia em trabalhos da área a falta de "qualquer referência ao caráter sócio histórico e político da vida social" (Ésther, p. 865, 2019). Por um lado, as fundamentações clássicas da idealização do empreendedor (como traços e jeitos) retiram a dimensão coletiva e social, criando um distanciamento entre o indivíduo e a sociedade. Por outro lado, também retiram o caráter coletivo do trabalho, tensionando ainda mais o trabalhador. Dentro de um sistema econômico desigual, através dessa idealização, o empreendedor se torna o único responsável pelo seu "destino", tirando qualquer responsabilidade do governo, porque os problemas seriam resolvidos individualmente (Ésther, 2019).

Nesse sentido, a obra de Julien, não traz reflexões sobre a relação de poder entre trabalhadores e outros atores de seu ambiente social, além de não incluir uma análise histórica das ações empreendedoras que ajudariam a explicar diferenças das relações entre os elementos elencados pelo ator como primordiais para a condução de ações empreendedoras exitosas em territórios. Além disso, seu trabalho pode ser utilizado para favorecer o modelo

de desenvolvimento que analisa somente questões de crescimento econômico promovidas pela ação empreendedora, enfraquecendo a promoção de ações que se direcionam para o desenvolvimento socioambiental. Apesar dessas ausências, Julien (2010) consegue trazer avanços teóricos importantes ao corpo de conhecimento da área, ajudando na melhor elucidação do fenômeno empreendedor.

Dessa maneira, Julien (2010) colabora ao evidenciar que existem diversos para que ocorra a ação empreendedora, bem como níveis e locais de inovação, a qual não precisa ser necessariamente sempre revolucionária e realizada por pessoas individuais ou grandes empresas, diferentemente dos teóricos clássicos, bem como a interdisciplinaridade desse fenômeno entendido como complexo. É na complementação da compreensão de empreendedorismo de Julien (2010) com a crítica de Ésther (2019) sobre os aspectos políticos nele envolvidos, que este trabalho se baseia para entender a relação do empreendedorismo com a questão socioambiental contemporânea, a qual traz reflexões sobre o modelo de desenvolvimento promovido por ações empreendedoras. Essa relação será apresentada no tópico a seguir.

### 3.3 EMPREENDEDORISMO SOCIOAMBIENTAL

Anteriormente à existência do termo *empreendedorismo socioambiental*, no âmbito do empreendedorismo, o centro do debate conceitual falava sobre um de seus antecessores, o *empreendedorismo social*. De acordo com Austin, Stevenson e Wei-Skillern (2006), o empreendedorismo social é considerado uma subdivisão do empreendedorismo e teve o crescimento, tanto para o estudo, como para a prática há três décadas. Segundo Brock e Ashoka (2008) o primeiro debate sobre o tema foi através dos estudos de Dr. Greg Dees na Universidade de Harvard em meados dos anos de 1990. O cunho social entra em debate em várias esferas nesse período devido aos grandes questionamentos dos rumos da humanidade e a incapacidade da inovação tradicional de resolver a desigualdade social (Bezerra-de-Souza; Teixeira, 2019; Dawson; Daniel, 2010). O aumento do debate sobre a esfera social, segundo Dawson e Daniel (2010), se caracteriza como um reflexo da mudança contemporânea de atitude apoiada na crescente conscientização pública sobre questões sociais e globais críticas. Atualmente, mesmo diante de anos de estudo sobre o tema, ainda não se chegou a um consenso conceitual sobre o empreendedorismo social (Bezerra-de-Souza; Teixeira, 2019).

Segundo Austin, Stevenson e Wei-Skillern (2006), Dees (2011) e Giehl (2014), tem como direção subentendida a geração de valor social por meio de inovações, a fim de

promover uma mudança da realidade social em busca da diminuição da desigualdade social. O empreendedorismo social é para além da replicação de algo que já existe, é também a criação de algo novo, que traz uma problemática social como foco de ser tratado com uma estrutura organizada e mantida pela mobilização de recursos que forneçam a possibilidade de solucionar e harmonizar o problema (Bezerra-de-Souza; Teixeira, 2019).

Difere do empreendedorismo por não criar riqueza pessoal e sim formar riqueza humana, sendo para além de negócios sem fins lucrativos, abrangendo outros tipos de grupos organizacionais. Apesar do conceito tradicional excluir iniciativas sociais com fins lucrativos, Austin, Stevenson e Wei-Skillern (2006) alargam essa compreensão ao conceituar o empreendedorismo social “como uma atividade inovadora, criadora de valor social que pode ocorrer dentro ou entre os setores sem fins lucrativos, empresariais ou governamentais” (tradução de Austin, Stevenson e Wei-Skillern, p. 371, 2006) .

De acordo com Bezerra-de-Souza e Teixeira (2019), diante da variedade de conceitos, é de comum acordo a missão social sendo um direcionamento principal do empreendedorismo social. Essa missão interfere na abordagem e maneira como o empreendedor social percebe e analisa as oportunidades e com isso o direcionamento das tomadas de decisões idiossincráticas (Dees, 2001).

Porém, as demandas atuais não são exclusivamente sociais, conforme a ciência ambiental vem nos mostrando, elas estão intrinsecamente relacionadas com os problemas ecossistêmicos gerados pela sociedade moderna. De acordo com Albrecht (2002), com a evolução do movimento ambiental em 1970, a sociedade passa a dar maior atenção aos problemas ambientais causados pelas ações antrópicas, levando, com isso, ao surgimento de inovações para resolver ou mitigar esses problemas. Conforme Albrecht (2002) uma sociedade orgânica necessita da conservação dos recursos naturais para a sua sobrevivência, por isso é de forma instintiva a demanda de desenvolvimento de mecanismos que garantam essa conservação. Essa compreensão do ser humano que faz parte da natureza e a existência de uma relação de interdependência deles e o ambiente foi o provocador de inovações tecnológicas e novas formas de empreender (Lima *et al.*, 2014). Com essa crescente e latente necessidade de inserir a responsabilidade ambiental nos empreendimentos, surgem também conceitos como *ecoempreendedorismo* e *empreendedorismo sustentável*.

Segundo Medeiros (2012), o ecoempreendedorismo é considerado uma subdivisão do empreendedorismo que tem como objetivo principal a invenção de processos/serviços e produtos que contribuam na solução de problemas ambientais pensando no desenvolvimento sustentável. A expressão é embasada na premissa das concepções e características do



empreendedorismo clássico sendo focado na formulação de melhorias ou soluções ambientais, tendo ligação na inovação, na competição e concorrência, nos recursos, nos potenciais de mercado e na geração de lucro (Medeiros, 2012; Kirkwood; Walton, 2010; Schaltegger; Wagner, 2011).

Simultaneamente, o termo empreendedorismo sustentável é utilizado de forma a englobar o empreendedorismo social e o ecoempreendedorismo (Brasil *et al.*, 2014). Segundo Santos *et al.* (2013), relacionando o empreendedorismo de Schumpeter (1942), o empreendedor sustentável possui a capacidade de alterar a ordem econômica com suas inovações, tendo destaque por utilizar novos insumos, geralmente, mais sustentáveis. Além disso, o empreendedor sustentável aplica no trabalho valores e consciência da cultura sustentável. De acordo com o mesmo autor (2013, p.149) “O empreendedorismo voltado para a promoção de uma cultura de sustentabilidade surge como uma alternativa eficaz para harmonizar as esferas econômica, ambiental e social”.

Contudo, é preciso estar atento às contradições que a noção do termo sustentabilidade podem trazer aos estudos científicos. De acordo com Bursztyn e Bursztyn na sua obra *Fundamentos de Política e Gestão Ambiental* (FPGA) publicado em 2012, o conceito e a prática da sustentabilidade são construídos de diferentes processos e que a ciências juntamente com a tecnologia e a inovação, podem contribuir para novos conhecimentos dessa área. Esses conhecimentos devem ser agregados aos saberes das populações tradicionais (muitos anos de vivências). Em um trecho do livro FPGA fica explícito a utopia defendida pelos autores da incoerente sustentabilidade:

O ponto de partida é a constatação de que a ideia de sustentabilidade foi absorvida como uma noção que perpassa as diversas esferas da sociedade e assume um caráter quasi-místico de utopia, de estado desejado. [...] O desenvolvimento sustentável, como utopia para o século XXI, traz uma novidade bem clara em relação aos projetos de utopia anteriores: o imperativo da dimensão ambiental como atributo indissociável da *busca de felicidade* (Bursztyn; Bursztyn, 2012, p. 33-35).

Segundo Vizeu, Meneghetti e Seifert (2012), nessa era moderna, marcada pelo capitalismo, surge o termo desenvolvimento sustentável, considerado uma expressão contraditória ao sistema capitalista, de forma que a sustentabilidade evidencia os efeitos nocivos que esse sistema trouxe para o planeta, principalmente, no âmbito ambiental. A expressão ainda possui um caráter conciliatório com o capitalismo, tendo como uma ideia de reparação da crise socioambiental e reforço e permanência com a lógica do sistema (Vizeu,

Meneghetti e Seifert, 2012). Bem demonstrado em um trecho de FPGa que mostra essa incoerência na prática:

A fase neoliberal coincide com a ascensão da proteção ao ambiente, no âmbito geral das responsabilidades governamentais [...] No lugar de apenas desenvolvimento, no sentido estritamente econômico ou mesmo com atributos sociais, agora o mote é desenvolvimento sustentável. No lugar de apenas governos, como responsáveis pelas decisões políticas, agora a ordem é governança, em que o poder público partilha espaços de poder com instâncias da sociedade civil. No lugar do produtivismo de curto prazo, há uma preocupação com a durabilidade dos processos produtivos [...] Dependendo, portanto, do critério de avaliação, o conceito de desenvolvimento sustentável pode ser considerado como uma contradição em termos, um oxímoro (Mendes, 1993), já que, para ser desenvolvimento, não poderá ser sustentável (Bursztyn; Bursztyn, 2012, p. 39-49).

Segundo Vizeu, Meneghetti e Seifert (2012), alguns historiadores e críticos do capitalismo, é de comum ideia as duas importantes consequências desse sistema sendo o fim da autonomia do trabalhador, devido a perda do controle do processo de trabalho, e o fim da economia de subsistência.

Diante disso, a crise social tanto da classe trabalhadora como das classes oprimidas é advinda também da finalidade produtiva do capitalismo, que é apenas o dinheiro (lucro). Segundo Marx (2013) na sua crítica ao capital, isso é exemplificado pela fórmula “dinheiro - mercadoria - dinheiro”, onde o valor de uso é subvertido pelo valor de troca, sustentando a exploração do trabalho de outrem no processo de acumulação do capital.

Com esse caráter ideológico do capitalismo tardio de exploração, uma das formas que mais cresceu e se tornou bastante importante foi o conceito de desenvolvimento sustentável. Diante disso, é importante desvincular a ideia neoliberal do conceito de sustentabilidade, de desenvolvimento e de globalização no projeto capitalista. Então, o desenvolvimento sustentável tal como a sustentabilidade possui intrinsecamente uma ideologia onde concilia com o sistema destrutivo e explorador e distorce por se apresentarem como uma evolução salvadora e utópica (Vizeu; Meneghetti; Seifert, 2012). Em concordância com Fonseca e Bursztyn (2009), quando banaliza a expressão sustentabilidade, a distância é ampliada entre o politicamente correto dos discursos ecoambientalistas e a eficiência prática das políticas ambientais.

Atualmente, de acordo com a pesquisa de Inocêncio e Favoreto (2022), foi apontado distorções nos relatórios de sustentabilidade de algumas corporações que estão na carteira de 2020 do Índice de Sustentabilidade Empresarial, com caráter comprometedor nos 4 pressupostos pragmáticos da pesquisa: inteligibilidade, verdade, sinceridade e legitimidade. Além do idealismo utópico da sustentabilidade, a modernização ecológica é parte do consenso hegemônico capitalista. Segundo Franco (2019), os problemas sociais e ambientais, pelo

discurso capitalista, são tratados através da expansão do alcance dos mercados e o papel salvador da tecnologia, que foi associada no texto como “consumo sustentável fraco, baseado em ganhos de eficiência, inovações técnicas e criação de novas oportunidades de negócios verdes”.

Frente a esse cenário alguns autores, como Rizzo *et al.* (2017), vem adotando o termo empreendedorismo socioambiental, onde é articulado às ações empreendedoras em conjunto com práticas de desenvolvimento social e conservação e/ou regeneração ambiental, podendo ter ou não a possibilidade de lucro. Em vista disso, o termo empreendedorismo socioambiental conota uma ideologia mais realista com o propósito inovador e com geração de valor social, valor econômico e ambiental, diferente da polissemia e consequente banalização gerada pelo termo sustentabilidade, conforme mostrado por Bursztyn (2012).

Segundo Cavalcante e Souza Filho (2023), de acordo com a entrevista de 30 empreendedores socioambientais brasileiros de diversas regiões, sendo 15 homens e 15 mulheres, foi possível perceber um perfil de jovens (menos de 35 anos), que já tinham pensado em empreender nesse campo e tinham, na sua maioria, uma formação acadêmica superior heterogênea, tendo o curso mais presente o de administração seguido de comunicação social.

Diante do que foi exposto, o termo empreendedorismo socioambiental pode ser destacado como o mais adequado para tratarmos fenômenos empreendedores presentes em iniciativas agroecológicas, mas que para compreender a especificidade dessas iniciativas, devemos compreender os conceitos de agroecologia, o que será discorrido no próximo tópico.

### **3.3.1 Agroecologia**

No dilema de superioridade econômica do agronegócio, a natureza cíclica e complexa em seus processos é substituída por uma agricultura por fluxos lineares de matéria e de energia que geram danos ambientais e sociais devastadores (Petersen *et al.*, 2017). Para o autor, é necessário a apreensão da atividade agrícola como um processo econômico-ecológico tendo a junção da produção econômica indissociável da reprodução ecológica, entendimento esse presente na proposta da agroecologia.

Conforme Altieri (1999), a agroecologia é uma ciência emergente que estuda os *agroecossistemas* integrando conhecimentos de agronomia, ecologia, economia e sociologia. Sarandón e Flores (2014) caracterizam os agroecossistemas como sistemas complexos com componentes biológicos que foram distribuídos tanto no tempo quanto no espaço, interagindo

com componentes socioculturais de agricultores familiares. Dessa forma, a agroecologia tem situado muitos debates em movimentos sociais e na academia, criticando a agronomia voltada à produção convencional a partir da defesa de um projeto de desenvolvimento rural sustentável baseado na agricultura familiar (AF) (Lopes *et al.*, 2023; Maia, 2023).

Segundo Lopes *et al.* (2023), as disputas no campo brasileiro advêm de duas vertentes distintas, a primeira se caracteriza como modelo agroexportador (conhecido como agronegócio) que é baseado em sistemas convencionais de produção que são totalmente dependentes da indústria de máquinas e agroquímicos, voltados para a exportação de grãos e que se impulsiona pelas políticas do Estado, sendo aclamado pela grande mídia capitalista. O segundo é a AF, sendo responsável pela diversificação de alimentos consumidos diariamente pelos brasileiros, que é baseado em um sistema para autoconsumo e consumo regional que gera trabalho no campo (Lopes *et al.*, 2023).

Chayanov (1981, apud Petersen *et al.*, 2017, p. 126) explica que o âmbito econômico estrutural na AF pode ser compreendido como um conjunto de balanços, entre as necessidades de consumo do núcleo e a capacidade de produção (disponibilidade de força de trabalho e de meios de produção), sendo a aplicação do campesinato uma situação que extrapola as questões da economia clássica. De acordo com Petersen *et al.* (2017), o conjunto desses balanços são determinados pelo Núcleo Social de Gestão do Agroecossistema (NSGA) através das deliberações estratégicas com a finalidade de alcançar as metas econômicas e sociais, estipuladas pelo próprio núcleo. Não faltam trabalhos concluindo a obtenção de maior valor agregado a partir de produtos advindos de agroecossistemas quando comparados aos obtidos de produções convencionais, como nos estudos de Ferreira, Oliveira e Talamini (2022), Petersen *et al.* (2017), Carvalho e Ramos (2020) e Felisberto *et al.* (2020). O valor agregado produzido por agricultores agroecológicos pode ser levantado a partir de quatro fontes: o primeiro sendo a pluriatividade, ou seja, rendas não agrícolas; o segundo a participação social em organizações diversas; o terceiro se enquadra as atividades domésticas e de cuidados; o quarto, e último, a mercantil e de autoconsumo (Petersen *et al.*, 2017).

De acordo com Petersen *et al.* (2017), na gestão técnico-econômica dos agroecossistemas, a participação social é de extrema importância nessas experiências e iniciativas pois é no meio social onde mobilizam e tem o acesso a bens comuns (materiais e imateriais) e recursos entre as redes, intensificando o processo de trabalho e também a geração de novos valores. Esse também é o entendimento de Souza, Lyra e Silva (2018),

quando observa que a agroecologia tende a ser melhor promovida quando a AF se reúne em organizações sociais, sendo na sua maioria associações<sup>3</sup>.

Dentro da participação social existem diferentes instituições e processos organizativos (sociopolíticos e econômicos), como por exemplo a organização dos agricultores em feiras agroecológicas, onde rompem o isolamento e agem como atores sociais coletivos, sendo agentes principais nos embates de apropriação do valor agregado atrelado ao trabalho social (Petersen *et al.*, 2017).

Diante disso, as feiras agroecológicas, se enquadram em uma forma de garantia para o produtor que, através do nicho agroecológico, podem gerar valores agregados a sua produção, dar maior autonomia ao agricultor devido ao uso de circuitos curtos no comércio, proporciona também a melhor diversidade e qualidade nutricional dos produtos para os consumidores, entre outros benefícios da transição agroecológica (Petersen *et al.*, 2017). Dessa maneira, sendo as feiras o objeto de estudo deste trabalho, o tópico a seguir busca conceituá-las no âmbito da agroecologia e localizá-las na cidade do Recife.

### **3.3.2 Feiras agroecológicas e orgânicas**

Frente a problemática socioambiental, os hábitos diários, principalmente de consumo, têm sido a maior preocupação, dando espaço para a iniciativa de preferir a aquisição de produtos alimentícios advindos, como por exemplo, de feiras agroecológicas (FA) e/ou as feiras orgânicas (FO), do que de outros sistemas. Silva (2016) afirma que a sociedade atual, baseada nessa preocupação, começou a reconhecer os produtos e serviços como selo orgânico como uma atribuição de grande valor, muitos deles originários da AF.

Contudo, é preciso prestar atenção na diferença entre produtos advindos da produção orgânica daqueles que se originam da agroecológica, tornando-se necessário diferenciar a FO da FA. As FO comercializam produtos que partem da base de produção orgânica de alimentos sem que o produtor seja, necessariamente, da AF. Essa produção é caracterizada por uma relação mais saudável do produtor com o meio ambiente, sem o uso de agrotóxicos, uma boa biodiversidade de produção e o uso de técnicas de conservação do solo que buscam evitar a contaminação dos recursos hídricos e do surgimento de pragas a fim de melhorar a fertilidade do solo e das suas propriedades físicas (Carias, 2021). As FA ofertam produtos de base

---

<sup>3</sup> Os autores também reconhecem o papel da assessoria técnica, da formação como importantes para a promoção da agroecologia (Souza, Lyra e Silva, 2018). Importante também destacar o papel do Estado na promoção desse modelo de produção por meio de políticas públicas, como por exemplo a Política Nacional da Agroecologia e Produção Orgânica instituída em 2012 (FIOCRUZ; ANA; ABA-Agroecologia, 2019).

agroecológica, cuja produção, além de considerar todos os aspectos já presentes na produção orgânica e até mais formas, pressupõe a produção de alimentos da AF e a preocupação com diferentes dimensões ligadas ao agroecossistemas como o econômico (gerar renda e autonomia ao AF), social, cultural e político (diminuir/eliminar desigualdades e dispor de alimentos saudáveis à população), ecológico (equilíbrio dos ecossistemas, relação de maior harmonia entre homem e natureza) e ético (sustentabilidade) (Carias, 2021). Assim, pode-se concluir que a produção orgânica está em comum acordo com produção agroecológica na questão de não utilizar produtos químicos, tendo o manejo e outros aspectos, muito mais diverso e multidimensional na base agroecológica.

As FA, enquanto um canal de comercialização, se caracterizam pelo atendimento ao público local, em que o agricultor geralmente não utiliza intermediários para a venda, sendo, por isso, um circuito curto entre os consumidores e produtores (Pinheiro, 2021). O circuito curto alimentar ou cadeias curtas agroalimentares (CCA) pode ser definido como “o modo de comercialização de produtos agrícolas que busca o estabelecimento de relações mais diretas entre agricultores consumidores” (Guzzatti; Sampaio; Turnês, 2014, p. 367) para estabelecer uma relação de confiança entre esses atores (Pinheiro, 2021).

As CCA, segundo Pinheiro (2021) relaciona três elementos principais: o primeiro é a distância entre o produtor, fisicamente, ser reduzida (sem intermediários); a segunda é a redução do número de etapas desde a produção do agroecossistema familiar até o consumo; a terceira seria a possibilidade de aproximação social e cultural entre os próprios produtores e também com os consumidores. Para além da comercialização, as FA atuam, em síntese, como um espaço de troca de saberes e culturas onde ocorre mais visibilidade ao setor, contribuem na diversificação dos produtos, soberania e segurança alimentar, avanço rural e territorial, discussão e melhoria nos agroecossistemas pensando também na geração de valor agregado alternativo (Leite e Teles, 2019; Pinheiro, 2021).

Quando se fala em feiras, os agentes atuantes principais para o funcionamento e realização delas são o produtor e o consumidor. Os consumidores são fundamentais para a existência das feiras, visto que se trata de uma relação econômica onde o produto precisa ser comercializado para que haja uma relação de valor. Diante desse papel fundamental, segundo a pesquisa de Leite e Teles (2019), os consumidores são agentes de destaque por “apoiar e incentivar as lutas por disputa de espaços e mudanças de paradigmas no contexto atual da produção agrícola, pois são eles elementos essenciais para o circuito curto girar” (Leite e Teles, 2019, p. 42).

Os produtores que participam de FA e FO, por toda concepção de ser um CCA, se preocupam com o bem-estar dos consumidores ao vender seus produtos para eles e para gerar laços de confiança, trocam experiências e saberes pessoais da produção com os clientes, criando parcerias favoráveis para o entendimento do consumidor, principalmente em relação a explicar a equiparação de preços (considerados mais elevados) dos produtos orgânicos por causa dos benefícios agregados a esse tipo de alimento (Pinheiro, 2021).

A pesquisa de Jarzębowski, Bourlakis e Bezat-Jarzebowska (2020) relaciona os impactos positivos das CCA em três dimensões do desenvolvimento socioambiental, o econômico, o social e o ambiental, conforme apresentado no Quadro 1.

**Quadro 1** – Impactos positivos das CCA em relação às três dimensões.

<b>Áreas</b>	<b>Impactos positivos</b>
Econômico	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Redução das incertezas econômicas dos agricultores.</li> <li>● Apoiar a lucratividade de pequenas e médias propriedades.</li> <li>● Aumentar a recirculação de renda da comunidade.</li> <li>● Criação de novos empregos no meio rural (gerando empregos locais).</li> <li>● Redução dos custos de produção e preço de mercado.</li> <li>● Melhoria nas sinergias com outros setores.</li> <li>● Aumento de alimentação com qualidade de produção.</li> <li>● Contribuição para a segurança alimentar do local.</li> <li>● Mercados/eventos/iniciativas para vários produtores localmente.</li> <li>● Iniciativas de treinamento e <i>coaching</i>.</li> <li>● Preservação e valorização de pequenas propriedades.</li> </ul>
Social	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Promoção de relações mais diretas entre produtores e consumidores.</li> <li>● Aumentar a confiança dentro da cadeia de valor.</li> <li>● Promover a inclusão social.</li> <li>● Revitalização de comunidades locais.</li> <li>● Contribuição para o desenvolvimento rural (especialmente em áreas marginais).</li> <li>● Despertar o sentido de comunidade.</li> <li>● Realização de educação comunitária.</li> <li>● Empoderamento do consumidor.</li> <li>● Reconhecimento dos produtores.</li> <li>● Maior reconhecimento dos produtores.</li> <li>● Divulgação de treinamento e atividades de <i>coaching</i>.</li> <li>● Promoção da alimentação saudável.</li> <li>● Bem-estar social.</li> </ul>
Ambiental	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Redução do uso de recursos (como combustível fóssil ou embalagem).</li> <li>● Redução do desperdício de alimentos e economia de comida.</li> <li>● Promoção de produtos menos poluentes métodos de produção (por exemplo, agricultura orgânica).</li> <li>● Redução de emissões de GEE e pegada de carbono.</li> <li>● Redução do uso de energia.</li> <li>● Redução de <i>food miles</i><sup>4</sup></li> </ul>

**Fonte:** Adaptado de Jarzębowski; Bourlakis ;Bezta-Jarzebowska (2020).

<sup>4</sup> Termo em inglês que significa milhas do alimento, sendo utilizado para se referir a distância que o alimento é transportado desde o momento de sua produção até chegar ao consumidor. As milhas do alimento são um fator usado ao testar o impacto ambiental dos alimentos, como a pegada de carbono dos alimentos (Engelhaupt, 2008).

Porém os CCA também possuem algumas dificuldades ou barreiras como por exemplo: i) obtenção de financiamento para o investimento em novas tecnologias na criação de FA e FO, já que os bancos e grandes órgãos financeiros possuem receio em investir; ii) políticas governamentais contrárias e/ou que não incentivam a comercialização e as organizações e/ou autoridades locais discordantes; iii) falta de conhecimentos técnicos paralela à escassez de apoio técnico; iv) o custo de adoção de alguma tecnologia no desenvolvimento do produto; v) a falta de habilidade e experiência em *branding*, mas que estejam alinhadas ao propósito do agricultor); vi) dificuldades na logística para a comercialização e divulgação; vii) ausência de mecanismos de coordenação e da consideração dos elementos externos da cadeia; viii) mercado orgânico ou agroecológico é carente de informações e tecnologias (Jarzębowski, Bourlakis e Bezat-Jarzebowska, 2020; Silva, 2016; Pinheiro, 2021).

Especificamente no Recife, Dias (2020) constatou que nas FA por ele estudadas, apesar da premissa da troca de saberes entre produtor e consumidor, ainda há um baixo índice de conhecimento e de interesse dos consumidores em relação à certificação ou garantia de qualidade orgânica e/ou de transição agroecológica. Por isso, é importante que a qualificação dos produtores para explicar a importância dessas certificações, garantindo uma repercussão, mesmo que paulatinamente, das benfeitorias ao comer alimentos advindos de agroecossistemas baseados na produção agroecológica e também se atualizarem para se anteciparem e se adaptarem diante dos novos cenários impostos pelos consumidores (Pinheiro, 2021).

Algumas pesquisas refletem que mesmo com essas carências e dificuldades, os espaços de comércio agroecológico resultam em impactos bastante positivos como citado no Quadro 1. Dias *et al.* (2020) identificou benefícios gerados pelas FA do Recife, como: i) aumento de associações de funcionários (públicos e privados) engajados na difusão da consciência ecológica e do consumo consciente dentro das empresas e organizando feiras dentro delas; ii) a existência de uma grande quantidade de jovens advindos do campo e agricultores(as) familiares capacitados(às); iii) aumento gradativo na mídia tradicional em relação a exposição de experiências agroecológicas e economia solidária; iv) a mudança de base convencional de produção para a agroecológica nos agroecossistemas forneceu bons resultados aos agricultores em relação a diversidade de produtos, a participação das feiras na capital e a garantia de uma renda fixa semanal.

No Recife, conforme Farias *et al.* (2009), a necessidade da criação de FA/FO se deu pela percepção dos agricultores orgânicos de que não era possível a venda de seus produtos



em feiras convencionais devido a produção orgânica ser em uma escala menor somado também ao prejuízo econômico advindo do pagamentos dos atravessadores. O histórico de FA/FO na cidade surgiu em 1997 através do incentivo e implementação do Centro Sabiá e da Associação dos amigos do meio ambiente de Gravatá (AMA-Gravatá), e atualmente, é considerado um movimento de sucesso em várias localidades do município (Farias *et al.*, 2009). O número de agricultores aumenta cada vez mais em FA, principalmente as mais antigas (mais estruturadas), e também é comum que algum produtor faça o transporte e o comércio de outros produtos advindos de agricultores para essas feiras, aumentando a diversidade de alimentos e contribuindo com a parceria dentro do setor (Leite e Teles, 2019).

De acordo com a planilha disponibilizada pelo Ministério de Agricultura e Pecuária (MAPA), mais de 26,6 mil produtores orgânicos estavam regularizados no país e inscritos no Cadastro Nacional de Produtores Orgânicos (CNPO) até o final do mês de maio de 2023 (BRASIL, 2023b). Segundo Leite e Teles (2019), houve uma mudança positiva a nível de desenvolvimento das FA e FO nas praças públicas do Recife, sendo a primeira delas no bairro das Graças.

Atualmente, de acordo com a plataforma de Mapa de Feiras Orgânicas (MFO)<sup>5</sup> elaborada pelo Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor (IDEC, 2023) existem 39 feiras orgânicas catalogadas nesta plataforma na cidade de Recife, um aumento consideravelmente alto para o dado fornecido pela Prefeitura do Recife onde apresenta apenas 10 feiras atualizadas até o ano de 2008 (Recife, 2023). Segundo dados da mesma plataforma, o Brasil possui atualmente 888 feiras orgânicas e agroecológicas, e na região do nordeste brasileiro estão inscritos 229 feiras, e 81 delas estão localizadas no estado de Pernambuco, apresentando um percentual de aproximadamente 35,37% em relação a região nordeste e 9,12% das FA e FO brasileiras (IDEC, 2023). De acordo com o mapeamento de feiras orgânicas e agroecológicas destacadas na tese elaborada por Leão (2019), foram levantados dados de 47 feiras localizadas na cidade de Recife, sendo 17 agroecológicas e 30 orgânicas.

Relacionando as FA e FO nas discussões do empreendedorismo foi encontrado o trabalho de Santos *et al.* (2013) que buscou analisar o perfil dos produtores/feirantes da feira agroecológica localizada na orla da cidade de Olinda, tendo como um dos indicadores o grau de empreendedorismo. A característica diferencial do processo inovador desta feira foi

---

<sup>5</sup> O MFO foi criado em 2012 pelo IDEC, e apenas abrangia o estado de São Paulo, atualmente engloba todo o país. É uma ferramenta de busca colaborativa, ou seja, existe a possibilidade de inserir uma feira através da plataforma virtual, e possui como objetivo principal estimular a alimentação saudável e sustentável em todo o Brasil e mostrar que os produtos orgânicos e agroecológicos podem ser mais acessíveis aos consumidores (IDEC, 2022).

constatada pelos autores sendo a atitude, ação ou prática, de base agroecológica, algo diferente dentro do comércio onde está inserido a feira em Olinda (Santos *et al.*, 2013).

É possível observar que a feira estudada revela apenas uma aderência da prática à teoria, ou seja, a feira atende ao que já conhecemos conceitualmente por ser uma FA e FO ou CCA. Na pesquisa de Santos *et al.* (2013) não foi possível identificar uma maneira diferente de produzir ou comercializar se compararmos com outras FA e FO de regiões próximas. Dessa forma, pode-se inferir que a inovação dessa experiência é apenas a sua localização, pois não há outra igual na cidade. Promove o desenvolvimento local ao gerar renda aos agricultores bem como uma alimentação mais saudável aos consumidores, mas não ao ponto de revolucionar os fatores de produção ou realizar consideráveis mudanças nos padrões econômicos, sociais, políticos, ecológicos e culturais locais.

Esse apontamento restritivo de Santos *et al.* (2013) em relação ao processo de inovação nas feiras, mostra atributos que podem ser encontrados em outras FA e FO, sem o aprofundamento das características que fazem de uma determinada feira ser um meio empreendedor criativo diferente das demais. Seguindo a linha de pensamento dos autores, todas as feiras agroecológicas ou orgânicas atualmente, teriam aspecto inovador, deixando de ser algo diferente, conforme pode ser constatado no trecho a seguir:

Os resultados mostraram que todos os entrevistados acreditaram estar inovando com seus produtos, e realmente inovaram, tanto por serem orgânicos quanto por oferecer diferenciais competitivos no mercado, como variedades não encontradas nos supermercados convencionais, alimentos em seu estado natural (cenouras com ramalhetes, por exemplo), contato direto com o produtor, entre outros. [...] Logo, deduzimos que todos os produtores entrevistados são considerados, de acordo com nosso conceito, enquanto empreendedores (Santos *et al.*, 2013, p. 13).

Apesar do trabalho de Santos *et al.* (2013) realizar uma análise que inclua outros fatores além do econômico, como bem evidencia a teoria revisada dos CCA e FA/FO, Leão (2019) chama a atenção para a carência de pesquisas em relação a dados e informações sobre o pilar econômico e também sobre outras percepções além da economia utilitarista, como as dinâmicas relacionais dentro desses espaços. Outra carência identificada são de mais informações e análises sobre caráter empreendedor das FA/FO na cidade do Recife.

Diante disso, fica evidente a escassez de pesquisas focadas no município do Recife que aprofundem as características do empreendedorismo socioambiental nas feiras, a importância do caráter inovador possuidor de consciência ambiental para o desenvolvimento de tecnologias, métodos e formas que assegurem a geração de valor agregado nas três esferas: econômica, social e ambiental.

## 4 METODOLOGIA

Este capítulo está estruturado nos seguintes tópicos: instrumentos de levantamento teórico; os critérios de seleção da amostra que delimitou o universo para filtrar de acordo com as prerrogativas da pesquisa; instrumentos de pesquisa em campo para o levantamento de dados como a observação, aplicação de questionários e a realização das entrevistas; e, por fim, os dilemas e dificuldades encontrados durante a execução dos métodos apresentados nos tópicos anteriores.

### 4.1 INSTRUMENTOS DE LEVANTAMENTO TEÓRICO E DOCUMENTAL

A metodologia desta pesquisa é de caráter exploratório-descritivo tendo em vista a necessidade de familiarizar o pesquisador ao ambiente da pesquisa, com a possibilidade de modificar e clarificar conceitos e depois descrever quantitativamente e/ou qualitativamente de acordo com observações da pesquisadora (Lakatos; Marconi, 2003). A exploração e descrição do fenômeno foi composta desde a leitura e a elaboração do referencial teórico entre os meses de abril e junho de 2023, até a coleta de informações através de entrevistas, documentos e observações nas feiras (Gerhardt; Silveira, 2009).

O levantamento teórico englobou a leitura e sistematização de informações de trabalhos de conclusão de curso e artigos científicos disponibilizados no Periódicos da CAPES; Scielo; Redalyc em livros sobre agroecologia e empreendedorismo indicados pelos orientadores.

Para ajudar na caracterização do objeto de estudo foi utilizado trabalhos de conclusão de curso que estudaram as feiras orgânicas ou agroecológicas em Recife - PE, e, eventualmente, matérias jornalísticas que abordam a venda de produtos orgânicos ou agroecológicos e também foi realizado um levantamento documental sobre feiras orgânicas agroecológicas nas cidades e nos estados em páginas da internet de organizações que sistematizam informações a esse respeito, como o Centro Sabiá em Pernambuco e o IDEC no Brasil.

Diante da temática abordada no trabalho, o objeto de estudo sendo as FO e FA, é necessário fazer uma correlação direta com os agentes principais para a criação dessas feiras, os agricultores e os organizadores. Dessa forma, foi estabelecido a integração de saberes acadêmicos e não acadêmicos e, principalmente, a produção de conhecimento dos agricultores

e dos organizadores sobre os seus modos de fomentação das feiras, estabelecendo assim uma metodologia que prioriza a relação sujeito-sujeito (Silva, 2018). Para que o objeto esteja bem relacionado com o âmbito do empreendedorismo, é necessário a delimitação de uma amostra para ter uma possibilidade mais assertiva mediante ao curto tempo de pesquisa, que será discorrido no próximo tópico.

#### 4.2 CRITÉRIOS DE SELEÇÃO DA AMOSTRA

De acordo com os dados obtidos, a tese de Leão (2019) fomenta a maior quantidade (47) de feiras orgânicas e agroecológicas em comparação aos dados fornecidos pelo MFO (39). Mediante à condicionante de pouco tempo para a elaboração de um novo mapeamento das feiras na cidade de Recife, devido a dificuldade de mapear informações que não seja *in loco*, foi escolhido o universo amostral proposto na pesquisa de Leão (2019).

Com o propósito de alcançar os objetivos específicos do projeto, foram delimitados critérios para a seleção da amostra dentro do universo de 47 feiras localizadas na cidade. Esses critérios foram baseados nas propostas da revisão teórica em que ao caracterizar o meio empreendedor, é possível que exista maior possibilidade da existência desse meio em feiras já consolidadas devido as possíveis inovações que ocorreram para que ela se consolidasse (ou seja, que fizesse com que ela continuasse existindo diante das adversidades ao decorrer do tempo), podendo utilizar as variáveis de tempo e da quantidade de feirantes como formas de medição da consolidação das feiras na cidade do Recife.

Levando em consideração o mapeamento descrito no trabalho de Leão (2019), é possível destacar algumas feiras, descritas no Quadro 2 e localizadas na Figura 1 de acordo com os critérios de temporalidade aproximada (as mais antigas) e em relação ao número alto de barracas por feira (superior a 10 barracas).

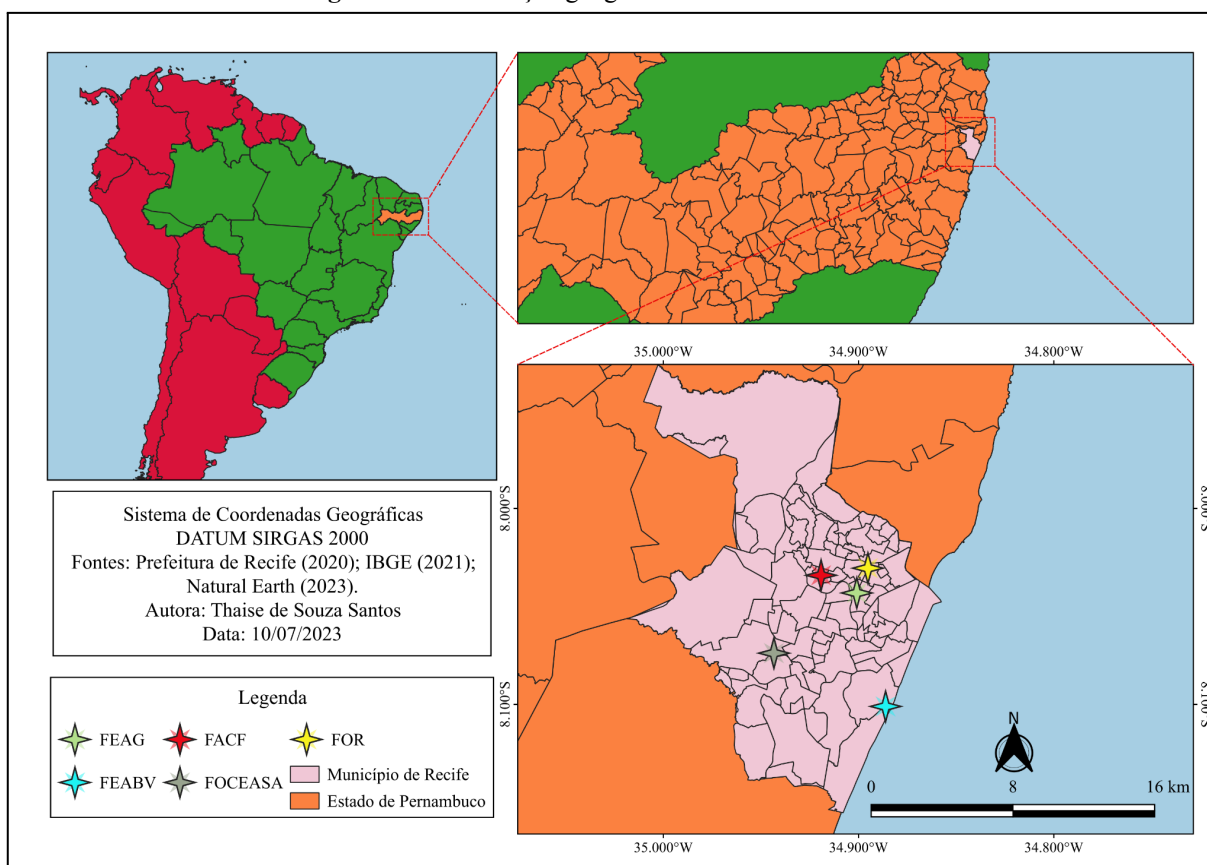
Quadro 2 – Feiras selecionadas como amostra do projeto.

Nome da feira	Localização	Ano de fundação	Quantidade de barracas
Feira Espaço Agroecológico das Graças (FEAG)	R. Souza de Andrade - Graças, Recife - PE	1997	22
Feira Espaço Agroecológico de Boa Viagem	Praça Jules Rimet, por trás do 1º Jardim de Boa Viagem - Boa Viagem, Recife - PE	2001	18

(FEABV)			
Feira Agroecológica da Praça de Casa Forte (FACF)	Praça de Casa Forte - Casa Forte, Recife - PE	2004	40
Feira de Orgânicos da CEASA (FOCEASA)	BR 101, KM 70, nº550 CEASA, Curado, Recife-PE	2008	15
Feira Orgânica do Rosarinho (FOR)	Avenida Santos Dumont, 1302, Aflitos, Recife - PE	2010	24

Fonte: Adaptado de Leão (2019).

**Figura 1** – Localização geográfica das feiras analisadas.



Fonte: A autora (2023).

Devido ao período de tempo encurtado das etapas do projeto, segundo os fatores citados no tópico 4.4, foram escolhidos dois produtores ou organizadores de cada feira investigada, preferivelmente um que está desde o início da feira. Esse parâmetro foi escolhido também por causa da avaliação da demora de resposta dos entrevistados para marcar a

entrevista e também da coincidência de horários disponíveis. Além disso, outro fator foi o tempo de entrevista que será detalhado no próximo tópico.

Dessa forma, o próximo item irá detalhar os métodos de pesquisa utilizados em campo a fim de alcançar os objetivos específicos propostos neste projeto, iniciando com a exploração dos instrumentos previstos e a forma como serão aplicados, os recursos utilizados como apoio e os métodos de análises.

#### 4.3 INSTRUMENTOS DE COLETA DE DADOS

Após a definição da amostra foram elaborados, testados e aplicados os instrumentos a partir das noções de ação empreendedora e de inovação dos principais autores listados na revisão de literatura deste trabalho, conforme relacionado no Quadro 3.

**Quadro 3** – Relação das características empreendedoras levantadas pela revisão teórica.

<b>Categoria teórica</b>	<b>Autores</b>	<b>Características</b>	<b>Enfoque da inovação individual/ organizacional/ social</b>	<b>Perfil da inovação</b>
Perspectiva econômica do empreendedorismo	Schumpeter	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Criatividade e inovação;</li> <li>- Inovação que reequilibra os fatores produtivos de uma economia por meio de uma inovação radical (destruição criativa);</li> <li>- Concorrências e lucro enquanto motivação para empreender.</li> </ul>	Individual	Revolucionária
Perspectiva psicológica	McClelland	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 3 fatores motivacionais: realização (desejo de êxito); poder (desejo de ganhar); e afiliação (desejo de vínculo).</li> <li>- Comportamentos empreendedores foram ocasionados por fatores externos.</li> </ul>	Individual	Revolucionária

Perspectiva administrativa	Drucker	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Empreendedorismo pode ser apreendido;</li> <li>- Competência empreendedora: descarte do que não funciona.</li> </ul>	Organizacional	Incremental até revolucionária
Ambiente social do empreendedorismo	Julien (2010).	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Empreendedorismo como resultado do meio e relações;</li> <li>- Tipos de empreendedorismo: criação de uma iniciativa, a retomada de uma iniciativa já existente; uma iniciativa visando um mercado já existente e uma iniciativa visando a um novo mercado;</li> <li>- Tipos de empreendedor: de reprodução, de imitação, de valorização e de aventura;</li> <li>- Tipos proximidades sociais: cognitiva, organizacional, sociocultural, institucional e geográfica;</li> <li>- Laços sociais.</li> <li>- Entendimento do empreendedorismo: o empreendedor; a organização; o meio; o ambiente; e o tempo.</li> <li>- Dinamismo em formas diferentes: a informação; as redes; a inovação.</li> </ul>	Organizacional/ Social	Incremental até revolucionária
Perspectiva crítica ao ambiente social do empreendedorismo	Ésther (2019).	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Questões históricas;</li> <li>- Relações de poder (política).</li> </ul>	Social	Revolucionária
Empreendedorismo socioambiental	Albrecht, 2002; Austin, Stevenson e Wei-Skillern, 2006; Bezerra-de-souza e	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Missão e impacto social e ambiental por meio de inovações;</li> <li>- Com fins ou sem fins</li> </ul>	Social	Incremental até revolucionária

	Teixeira, 2019; Brasil <i>et al.</i> , 2014; Dees, 2001; Kirkwood e Walton, 2010; Lima <i>et al.</i> , 2014; Madruga e Silva, 2019; Medeiros, 2012; Rizzo <i>et al.</i> , 2017; Santos <i>et al.</i> , 2013; Schaltegger e Wagner, 2011.	lucrativos  - Invenção e inovações de processos/serviços e produtos que contribuam na solução de problemas ambientais;  - Ações empreendedoras em conjunto com práticas de desenvolvimento social e conservação e/ou regeneração ambiental.		
--	--	--	--	--

Fonte: A autora (2023).

Além do quadro descrito, na elaboração dos instrumentos foram utilizados também as principais características das feiras orgânicas e agroecológicas levantadas pela revisão teórica, que foram sintetizados em: canais curtos de comercialização; relação de proximidade; confiabilidade e solidariedade entre consumidor e produtor; produtos livres de agroquímicos; produtos advindos da AF; preservação de algum grau de autonomia da AF nas relações econômicas e políticas.

No Quadro 3, a coluna que expõe o perfil de inovação de cada categoria teórica, foi avaliada através da perspectiva de Julien (2010) onde a inovação gradual ou incremental é vista como inovações que engendram mudanças menores mas afetam as outras inovações e o perfil de inovação radical ou revolucionária, que é exatamente uma inovação que provoca uma ou mais mudanças maiores e que tendem a alterar o equilíbrio das relações produtivas de determinada economia.

Antes da aplicação dos instrumentos, foi realizado pré-teste, o qual permitiu a adequações na apresentação das perguntas, bem como incluídas novas. O roteiro de observação e o roteiro das entrevistas semiestruturadas foram elaborados no mês de junho/2023 e testados e aplicados no mês de julho/2023.

Foi selecionado o instrumento de entrevista semiestruturada para ser aplicado com dois produtores ou organizadores de cada feira investigada, por permitir que a pesquisadora seguisse uma linha lógica de perguntas sobre o tema do trabalho e também permite, e às vezes até incentiva, que o entrevistado fale livremente sobre outros assuntos que podem ir surgindo como uma forma de desdobramento do principal tema (Gerhardt; Silveira, 2009). O roteiro da



entrevista (Apêndice A) foi baseado em uma lista de tópicos como proposto por Gerhardt e Silveira (2009) levando em consideração o tempo para cada área ou assunto, perguntas que gerem respostas descritivas e analíticas e ter atenção para manter o controle do assunto principal para que não ocorra extrapolação do tema proposto para atingir os objetivos da pesquisa. Houve uma entrevista teste com um produtor para que fosse melhor redigido as perguntas e que ficasse mais entendível para o entrevistado. Esse teste também serviu para nortear o tempo de entrevista, que ficou em média de 30 minutos.

Por fim, o uso do instrumento de observação de campo foi realizado nas cinco feiras no mesmo período de aplicação das entrevistas, com o intuito de coletar informações que não fossem contempladas apenas pela entrevista. O roteiro de observação se baseou no levantamento de algumas perguntas chaves (Apêndice B) a fim de procurar ferramentas de relações, infraestrutura, métodos, tecnologias que caracterizam os espaços das feiras orgânicas e agroecológicas. O roteiro de observação foi modificado depois do teste com a adição de alguns elementos que não foram levados em consideração na elaboração, que através do pré-teste, foi possível ser incrementado para melhor aproveitamento dos resultados, tendo como duração uma hora em cada feira.

Os recursos auxiliares para a aplicação eficaz das ferramentas citadas foram, basicamente, de meios físicos como o uso de caderno de anotações, telefone *smarthphone* para fotografia e gravação das entrevistas.

A partir da utilização desses instrumentos com os produtores e/ou organizadores agroecológicos/orgânicos foi possível extrair dentre as diversas compreensões, as características de empreendedorismo socioambiental nas feiras orgânicas e agroecológicas da cidade do Recife. Para construir essa caracterização foi utilizado o métodos de análise de conteúdo de Bardin (1977), o qual prevê três etapas: três etapas: (1) a pré-análise, em que as informações coletadas são organizadas; (2) a exploração desse material, por meio da codificação dos dados a partir das unidades de registro; e (3) o tratamento dos resultados e interpretação, quando as informações são classificadas pelos elementos segundo suas semelhanças e diferenciação, com posterior reagrupamento em decorrência de características comuns.

O método bardiniano foi empregado pelo uso do *software* Atlas.ti, cujos recursos se baseiam na metodologia da autora (Bardin, 1977). Nele, as entrevistas e observações foram analisadas por meio do encontro das expressões que mais se repetiam, sendo elas: Serta, Centro Sabiá, Senar, ONG, confiabilidade, confiáveis, solidariedade, amigos, família, apoio, dificuldade, difíceis, problemas, melhoria e sugestão. Além desse programa, o Microsoft

Excel foi utilizado para o tratamento de dados que puderam ser quantificados em planilhas e depois ilustrados em gráficos, sendo eles: os três fatores motivacionais; as redes de apoio; as dificuldades enfrentadas pelas feiras; e as sugestões de melhoria relatadas pelos entrevistados. No tópico seguinte será detalhado como foi o processo de coleta de dados.

#### 4.3.1 As formas de obtenção dos dados

A partir dos critérios estabelecidos da seleção de amostra e os instrumentos selecionados, a etapa seguinte foi o trabalho de campo onde foram extraídos os dados possíveis para análise. As observações e as visitas *in loco* de todas as feiras, previamente selecionadas, ocorreram durante o período do dia 08/07/23 até o dia 22/07/23.

A partir da seleção de números de entrevistados, após a observação *in loco*, foi dialogado com os entrevistados-chaves a possibilidade de entrevista de forma presencial e/ou virtual por ligação telefônica, *Google Meet* e áudio no *Whatsapp*, de acordo com a disponibilidade e meio mais acessível de cada entrevistado. O Quadro 4 relaciona informações da forma de aplicação de cada entrevista.

**Quadro 4** – Relação de entrevistados e processo de entrevista.

Nome do entrevistado	Nome da feira	Data da entrevista	Forma da entrevista
Produtor 1	FEAG	08/07/23	Presencial
Produtor 2	FEAG	19/07/23	Virtual
Produtor 3	FEABV	01/08/23	Virtual
Produtor 4	FEABV	25/07/23	Virtual
Produtor 5	FACF	17/07/23	Virtual
Produtor 6	FOCEASA	19/07/23	Presencial
Coordenador 1	FOCEASA	27/07/23	Virtual
Produtor 7	FOR	20/07/23	Virtual
Produtor 8	FOR	18/07/23	Virtual

Fonte: A autora (2023).

Diante do levantamento dos dados necessários para as análises pertinentes à pesquisa, no tópico seguinte será detalhado os dilemas e dificuldades ao aplicar essa metodologia no presente trabalho.

#### 4.4 DILEMAS E LIMITES DA METODOLOGIA

De acordo com o Projeto Pedagógico do Curso de Engenharia Agrícola e Ambiental da UFRPE, o TCC dos estudantes deve ser realizado durante o último semestre do curso, somando o tempo total de 14 semanas, sendo um período curto para realizar as demandas propostas inicialmente ao projeto. Somados a isso, o período de coleta de dados em campo também foi afetado pela época da ocorrência de chuvas intensas de inverno na cidade de Recife - PE, o que ocasionou atrasos significativos na aplicação das entrevistas. Todos esses fatores impactam a quantidade de entrevistas de produtores e/ou organizadores realizadas, reduzindo-a para duas pessoas por feira, bem como pela opção de não entrevistar os consumidores, o que enriqueceria a caracterização das práticas empreendedoras levantadas pelo trabalho.

Dentre as feiras, a única que apresentou mais dificuldade em marcar uma entrevista foi a FAF. Essa característica se deve ao movimento muito intenso de pessoas transeuntes e consumidores, onde os feirantes não puderam dar atenção a solicitação de uma posterior entrevista e quando foi possível compreender o que havia sido dito, não houve interesse em participar, conseguindo entrevistar apenas um produtor da maior feira da pesquisa em relação a quantidade de feirantes.

Mesmo diante de todas essas adversidades, foi possível realizar as etapas de entrevistas e observações que resultaram nas análises que serão discutidas no próximo tópico.

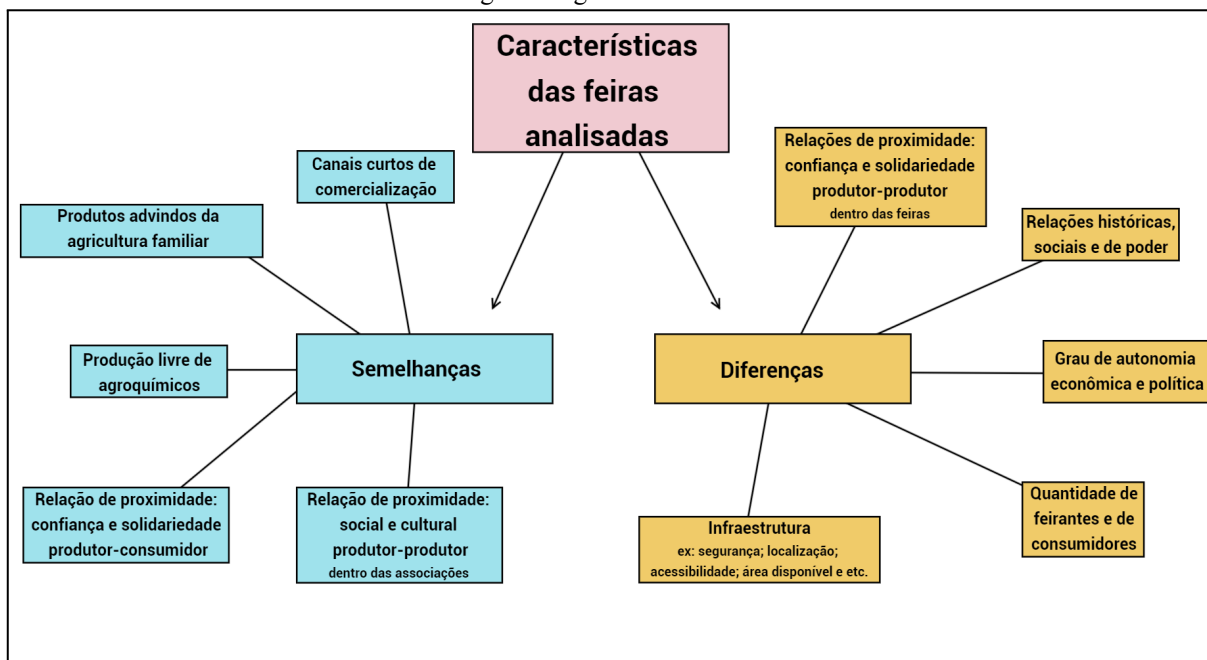
## **5 CONHECIMENTO DOS ASPECTOS DO EMPREENDEDORISMO SOCIOAMBIENTAL NAS FEIRAS AGROECOLÓGICAS E ORGÂNICAS EM RECIFE**

### 5.1 CARACTERIZAÇÃO DAS FEIRAS

Diante do que foi exposto na parte teórica do trabalho acerca das individualidades e diferenças presentes nas FA e FO, através da observação e das entrevistas foi possível

perceber não só divergências, mas também padrões que aparecem em todas as feiras. A Figura 2 mostra o que foi encontrado de maneira semelhante e divergente nas feiras.

**Figura 2** – Diagrama das principais características encontradas nas feiras orgânicas e agroecológicas do Recife.



Fonte: A autora (2023).

Para compreender com profundidade o impacto dessas características de infraestrutura e demais particularidades internas muito influenciadas pelo meio externo das feiras, como também as relações sociais, proponho analisar os resultados obtidos a partir das colaborações de cada perspectiva teórica do empreendedorismo revisada pelo trabalho, o que será discutido nos próximos tópicos.

### 5.1.1 Características de empreendedorismo nas feiras na perspectiva econômica clássica

Na concepção de Schumpeter de empreendedorismo, ele aborda os conceitos de criatividade e inovação como pontos principais de características empreendedoras individuais. Quando há inovação, nessa perspectiva, ocorre a destruição criativa das forças produtivas de determinado setor ou território.

Intrinsecamente no entendimento de Schumpeter de destruição criativa onde uma inovação de maior grau que acabou estruturando economicamente um novo mercado, e correlacionado ao aspecto abordado por Julien (2010) sobre tipos de empreendedorismo, a FEAG se enquadrou como uma criação de uma nova iniciativa e uma iniciativa visando um novo mercado. Com ressalva de que criou um novo mercado, mas não ao ponto de

desequilibrar as relações de produção do setor local, prova disso é a existência de feiras convencionais e venda dos mesmos alimentos nos mercados e supermercados. Esse enquadramento da FEAG nesses conceitos advém de que foi a primeira feira situada na cidade de Recife e foi referência para as demais, conforme relatado pelo Produtor 2 “[...] como a nossa feira foi a primeira, muitas se espelharam na nossa, ia lá, conversava, vinha com dúvida [...] mas todas vieram saber como a gente fazia a nossa”. As demais feiras se enquadram em uma iniciativa visando um mercado já existente.

Diante disso, as FA e FO conseguiram ampliar o mercado, desde a criação da FEAG há 26 anos e a criação das feiras posteriores, mas que atendem só a um nicho e não atingiram uma boa parte do mercado geral local. Para atestar essa análise é importante verificar os dados do setor de alimentos do Estado de Pernambuco, em especial o de orgânicos. Houve um crescimento na abertura de estabelecimentos no setor alimentício no Brasil entre 2008 e 2015, de acordo com dados da Federação das Indústrias do Estado de Pernambuco (FIEPE), nesse período o setor cresceu 35% e entre 2015 e 2018 houve uma queda de 6,6% em decorrência do período de crise econômica no país. De acordo com o CNPO, em Pernambuco existiam 698 produtores de orgânicos no ano de 2014 (BRASIL, 2014). Atualmente, a plataforma aponta para 1075 produtores de orgânicos cadastrados no estado (BRASIL, 2023b). É revelado, dessa maneira, que em Pernambuco houve um crescimento de aproximadamente 54% na adesão de produtores para a venda de orgânicos. Mesmo diante desse importante crescimento, a comercialização de alimentos orgânicos ainda possui nos mercados e supermercados um destacado canal, não podendo se afirmar que tenha havido uma destruição criativa do setor de alimentos de Recife através das FA e FO.

Em referência aos conceitos, dentro da perspectiva schumpeteriana, as respostas foram bem similares em compreender que não se obteve muitas ideias criativas e inovadoras, advindas de um indivíduo, nas feiras, tanto as FA como as FO, principalmente no contexto socioambiental. Apesar da imensa maioria (oito dos nove entrevistados) afirmarem não terem visto na feira nenhuma atividade ou mudança inovadora, na FEABV foram encontradas ideias criativas debatidas e planejadas coletivamente para motivação de hábitos mais conscientes ambientalmente, trazendo benefícios socioambientais como será discutido no tópico 5.2.2. Segundo a perspectiva de Julien (2010), ao defender que a inovação é pouco revolucionária, muda de conjuntura o aspecto da criatividade e da inovação, sendo detalhado posteriormente no subtópico 5.1.3.

Em relação aos tipos de concorrências, dentro do entendimento dessa relação por Schumpeter (1942), pode ser visto, no objeto de estudo desta pesquisa, como a competição

por consumidores entre si dentro das FA e FO de uma região. Diante disso, foi possível perceber em algumas entrevistas, a preocupação sobre o surgimento de outras feiras e de que forma isso influencia no rendimento das já existentes. Essa preocupação é ocasionada principalmente pelo sistema econômico atual, sendo estruturado a concorrência como motivador para empreender, conjuntamente com o lucro, como observado por Schumpeter. Isso pode ser compreendido na entrevista do Produtor 6 quando relata que como agora existem várias feiras próximas, parte do público parou de ir para a feira da FOCEASA por ter uma mais perto da própria residência. Observação também encontrada no trecho “[...] de uns anos para cá, abriu várias outras feiras em outros bairros próximos, aí migrou muitos clientes para comprar nessas outras feiras, então reduziu o cliente na feira” (Organizador 1) sobre a FOCEASA. O Produtor 1 da FEAG discorre sobre o surgimento dessas novas feiras e o impacto negativo que trouxe no trecho a seguir:

[...] surgiu muitas novas feiras e como tem pessoas que querem trabalhar honestamente, tem aqueles que trabalha ilegalmente, e atrapalham quem trabalha dentro da legalidade, então atrapalhou um pouco e atrapalha até hoje (Produtor 1).

Uma fala que poderia trazer uma ideia “individualista” e competitiva das feiras, foi relatada onde o entrevistado da FOR diz que “[...] meu irmão que faz parte de outra feira, por isso que às vezes eu conheço um pouquinho da realidade, mas é bem parecido, é aquela coisa, cada um por si, a gente não tem quase apoio e é isso” (Produtor 7). Entretanto, essa concepção individual deve ser ponderada quando é compreendida a lógica da exploração familiar. Na agricultura familiar, a renda tende a ser destinada primeiramente para a sobrevivência e sustento da família (Silva, 2018), sendo um motivador principal para a comercialização dos produtores, relatados no próximo tópico. O que sobra da renda vai para investimentos na produção ou para consumos secundários da família. Além disso, as estratégias familiares e comerciais são geralmente perpassadas por ações coletivas com a comunidade (Silva, 2018). Nesse sentido, não podemos dizer que há individualismo propriamente dito, pois estamos falando de atores sociais que, segundo aferido por Silva (2018), estão tentando, dentro de toda conjuntura econômica e política vigente, construir uma vida minimamente digna para a família e sua comunidade.

Uma estratégia inovadora adotada para lidar com essa situação de concorrência/competição por consumidores foi adotada pela FEAG onde o seu horário de funcionamento engloba dois picos de fluxo, começando a feira às 20h da sexta, tendo um pico de clientes às 22h e outro às 6h, e encerrando o comércio posteriormente às 8h da manhã do

sábado. Dessa forma, mesmo ocorrendo bastante feiras no mesmo horário da manhã de sábado no Recife, nenhuma outra feira encontrada começa pela noite do dia anterior, tendo o alcance dos consumidores que largam de suas atividades na sexta e já podem fazer as compras. Essa foi a única estratégia encontrada dentre as feiras analisadas de lidar com a concorrência/competição.

O próximo item vem para complementar a análise das possíveis contribuições do empreendedorismo clássico nas feiras estudadas, acrescentando para além da área econômica, a concepção psicológica de McClelland e administrativa de Drucker.

### **5.1.2 Características de empreendedorismo nas feiras na perspectiva psicológica e administrativa**

As motivações para começar a vender na feira foram bem similares, a maioria dos entrevistados demonstraram interesse em empreender por conta do poder, compreendido como o desejo de ganhar, reafirmando um dos fatores motivacionais identificado por McClelland (1987) dentre empreendedores. Não foram relatados nenhuma motivação para a comercialização nas feiras com o intuito de afiliação, ou seja, a necessidade de vínculos. Esses vínculos foram relatados como fator decorrente à inserção nas feiras, sendo um processo de construção de laços natural dentro desses locais de comercialização, mas não um fator motivador para entrar na feira. Os oito produtores entrevistados afirmaram que tiveram interesse em aderir à feira por causa dos benefícios econômicos e somados a isso à melhoria da saúde foi relatada por 50% (4) dos produtores.

Segundo a proposta de McClelland (1987), em que os comportamentos empreendedores são ocasionados por fatores ambientais, ou seja, externos ao indivíduo, o meio se sobressai como o agente principal na formação desses comportamentos, dando o pontapé inicial para o debate sobre a importância dessa esfera. As entrevistas revelam que a maioria dos feirantes agem motivados pelo desejo ou vontade de êxito no eixo econômico (realização) através da melhoria de renda entendendo que a partir da geração de valor agregado vindo da venda dos produtos orgânicos tem uma renda melhor que quando era convencional e os benefícios socioambientais dessa mudança de base.

O enfoque motivacional dos feirantes se mostra com características individuais, dentro do que foi refletido no tópico anterior, e as motivações disso destacados no parágrafo anterior, tendo ressonância nas perspectivas, de Schumpeter (1934; 1939; 1942) e de McClelland (1987), os quais estudam o tema do empreendedorismo enquanto uma prática de iniciativa muito mais individual do que coletiva. Mas o aspecto motivacional é apenas uma parte da

compreensão do empreendedorismo nas feiras. Diante disso, há alguns dados que trazem aspectos organizacionais para as práticas analisadas, o que resgata o enfoque de Drucker (1987).

Saindo da condição declarada por Drucker (1987), sobre indispensabilidade da educação no processo de inovação utilizando mecanismos criativos, foi procurado encontrar algum meio de formação para os produtores e/ou organizadores nas feiras que foram objeto de estudo. Diante disso, foi relatado por apenas dois entrevistados o oferecimento e o incentivo a cursos, ou formações, e capacitações sobre economia, oferecidos por ONG como foi relatado na fala do produtor da FEAG “Também, tivemos formação aqui na AGROFLOR, que é a nossa associação a que a gente pertence, tive capacitação também sobre economia pelo Centro Sabiá, que é uma coisa que é mais de cada um” (Produtor 2).

No caso do feirante entrevistado na FEABV, foi um projeto que fomentou e incentivou o conhecimento sobre economia, descrito no trecho:

Tivemos, nós já tivemos mesmo. Esse projeto mesmo o Ecoforte, ele fez uma formação de como fazer a comercialização desses produtos, a gente teve palestra para instruir de como comercializar melhor, como apresentar melhor os nossos produtos, a gente já teve essas formações. Nessa formação que a gente teve falou também dos custos de produção, e as rendas e os custos, para a gente poder se basear no que tava dando lucro ou não (Produtor 4).

No caso do único entrevistado da FACF, foi relatado também o acesso a esse tipo de formação econômica onde “A gente tá tendo agora com o SENAR, e estão começando a entrar nesse assunto” (Produtor 5).

Não foi listado pelos feirantes da FOR e nem pelo produtor e organizador da FOCEASA sobre o incentivo ao acesso de educação pautadas no entendimento da economia, e quando foi perguntado, não teve nenhum órgão que assessorasse essas feiras. Existe a possibilidade de algum outro feirante que não foi entrevistado, ter tido formação através das associações. Contudo, apesar de alguns entrevistados afirmarem ter acesso a informações e formações sobre economia, isso não implica dizer que tiveram contato ou formações dentro da área do empreendedorismo, como é defendido por Drucker.

Dentro dessa temática, foi exposto a vontade e a necessidade de acesso a formas educacionais para o entendimento da economia e como isso é importante no aspecto financeiro, devido ao fato de compreenderem o diferencial ao terem o melhor controle econômico de compra/venda/estoque.. O Produtor 3 afirma esse posicionamento quando foi perguntado se teve alguma formação sobre economia no trecho em que diz “Não, mas



estamos querendo” (Produtor 3). Além dessa resposta, quando perguntado sobre alguma sugestão de melhoria na feira ele discorre “Falta de assistência técnica qualificada aos produtores, divulgação, qualificação técnica de como expor mercadoria e atendimento ao cliente” (Produtor 3), sendo fatores que devem ser abordados no conhecimento da área econômica onde as produções para as feiras se inserem.

As organizações que trouxeram essa perspectiva econômica para a formação dos produtores foram as ONGs, que usaram o espaço da associação para a atividade. Se observou que nenhuma fala citou o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) como uma entidade parceira para a formação e consultoria em empreendedorismo. Trata-se de uma entidade privada que tem como objetivo a promoção da competitividade através do desenvolvimento sustentável dos empreendimentos, onde oferecem formações, capacitações, estímulos e incentivos dentro do empreendedorismo e também no processo de formalização da economia (SEBRAE, 2021). Dentro desse contexto, o SEBRAE tem como atuação, pensando no contexto das feiras, o “incentivo à educação empreendedora na educação formal, feiras e rodadas de negócios” (SEBRAE, 2021). Diante disso, mostra-se que há pouca divulgação deste serviço entre os comerciantes das feiras, onde poderia vislumbrar uma alternativa para a formação e assessoramento sobre o empreendedorismo.

De acordo com o debate e explanação de Drucker (1987) sobre a competência empreendedora como por exemplo, o descarte do que não funciona, do que não gera benefícios, no meio capitalista, o que não gera lucro, foi encontrado alguns diagnósticos dessa competência nas feiras. Algumas feiras demonstraram o abandono de produtos não rentáveis. De acordo com um feirante da FOCEASA, quando levou uma folhagem diferente, desconhecida na maioria dos mercados, houve pouca aceitação dos consumidores, explicadas no trecho “Algumas folhagens por não conhecerem, faz duas semanas que eu tava trazendo mostarda e o pessoal - o que é isso aí, que verdura é essa?” (Produtor 6). Na feira FEABV, foi explicado dentro dessa tese, um outro ponto de vista de rentabilidade pelo produtor, onde foi visto que alguns produtos não valiam o custo de produção em alguns períodos do ano como explicado no trecho a seguir:

O tomate quando a gente consegue produzir dá um bom retorno mas a gente perde muito, por exemplo, eu tentei várias vezes, eu plantava e não produzia, não chegava a colher, eles morriam, ele pegava murcha bacteriana, que ataca muito o tomate, aí foi preciso parar, porque a gente tava tendo prejuízo assim [...] aí quando a gente fazia a soma no final, saia muito caro para a gente plantar e perder, então resolvemos dar uma parada e quando a gente vê que o clima tá mais favorável a gente voltar a produzir, mas quando a gente conseguia produzir era ótimo (Produtor 4).

Em concordância com a fala do Produtor 4 acima, na FOR, os dois produtores entrevistados, apresentaram a mesma problemática onde foi explicado que “Geralmente quando a gente deixa de produzir algum produto é porque é ruim de tirar ele” (Produtor 8) e também foi falado que “temos o agrião, é pouquíssimo procurado, aí eu mesmo, particularmente, nunca trago, porque eu sei que vai vender muito pouco” (Produtor 7). Esses discursos mostram o abandono de alguns produtos que poderiam trazer algum diferencial de determinadas feiras, inovativas ou não, mas que não têm oportunidade de absorção de no mercado atual.

### **5.1.3 Características do ambiente social do empreendedorismo nas feiras**

Enxergar pela ótica do meio empreendedor apresentado por Julien (2010), trouxe bastante reflexões acerca da temática e o distanciamento dos produtores e organizadores diante desse tema. Como o empreendedorismo se trata de um termo impreciso, como evidenciado na pesquisa de Tometich (2020), a falta de precisão conceitual é fomentadora da ilusão de trabalhadores não se reconhecerem enquanto classe trabalhadora, mas sim donos de seu próprio trabalho ou "empresa".

Há também nas feiras a presença de uma estrutura hierárquica funcional que tende a ser muito mais coletiva do que hierárquica porque as decisões são mais consensuais e democráticas do que no modelo de empresa tradicional. Nas feiras a estrutura funcional envolve a presença de um coordenador da feira, um vice, e os secretários e seus respectivos vices, como foi citado em diversas entrevistas. Na FEABV, a entrevista com um produtor disserta sobre as divisões organizativas de forma bem didática:

[...] existe uma coordenação que coordena lá a feira, que são o presidente, o coordenador, o vice, o tesoureiro, o vice, o secretário, e o vice, que são tirados das associações, aí se eleger, aí esse grupo passa dois anos aí depois já muda para outro pessoal assumi (Produtor 4).

As estruturas organizativas das feiras são praticamente as mesmas, cada feira tem o coordenador e se não tiver, cada associação tem o seu respectivo coordenador que se reúne com os outros coordenadores das outras associações presentes em cada feira para deliberar atividades, regimentos, reclamações e etc.

A única feira que foge desse esquema organizacional é a FOCEASA, por conter um coordenador não produtor, empregado pelo Centro de Abastecimento e Logística de

Pernambuco (CEASA) para atuar apenas como cargo principal da estruturação das feiras. Outro ponto de divergência da FOCEASA para as demais feiras pesquisadas, é que a coordenação das feiras é rotativa, ou seja, ocorre votação para os cargos. Isso é explicado por um entrevistado da FEAG onde diz que “[...] cada feira vai ter uma composição de coordenação, a da gente tem, a coordenação [...] A coordenação é rotativa a cada 2 anos tem eleição formada pelos próprios agricultores” (Produtor 1), o que difere da FOCEASA onde o Organizador 1 foi contratado e está atuando como coordenador desde o início da feira há aproximadamente 15 anos.

Em relação aos tipos de empreendedor (Julien, 2010), foi apresentado por todos os produtores entrevistados uma percepção de atuação de empreendedor de imitação, que tem como característica não criar valor novo, ou seja, não tem produtos diferentes advindos das produções orgânicas, mas é fortemente influenciado por esse mercado. De toda forma, foi encontrado produtos diferentes entre as bancas dos feirantes de acordo com as características de suas terras. Esse fenômeno é por causa das condições edafoclimáticas, onde agricultores vizinhos têm produtos mais parecidos e de longe produtos mais distintos. Outro fator para essa diferenciação seria a diferença de tamanho das áreas de cultivo de cada agricultor como também o acesso às ferramentas necessárias para a produção de determinados alimentos. Isso foi relatado em todas as entrevistas, colocando a seguir um trecho de uma entrevista que explicou mais detalhadamente:

[...] somos pequenos agricultores, mas temos uma boa quantidade de produtos diferentes, mas têm pequenos agricultores que não tem a capacidade de fazer tudo o que quer, muitos agricultores têm poucas terras, um hectare ou meio hectare, outros tem muito, mas não consegue manejar tudo, e aí a diversidade existe. [...] Tem também o clima, depende do solo, e as chuvas têm mudado bastante essas coisas (Produtor 2).

Apesar de possuírem produtos diferentes, as formas de venda foram iguais dentro de cada feira, como entre elas, conforme demonstrado em todas as entrevistas e nas observações, não se enquadrando em empreendedores de aventura segundo o conceito de Julien (2010), sendo essa categoria inexistente nesta pesquisa.

Dentro das proximidades societárias descritas por Julien (2010) que fomentam o meio empreendedor, às únicas relatadas em todos os casos foram as organizativas e as geográficas. Esses casos foram compreendidos de forma conjunta na conjuntura de atuação das associações. Todas as feiras selecionadas na pesquisa apresentaram a presença de diversas associações. Dentro delas a maioria das associações são regionais, ou seja, de um determinado

município, como foi citado por um feirante da FOR em que caso aconteça alguma condição adversa “esses feirantes assim, que são geralmente da mesma região, aí você acaba tendo um apoio mesmo do outro, uma ajuda a mais” (Produtor 7).

As proximidades societais entre os feirantes foram apenas através das associações e no caso da FEABV e a FEAG foi através também da Rede Espaço Agroecológico (REA), sendo um espaço organizativo, que compõe algumas feiras como explicado na fala de um produtor da FEABV:

Todos os produtores pertencem a uma associação e essas associações junto com o Centro Sabiá formam uma rede, essa rede são 5 feiras que formam essa feira, a gente chama de Rede Espaço Agroecológico. É a feira das Graças, de Boa Viagem, aí tem uma em Setúbal, em Santo Amaro e em Gravatá, essas cinco feiras compõem o espaço agroecológico junto com as associações e o Centro Sabiá (Produtor 4).

A criação da REA inclusive pode ser retratada como uma dinâmica do empreendedorismo como também forma organizativa que propõe e corrobora com o meio empreendedor. Diversas falas demonstram a importância da REA para fornecer meios que propiciem laços sociais como no trecho abaixo:

[...] Então essa rede se reúne em formato de assembleia para discutir justamente a melhoria, o que podemos melhorar nas feiras, com todos os feirantes que compõem a rede. A cada 3 meses ocorre essa reunião. A gente já teve também o intercâmbio, onde a gente visita outras propriedades, inclusive a rede propõe formação em propriedade de agricultores para que a gente vá conhecer, ter o conhecimento de outra área, de outro trabalho, de outras culturas orgânicas. A gente faz esse trabalho de levar e de trazer também o que conhecer lá (Produtor 1).

As ONGs tiveram bastante importância no processo de laços sociais, inclusive a própria REA foi formada com o apoio do Centro Sabiá (Produtor 1; Produtor 2; Produtor 4). Foi citado também o Serviço de Tecnologia Alternativa (SERTA), relatado pelo Produtor 6 que teve acesso a feira FOCEASA através do SERTA, sendo essa organização que motivou o surgimento da FOCEASA e foi dito também que essa ONG fomentou assistência técnica dos dois entrevistados da FEAG (Produtor 1; Produtor 2).

Segundo Julien (2010), o empreendedorismo pode ser compreendido como o resultado do meio em que está inserido e das relações estabelecidas. Essa perspectiva adquire ainda mais relevância no contexto das FA e FO. O conhecimento aprofundado sobre o manejo orgânico e a compreensão abrangente do conceito são elementos que fornecem ferramentas essenciais para o fortalecimento do empreendedorismo nesse cenário específico.

O empreendedorismo em FA e FO demanda mais do que meramente a comercialização de produtos; requer uma apreciação profunda da relação simbiótica entre os

sistemas naturais e sociais. Os produtores que possuem um conhecimento sólido sobre as bases da agroecologia e/ou do manejo orgânico são capazes de tomar decisões mais informadas, implementando práticas agrícolas que preservem a biodiversidade, regeneram o solo e contribuem para a saúde do ecossistema em geral. Esse entendimento intrínseco é um trunfo para enfrentar desafios, adotar práticas inovadoras e promover um diálogo frutífero com outros atores do mercado e, em especial, informar e trocar informações com os consumidores.

Dessa forma, é pertinente afirmar que o entendimento da mudança do cultivo convencional para o orgânico e/ou agroecológico, foi melhor expresso e com mais fatores nas entrevistas realizadas nas feiras FEABV e FEAG, o que traz a essas duas feiras o caráter empreendedor da inovação se comparadas às demais feiras. Esse fator pode decorrer da quantidade de assistências técnicas que essas duas feiras indicaram, como também estar participando da REA, gerando muitas interações, através dos intercâmbios. Um trecho que expressa bem isso é a explicação mais detalhada da pergunta sobre o impacto dessa mudança respondida pelo Produtor 4 a seguir:

Inclusive, a minha migração para o orgânico foi que um tempo atrás, muitos anos atrás, eu assisti uma palestra do pessoal do IPA e falava exatamente sobre o uso do agrotóxico, e eu assisti a palestra e eu vi muita coisa que eu me assustei com os perigos causados pelo uso dos agrotóxicos, inclusive, alguns que eu pensava que não era tão perigoso assim, e que era muito perigoso. Ai aquilo eu me assustei, eu saí de lá com o pensamento de nunca mais mexer com essas coisas, mas isso já faz mais de 20 anos já, em torno de 25 anos que eu assisti essa palestra e desse dia em diante eu nunca mais me envolvi mais com agrotóxico. Eu tinha deixado as terras paradas, sem produzir um bom tempo, aí quando eu voltei a produzir, já voltei produzindo de forma agroecológica. E uma diferença muito grande que a gente vê com quem trabalha com agroecologia, não é só porque não tem, não usa produtos químicos, não usa veneno, essas coisas, isso é a base, é o mais importante de tudo, não usar esses produtos porque a gente não está se matando nem matando o próximo né. Mas uma coisa muito importante é a relação entre o produtor e o consumidor, é muito gratificante você poder vender para o próprio consumidor assim como o próprio consumidor saber de quem tá comprando as coisas, e conhece a conduta daquele produto né, isso é o mais importante de tudo, é o vínculo que você cria entre, é uma forma de viver diferente. Uma vez um cliente perguntou a mim na feira “Seu Batista, você acha que quem trabalha com agroecologia pensa diferente?” Ai eu respondi a ele “Se ele realmente trabalha com orgânica, pensa diferente, que a gente se preocupa com a natureza em si, a gente se preocupa com as fontes, se preocupa com as florestas, se preocupa com o meio ambiente, com o lixo, então realmente, quem trabalha com orgânico pensa diferente”. Eu para poder produzir fiz várias capacitações e também sou técnico agrícola, para poder entrar no ramo de produção orgânica. Mas existe uma diferença muito grande, porque, por exemplo, não tinha sentido eu plantar algo, colocar o veneno, e eu mesmo comer o veneno (Produtor 4).

Em comparação a resposta mais longa e detalhada das demais feiras (FOR; FOCEASA; FACF) que foi do Produtor 7:

Eu já trabalhei com agricultura convencional, mas resolvi trabalhar com agricultura orgânica, com produtos orgânicos, esse tipo de agricultura, porque vi que financeiramente tinha suas vantagens, né? E também pela nossa saúde, né? Porque a gente hoje já ingere tantas coisas que nos faz mal no futuro. Então vi de alguma forma uma possibilidade de também fazer algo diferente, algo que seria bom para mim, para minha família no futuro. Então posso dizer que fazer um pouquinho diferente e tem dado certo até hoje, esses anos todos, também do lado financeiro e o nosso lado médico. Me sinto bem melhor, porque a gente pode comer um alface, uma verdura, que a gente sabe que não vai fazer o mal que a gente encontraria se fosse na agricultura convencional (Produtor 7).

Após a caracterização embasada nos preceitos relatados por Julien (2010) e as perspectivas administrativas e psicológicas, como também econômica em relação a concorrência, para suprir as necessidades atuais do termo empreendedorismo e como ele é aplicado na realidade, a contribuição de Ésther (2019) é demonstrada na próxima seção.

#### **5.1.4 Características históricas e políticas que influenciam no meio empreendedor nas feiras**

Devido a história da implantação e da construção das feiras, elas destoam entre si, um ponto de extrema importância ao avaliar o meio empreendedor, como foi discorrido no artigo de Ésther (2019). As feiras mais antigas (FEAG e FEABV) apresentaram muitos mais laços sociais que as demais como demonstrado no subtópico anterior. Não obstante, foram também as que foi possível identificar laços políticos favoráveis nesse processo. Na fala do produtor 1, é relatado até nome de figuras públicas, como no relato a seguir:

Política é escasso na feira, aqui dentro do espaço é difícil, a gente conhece muito político em 4 e 4 anos, dentro da minha associação é diferente. Dentro da associação temos muito apoio político, então o deputado Waldemar Borges é um deputado que nos ajuda já vários anos já conseguiu muita emenda parlamentar, quase todo ano é emenda para a gente, conseguiu divulgação, transporte, enfim, isso não é de hoje é de um longo tempo, na questão política ele sempre nos apoia. Sai emenda que compra carro de mão, ele sempre se faz presente quando pode, muito gente fina (Produtor 1).

É perceptível que a diferença de conjuntura e coligações políticas variam de acordo com as associações e não com as feiras em si. Isso deve-se ao fato do regionalismo presente no âmbito partidário, por exemplo, é possível que um deputado de alguma região que tenha uma associação, irá beneficiar ela. Outra diferença, agora de feira para feira, está que na FEAG e FEABV possuem a presença do REA que já abrange a possibilidade de mais interações e com isso trocas de saberes na esfera política.

Importante também frisar que em um contexto e conjuntura mais ampla, qualquer meio empreendedor é bastante influenciado pelos acontecimentos históricos que foram

sujeitos externamente e com isso, entrelaça também, os aspectos políticos vigentes em cada período. Acerca dos antecedentes que influenciam as feiras, as feiras mais antigas, demonstram a luta política histórica, para conseguir assentar as feiras como na fala do Produtor 3 da FEABV que diz ao decorrer da entrevista que “Teve mudança na organização das barracas na feira [...] a gente era na rua e agora é na praça [...] Se eu não me engano, foi por conta dos prédios”. O outro produtor da FEABV, o Produtor 4, também explica sobre essas influências juntamente com o processo de assentamento do Produtor 2 a respeito da primeira feira no Recife (FEAG):

Nós tivemos mudança, assim, na organização do local, que quando a feira começou não era ali, naquele mesmo local que está agora, ela era do outro lado, por trás, assim, na calçada de trás da pracinha. Aí depois ela passou para o lugar que está agora, que é um lugar mais cômodo para gente, a gente ficou mais acomodado ali (Produtor 4).

[...] Então foi naquela época que começou a necessidade de uma rede de comercialização lá no Recife, e a feira não começou ali, ela começou na Praça da Jaqueira, mas a gente teve que sair de lá porque a cidade, na época, tinha uma lei que não era permitido comercializar em praça. Aí fomos para aquela praça perto da feirinha, e também não foi permitido ficar lá, por causa dessa lei, e a gente ficou naquela ruinha. Na época tinha um prefeito chamado Roberto Magalhães, que não queria comercialização, assim, uma feira que fosse fora do padrão que era na cidade. Aí a gente ficou por ali, porque já estava acabando o mandato dele, aí quando acabou, entrou outro que não se importou que a gente ficasse, que foi João Paulo e ficamos até hoje naquela rua. E continua dando certo (Produtor 2).

As feiras mais recentes, já se beneficiaram das lutas políticas protagonizadas pela primeira feira, que inclusive, as duas feiras citadas como mais antigas pesquisadas neste trabalho (FEAG e FEABV) antecedem a lei nº 10.831/2003. As outras feiras já foram introduzidas depois da sanção dessa lei que teve como princípio reger a produção e comercialização de produtos orgânicos no Brasil (BRASIL, 2003).

Os fatores históricos e políticos são intrínsecos e correlacionados entre si na importância de propiciar um meio favorável ou desfavorável para o desenvolvimento das inovações como nas FA e FO. Dentro do sistema neoliberal vigente, é possível observar o distanciamento da sociedade desses fatores devido ao entendimento que esse sistema atribui ao indivíduo, na esfera comportamental, como ator central no processo da inovação e consecutivamente do sucesso dos empreendimentos (Ésther, 2019). Dessa forma, fora os entrevistados da FEAG (Produtor 1; Produtor 2), as demais entrevistas com os produtores (77,78%) denotam situações e sentimentos de afastamento dos produtores com os meios políticos.

A partir dessas análises pautadas no empreendedorismo abordado na revisão teórica, é importante ressaltar, como as feiras estão inseridas no âmbito socioambiental para a compreensão do empreendedorismo socioambiental, ponto de discussão do próximo tópico.

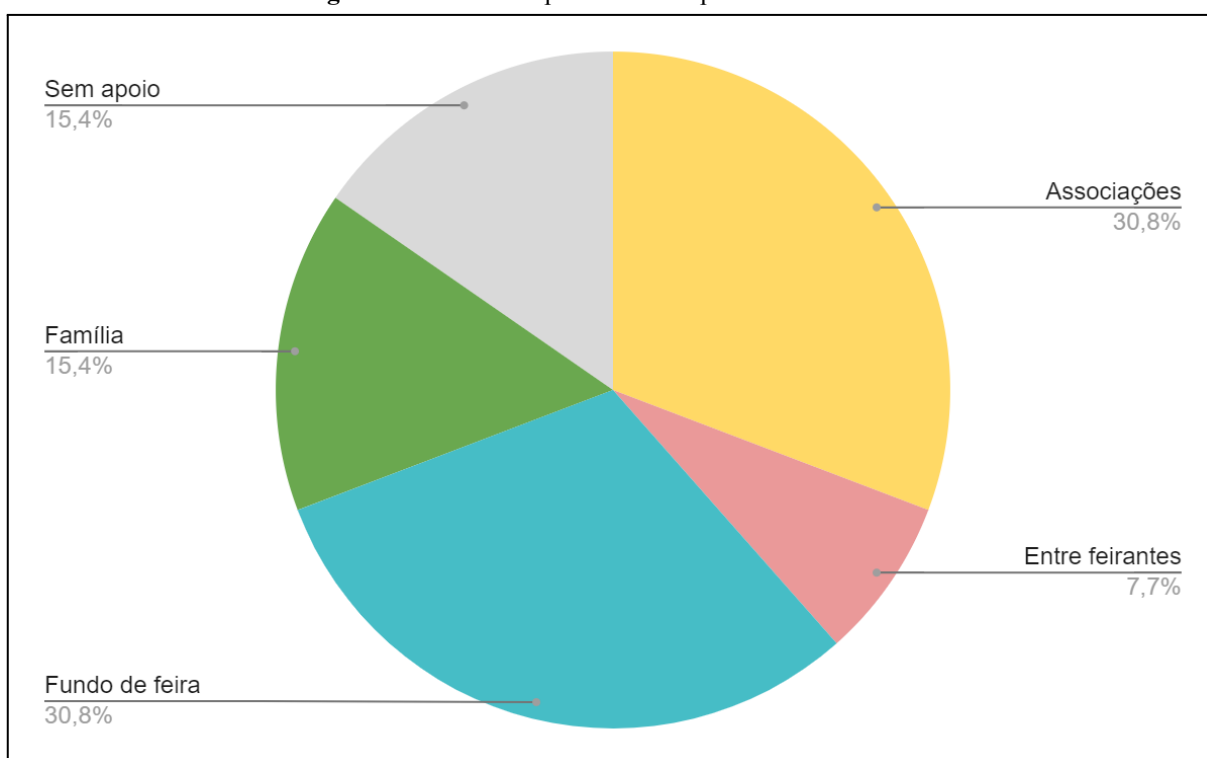
## 5.2 CARACTERÍSTICAS DE EMPREENDEDORISMO SOCIOAMBIENTAL

A importância e a compreensão do empreendedorismo socioambiental emergem como uma ciência inovadora e essencial em uma realidade em que as pessoas estão cada vez mais conscientes dos desafios ambientais e sociais. Nesse contexto, explorar o contexto socioambiental das feiras revela-se fundamental para compreender como esses meios comerciais podem se tornar veículos eficazes para promover práticas que promovam um desenvolvimento mais sustentável, que será retratado na próxima parte do trabalho.

### 5.2.1 Contexto socioambiental nas feiras

Levando em consideração a missão e impacto social dentro das FA e FO pesquisadas, a rede de apoio é um fator importante para a manutenção e continuidade das feiras. Foi relatado (Figura 3) a importância do fundo de feira e as associações no suporte das feiras para além das ONG.

**Figura 3** – Redes de apoio relatadas pelos entrevistados.



Fonte: A autora (2023).



Não foi relatado nas entrevistas o envio de parte da renda dos agricultores para algum projeto ou iniciativa de apoio à alguma associação em especial ou instituição que tivesse como base o desenvolvimento social e ambiental. Esse dado é importante para caracterizar as feiras, tanto as FA como as FO, como linhas de comércio voltadas para o autosustento da família e perenidade das feiras, visto que a renda dos produtores tende a ser destinada para atender primeiro o sustento da família e depois as necessidades de produção (Silva, 2018), e em algumas feiras ainda é destinado parte para o fundo da feira. Então, essa característica do empreendedorismo socioambiental não é aplicável na realidade quando se analisa organizações da agricultura familiar, pois é totalmente inviável atualmente de acordo com a renda deles destinar uma parte para essas atividades, diferentemente de uma grande empresa onde qualquer sobra financeira, pode ser destinada à investimentos nessa área socioambiental.

Outro dado importante relacionada a esfera social e ambiental é que apenas metade dos produtores declarou ter tido alguma formação voltada para o lado socioambiental. Um trecho relatado por um desses produtores que teve formação e comercializa na FACH é que “ formação ambiental e social a gente sempre tem, mas só que, por exemplo, mas é pouco tempo, é mais palestra que um ou outro vem, mas na prática é zero” (Produtor 5). Não foram encontrados, através das entrevistas, projetos ou iniciativas pessoais ou em conjunto com a feira com proposta socioambiental. Ou seja, apesar de serem orgânicas e agroecológicas, os feirantes não possuem formação continuada na área socioambiental, visto que é necessário esses processos formativos regulares para combater alguns dos fatores recorrentes em CCA citados Jarzębowski, Bourlakis e Bezat-Jarzebowska, 2020; Silva, 2016; Pinheiro, 2021, como: a falta de conhecimentos técnicos paralela à escassez de apoio técnico; a ausência de mecanismos de coordenação e da consideração dos elementos externos da cadeia; e a carência dos mercados orgânicos ou agroecológicos de informações e tecnologias.

Na análise de observação, um ponto dentro desse debate que chama atenção é a divulgação, por meio de artes confeccionadas nos muros dos prédios (Figura 4; Figura 5) que ficam de frente para a rua que ocorre a FEAG, com o intuito de promoção de conhecimentos e da importância da base agroecológica. Um diferencial encontrado apenas nesta feira, e podendo ser relacionado como um fator importante de disseminação do impacto socioambiental das feiras. A ideia de expor nos muros foi bastante relevante porque, independentemente se a feira estiver acontecendo ou não, a divulgação continua ali, diferentemente de como seria o caso de colocar cartazes ou banners. Ademais, nem esses meios visuais citados foram encontrados nas outras feiras analisadas.

**Figura 4** – Fotografias panorâmicas das artes ao longo do muro na rua em que ocorre a FEAG.



Fonte: A autora (2023).

**Figura 5** – Fotografias em mosaico das artes ao longo do muro na rua em que ocorre a FEAG.



Fonte: A autora (2023).

A identidade visual exposta nos muros falando sobre os benefícios e contribuições da FEAG, bem como da agroecologia de modo geral, é considerado diferencial ou até mesmo inovador por não terem sido visto nas feiras analisadas alguma proposta semelhante. Importante destacar que esse processo diferencial não foi através da embalagem ou no produto em si vendidos na feira, mas nesse caso nos muros, em que se enquadra em uma forma prática socioambiental de viés político. Dessa forma, com a divulgação desses conceitos, mais pessoas têm acesso à informação neste âmbito e, com isso, aumenta o leque de debates, tendo o potencial de fortalecer a relação entre produtor e consumidor.

O emprego de alternativas ambientais que gerem impactos sociais foi pontos levantados em diversas perguntas na entrevista, como no caso de que todos os produtores entrevistados confirmaram a presença de uma reserva ambiental na sua propriedade. Essa medida é advinda da obrigatoriedade de todos os imóveis rurais terem o Cadastro Ambiental Rural (CAR), que tem como finalidade a integração das informações ambientais das propriedades e posses rurais, de acordo com as legislações vigentes (BRASIL, 2023a). Onde todos se enquadram na execução de práticas de desenvolvimento social, sabendo da importância da conservação. Um trecho de uma entrevista mostra o entendimento do produtor da FEABV:

Tem, inclusive isso é uma lei do ministério da agricultura que toda propriedade tem que ter uma área de reserva né, e a gente precisou fazer um cadastro que a gente chama de CAR, que é o cadastro ambiental rural aí é nesse cadastro tem que ter uma reserva. Aqui na nossa propriedade, a gente tem uma área grande reservada e a maioria dos produtores tem, tem essa área de reserva (Produtor 4).

A respeito da regeneração ambiental através da mudança para o manejo orgânico e/ou com base agroecológica, onde 62,5% (5) descreveram que algum problema ambiental foi sanado e houve a regeneração sendo dessa percentagem, 40% (2) diagnosticaram uma melhoria em nascentes com a mudança e 60% (3) relataram a recuperação de solo degradado. Os outros 37,5% (3) produtores não encontraram nenhum impacto regenerativo positivo ao ecossistema na sua propriedade. Apesar disso, todos os produtores entrevistados apresentaram a reserva ambiental, como já foi citado no parágrafo anterior, estando de acordo com Rizzo *et al.* (2017) onde diz que é necessário que às ações empreendedoras estejam em conjunto com práticas de desenvolvimento social e conservação e/ou regeneração ambiental, mostrando que todos os produtores desta pesquisa poderiam ser considerados possíveis empreendedores socioambientais.

A respeito das principais características das CCA, sendo elas, de acordo com Pinheiro (2021), relatados na revisão teórica, como a relação produtor-consumidor no aspecto de distanciamento (sem o uso de atravessadores) em consonância com a redução do número de etapas da colheita até o consumo e também a possibilidade de aproximação social e cultural na relação produtor-consumidor e relação produtor-produtor, é possível aferir alguns resultados.

Mediante ao que foi retratado em relação a dinâmica de proximidade da relação produtor-consumidor, no sentido físico, com a redução das etapas, dentro das feiras agroecológicas e orgânicas, todos os nove entrevistados relataram que os próprios produtores

vendiam na feira, demonstrando que todas as feiras analisadas nesta pesquisa se aproximam de um CCA. Em algumas entrevistas (4/9), foi possível ser evidenciado de forma conceitual que os produtores não tiveram os produtos repassados por atravessador e o quanto isso foi benéfico no sentido econômico, o Produtor 8 diz que obteve “Independência de atravessadores e melhoria de renda”, o Produtor 4 relata também que “[...]ali não tem atravessador não, a gente mesmo pranta, a gente mesmo comercializa lá na feira, já vem direto para os consumidores” e os outros dois produtores descreveram nos trechos a seguir:

A gente não trabalha com atravessador, é direto com o consumidor, ou seja, a gente tem agricultor que não pode vim vender, ele manda por outro agricultor, vizinho, mas a gente vende aqui. Como a gente trabalha com agroecologia, a gente tem que ter uma venda direta com o consumidor (Produtor 1).

[...] Outra motivação é poder vender sem atravessador, a gente vender direto para a pessoa, para não ter um ou dois atravessador pelo meio, que era quem ficava com a fatia maior, e essa fatia ficou agora com a gente (Produtor 2).

No que diz respeito à proximidade de forma metafísica, a confiabilidade e solidariedade na relação produtor-consumidor, foi mostrado que todos os nove entrevistados demonstraram uma dinâmica positiva. Apesar de que, com as análises de observação, foi visto um distanciamento da maioria dos consumidores na FACE, FOCEASA, FOR, as possíveis motivações estão mais detalhadas no subtópico 5.2.3. Embora esse distanciamento, os consumidores fiéis aos feirantes e as feiras são relatados como muito próximos em todas as nove entrevistas, em menor quantidade visualmente nas feiras citadas na sentença anterior, até intitulados como amigos e até familiares em algumas falas como a do Produtor 4 que explica “[...]Temos sim, a gente estabelece um vínculo com os clientes lá na feira, muitos se tornam amigos nossos”. Isso também é evidenciado com o Organizador 1 da FOCEASA que reforça esse vínculo quando diz “[...]a gente constrói um vínculo entre os próprios produtores ali e com os clientes né”. Em concordância, essa proximidade é citada pelo Produtor 8 no trecho “[...]A gente pega assim amizade como se fosse gente da nossa própria família mesmo”. Por fim, isso também é identificado na fala a seguir do produtor da FOR:

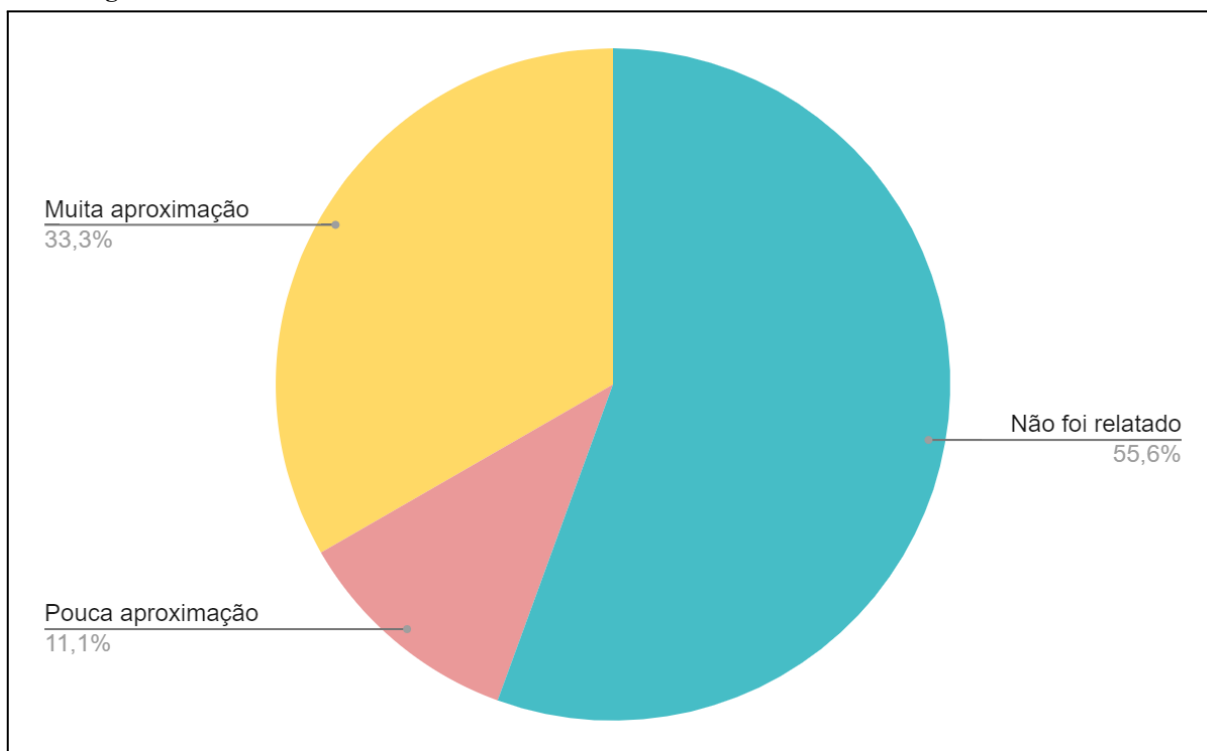
Tem sim, tem pessoas que nem compra mas que desde o início está presente as vezes nem para comprar mas sim para conversar e descontrair porque você acaba criando um laço de amizade né com os clientes (Produtor 7).

Ainda dentro desse aspecto da relação de proximidade entre produtor-consumidor, teve uma entrevista do produtor da FEAG que evidenciou a troca de saberes na esfera social e cultural:

[...] São pessoas com bastante experiências, são pessoas capacitadas nas áreas dele, que a troca de informação dele com a gente contribui muito com o nosso trabalho, não só a coisa de comprar e vender, mas a amizade, o querer bem que eles tem com nós é bom demais (Produtor 2).

Já acerca da proximidade de forma metafísica, a confiabilidade e solidariedade na relação produtor-produtor, foi demonstrado a percentagem no gráfico (Figura 6).

**Figura 6** – Nível de confiabilidade e solidariedade entre feirantes de acordo com os entrevistados.



Fonte: A autora (2023).

Diante desse gráfico, e com a fala do produtor da FOR e do organizador da FOCEASA, citadas abaixo, mostra a variedade nesse aspecto relacional, sendo a maior parcela dos entrevistados não menciona essa relação.

É um local de trabalho comum, sempre tem aqueles que a gente tem um pouco mais de aproximação, aqueles que ajudam mais o outro, mas tem também aqueles que não se dão bem, ou que não tem tanto contato né, mas tem muita gente que ajuda o outro, de acordo com a possibilidade de cada um (Produtor 7).

O melhor é que se tornou uma família, uma pessoa que mora no interior, um polo do Amaraji, outro mora em Glória do Goitá, locais totalmente opostos, mas quando se tornar, começa a comercializar junto, eles viram uma família, mantém contato pelo *whatsapp*, ficam trocando conhecimento de plantio, de muda, e isso aí eu achei muito inovador e gratificante, ver por esse ponto de vista, como eu falei para você, se torna uma família mesmo, eles não tem aquele vínculo de inimizade, de querer tudo só para si, eles ajudam um ao outro a organizar a banca, se o outro não tiver na banca no momento, o outro vende o produto, são bem amigos (Organizador 1).

Dessa forma, é um fator que pode ser melhorado para se ter uma CCA mais consistente entre os próprios produtores das feiras.

Sobre a aproximação social e cultural na relação produtor-produtor, além dessa proximidade acontecer nas associações e redes, sendo relatado por todos os produtores, foi buscado analisar se existia uma outra forma de dinâmica e interação sociocultural entre os produtores das feiras, o que já foi descrito no tópico 5.1.3 na parte de aproximação societal por Julien (2010).

Ainda dentro da caracterização das feiras dentro do contexto socioambiental, todos os nove entrevistados afirmaram que os produtos vendidos nas feiras analisadas são livres de agrotóxicos e também que foram todos advindos da AF.

Em relação ao grau de autonomia econômica dos produtores, foi bastante positiva. De acordo com todos os entrevistados (9), 8 deles (88,88 %) confirmaram que as feiras são a base da renda familiar dos produtores das feiras. Com a renda das feiras, em relação aos produtores entrevistados (8), 6 produtores (75%) confirmaram que foi possível um acesso à educação e a saúde de melhor qualidade, 1 produtor (12,5%) relatou que não teve mudança ou piorou e um produtor (1) (12,5%) não quis responder. E ainda, dos produtores entrevistados (8), 6 produtores (75%) confirmaram que a feira gera lucro, 1 produtor (12,5%) preferiu não responder e 1 produtor (12,5%) disse que não gera lucro. Predominantemente evidenciada que a venda das feiras são a base da renda das famílias que vendem nas feiras estudadas, e essas vendas geraram lucro e possibilitou o acesso à educação e a saúde com qualificação melhor.

O grau de autonomia no aspecto político foi encontrado em todas as entrevistas na questão do consumo de alimentos saudáveis à população e também aos próprios produtores. Em relação a desigualdades, além do que já foi citado no parágrafo anterior a respeito de uma renda melhor que venda de produtos advindos da agricultura convencional, foi visto na análise de observação das feiras, uma quantidade maior de mulheres vendendo na FEAG e na FEABV do que na FOCEASA, FOR e FACF. Isso é evidenciado e compreendido pela diferença dos conceitos de FA e FO explicados por Carias (2021), onde é englobada a obtenção de produtos benéficos à saúde e a redução de desigualdades na esfera política pelas FA.

Após essa localização das FA e FO analisadas, diante do contexto socioambiental, o próximo item irá detalhar o que foi encontrado dentro do entendimento de ideias inovadoras para as soluções de problemas nesse âmbito.

### 5.2.2 Inovações e soluções

Desde Schumpeter (1939) na sua descrição de empreendedorismo, o aspecto inovador está como centro de debate. Para compreender isso nas FA e FO, enquanto debate do empreendedorismo socioambiental, foi necessário procurar características que trouxessem elementos de direcionamento que gerem impacto social e ambiental através das inovações. Essas inovações estão tanto de produtos e/ou processos/serviços que colaborem com a solução de problemas ambientais, detalhados na revisão teórica.

Essas características diferenciais foram encontradas tanto no horário mais amplo, citado no tópico 5.1.1, como na forma de divulgação da agroecologia adotado pela FEAG já citada no tópico anterior, e em uma outra feira, a FEABV, onde será descrito abaixo. Lembrando que ambas as feiras (FEAG e FEABV) fazem parte da REA e tiveram bastante assistências de ONG, como já detalhado. Na entrevista com o Produtor 4, foi possível localizar uma ideia inovadora para a questão do uso de sacolas plásticas na FEABV, como explicadas a seguir:

A gente vem numa luta para ver se a gente consegue eliminar as sacolas, eu confesso que, é uma luta difícil, há um tempo que a gente começou a fazer assim, todos os meses a gente fazia um sorteio, todos os clientes que chegavam na feira levavam uma sacola retornável, não precisava usar os saquinhos, as sacolas plásticas, aí esse cliente tinha direito a um cupom, aí no final do mês a gente sorteava, aí só tinha direito os clientes que levava a sacola retornável, aí quando era sorteado, aí ele vinha buscar uma cesta que a gente fazia de produtos da feira (Produtor 4)

Essa ideia, de acordo com o entrevistado, não trouxe os efeitos esperados. Diante disso, os comerciantes da FEABV poderiam ter desistido da ideia de tentar reduzir o uso de sacolas plásticas, mas, o que ocorreu foi buscar outras alternativas, com ajuda da REA e do Centro Sábia, que possam gerar os resultados esperados:

[...] Isso conseguiu ajudar bastante mas assim, não foi o que a gente esperava, a gente esperava que fosse, que fluísse mais, mas assim, mesmo assim, a gente já tem os clientes que não usam sacolas, eles já levam suas próprias sacolas retornáveis. E agora a gente está tentando colocar na feira uma sacola biodegradável, isso para a gente vai ser um custo maior, mas eu tô animado, inclusive a gente já está com essa sacola biodegradável a gente já tá lá na REA e o Centro Sábia está ajudando, conseguiu localizar a fábrica que produz a sacola biodegradável e a gente já chegou uma remessa na feira, e a gente vai assim, usando a sacola, já que ela vai ter um custo maior, a gente vai mostrando para os clientes “aqui ó é uma sacola biodegradável, a nossa ideia é eliminar o uso de sacolas totalmente” para os clientes começarem a usar as suas sacolas. Isso assim, eu creio que isso vai levar um tempo, mas o nosso sonho é esse, eliminar totalmente o uso de sacola plástica já para não estar danificando tanto o meio ambiente né (Produtor 4)



O tempo de decomposição de sacolas plásticas varia consideravelmente devido a diversos fatores, como o tipo de plástico usado (geralmente, as sacolas comuns são feitas de LDPE ou HDPE), as condições ambientais e os métodos de descarte (Joaquim, 2013; Viana, 2011). Em condições comuns de despojo, como em aterros sanitários ou no ambiente natural, essas sacolas podem levar décadas ou até mesmo séculos para se decompor completamente. O plástico não é considerado biodegradável, porque ele não é desintegrado em componentes naturais através de processos biológicos. No entanto, a exposição à luz solar, oxigênio e outros fatores ambientais podem levar à fragmentação do plástico em pedaços menores, conhecidos como microplásticos, ao longo do tempo, que inclusive, já foi encontrado fibras altamente sugestivas de serem de microplásticos no sangue (Osatchuk, 2022). Estes microplásticos podem continuar a persistir no ambiente por muito tempo, representando riscos potenciais para a vida selvagem, ecossistemas e saúde humana, caracterizando-o como um problema socioambiental.

O último trecho da fala do Produtor 4 desencadeia diversas reflexões e análises sobre o contexto. O primeiro é a consciência do impacto negativo socioambiental causado pelo uso de sacolas plásticas e não desistir de diminuir esse impacto. O segundo é o engajamento em mostrar aos consumidores os efeitos positivos de mudar esse hábito. O terceiro e último, é a percepção que é um processo longo, que como foi dito “[...] eu creio que isso vai levar um tempo, mas o sonho é esse” (Produtor 4), demonstrando o conhecimento da complexidade desse processo, mas sem perder de vista a meta a ser alcançada que é “[...] eliminar totalmente o uso de sacola plástica” (Produtor 4). Dessa forma, essa inovação pode ser vista tendo como perfil incremental até revolucionária.

Além disso, o produtor da FEABV compreende que isso é apenas uma forma de impactar menos o meio ambiente, visto que vários outros aspectos da criação e manutenção das feiras impactam negativamente o coletivo, inclusive o próprio uso de sacolas biodegradáveis é questionável. Uma dessas formas é que na análise de observação, foi visto que os feirantes de cada banca (geralmente dois membros da mesma família) vão para as feiras com seus próprios transportes, gerando altíssimas taxas de CO<sub>2</sub>.

A respeito do uso de sacolas biodegradáveis, de acordo com algumas pesquisas (Matos, 2019; Prates *et al.*, 2019), apenas se o descarte for em locais que sejam passíveis das intempéries ambientais condizentes com as sacolas para quem elas realmente exercerem a função de depois do seu uso, ser degradada por fatores biológicos.

Dessa forma, o que se observa é que há uma persistência na busca de inovações socioambientais no âmbito interno de algumas das feiras analisadas, em especial as duas mais

antigas e consolidadas no meio agroecológico. Essas também se sustentam ao longo dos anos, por conta das organizações envolvidas na REA, demonstrando que no contexto agroecológico, o processo empreendedor tem um peso muito grande nas relações sociais e políticas estabelecidas no meio em que as feiras estão inseridas. Apesar do aspecto político não estar presente nos trabalhos revisados sobre empreendedorismo socioambiental, trata-se de um aspecto que consegue dialogar com a importância do meio retratada no livro Julien (2010), mas que é melhor abordada e esclarecida no artigo de Ésther (2019).

Além disso, as práticas e as iniciativas tentadas, pela FEABV, como também as ideias ainda em elaboração, são consideradas aspectos inovadores dentro do universo amostral como também isso é proposta de inclusão de hábitos e formas que gerem menos impacto, mesmo tendo seus pontos de desacordo, precisando de uma reformulação mais precisa e coerente. A iniciativa de retirada do uso de plásticos através de meios alternativos é encontrado em outras feiras, na pesquisa de Caldas e Pontes (2020), realizada em Belém - PA, onde foram encontradas por parte de alguns comerciantes das FA analisadas, o uso de sacolas de papel, mas ocorre o uso de produtos descartáveis, que contribuem para a degradação do meio ambiente, contradizendo a busca da preservação e minimização dos impactos negativos causados ao nosso ecossistema.

Durante a pandemia, momento onde foi extremamente necessário a inserção de ideias inovadoras para manter as vendas. Depois do período de *lockdown*, todas as feiras relataram as medidas preventivas como uso de álcool em gel, afastamento das barracas, uso de máscara, e utilizaram formas de entrega diretamente na casa do consumidor. Essa forma de venda foi bem aceita de acordo com o que foi relatado pelo organizador da FOCEASA:

A mudança mais significativa foi a pandemia agora, que melhorou bastante a feira por conta da entrega dos produtos diretamente a residência, aí eles passaram a ter mais conhecimento da qualidade do produto e que era uma forma beneficiária para o ser humano (Organizador 1).

Dessa forma, continuar com essa prática atualmente foi uma questão relatada pela FEAG e a FEABV, através de plataformas de *delivery* ou criando a própria plataforma, podendo ser uma possibilidade de cada vez mais expansão, inclusive sendo uma proposta de melhoria já sendo amadurecida pela FEABV de acordo com a descrição do Produtor 4:

[...] Enquanto REA, a gente pensa em organizar uma venda em forma de *delivery*. A gente já conversou sobre isso, aí a gente tá tentando assim uma forma que seja legal, uma forma que de para administrar, porque já existe a agroecoloja que é formada, ela tem uma ligação com a REA, e ela tinha essa finalidade também de acessar uma

plataforma e fazer os pedidos e separar, deixar tudo pronto e a pessoa só ir lá buscar, e futuramente poder fazer essa entrega, aumentar a produção para abastecer a agroecoloja, e a ideia do delivery é uma parte de administrar (Produtor 4).

Então, depois de diagnosticado e caracterizado o teor de inovação dentro do âmbito do empreendedorismo socioambiental nas FA e FO estudadas, é importante o levantamento das problemáticas que foram encontradas nessa área, o que vai ser discutido e relatado no subtópico abaixo.

### 5.2.3 Limitações das FA e FO

A localidade e estrutura da FOCEASA, abrange o acontecimento de outra feira, a Reciflor. Esse espaço possui uma infraestrutura fornecida pela CEASA, onde a segurança, a logística, o conforto e a acessibilidade através de estacionamento próprio foram pontos de bastante apreço entre os feirantes que não pagam nada para estarem sendo beneficiados por essa estrutura, como foi explicado nos trechos a seguir:

[...] a gente não utiliza esse recurso de cobrança que chamam indiretamente de fundo de feira, mas a gente não faz, até a CEASA doa, dá um benefício a mais a eles, aos produtos, eles cedem o espaço, eles cedem funcionários, eles cedem segurança, dar segurança, dar wifi, estacionamento, saneamento básico, toda uma estrutura, bancas, fazendo uma dinâmica no final de ano com os próprios produtores de fazer uma comemoração, como natal, para eles se sentirem automaticamente acolhidos, que eles são diferente (Organizador 1).

As reclamações sobre a infraestrutura, como falta de acesso a banheiro na FOR, relatado pelo Produtor 8, não foram vistas e nem escutadas pelos feirantes que estão na FOCEASA. Outro exemplo de questão da diferença de infraestrutura da FOCEASA para as demais que acontecem nas ruas das praças é que, em caso de muita chuva, a FOCEASA fica embaixo de uma estrutura como um galpão com ótima cobertura e sistema de drenagem no chão para não acumular água.

Apesar de oferecer um ambiente mais favorável à venda, atualmente, a FOCEASA está com apenas 10 feirantes, o que deixa o espaço bastante vazio visto que a estrutura comporta bem 30 ou mais feirantes, inclusive por ter um espaço rotativo. Um ponto que pode ter gerado esse esvaziamento é a localização da CEASA, onde o acesso é quase que exclusivo de carro por ser na beira de uma rodovia federal (BR-101), o que coloca a FOCEASA como uma feira distante dos centros urbanos, reduzindo o alcance aos consumidores. Esse ponto de gerar perdas de clientes para outras feiras realizadas mais próximas ou nos centros, foi explicado na fala do organizador da FOCEASA:

[...] de uns anos para cá, abriu várias outras feiras em outros bairros próximos, ai migrou muitos clientes para comprar nessas outras feiras, então reduziu o cliente nas feiras, aí muito acha que a feira acabou, ou a feira tá fraca, ai isso ai, não é diretamente por isso, mas isso é muito do ser humano querer alguma coisa mais próxima, como, quer dizer assim, quando uma pessoa quer o melhor para si, eu tenho uma feira há duas ruas da minha casa agora, e a outra era em um bairro depois, eu vou para a que está há duas ruas (Organizador 1).

Diante disso, seria importante pensar em uma logística com caráter inovador para ter os consumidores de volta. Uma possibilidade poderia se pensar em fazer a mesma estrutura, ou utilizar a estrutura de um espaço similar, em uma localidade mais próxima ou no centro urbano, onde abrangeria mais consumidores e traria a possibilidade de entrada de mais feirantes, visto que, cadastrados atualmente, a FOCEASA só possui 10 produtores. Poderia se pensar em mais estratégias que gerassem interesse dos consumidores, como alguns benefícios, atrativos aos olhos dos clientes, e até mesmo, mais formas de divulgação. Sendo parâmetros de estudo e pesquisa dentro do empreendedorismo.

Um outro ponto de reflexão é que nas feiras orgânicas FOR e FOCEASA e na feira agroecológica FACF, foram encontradas características mais mercadológicas nas falas. Nesse conceito, entende-se que os feirantes introduzem práticas socioambientais por causa de exigências legais, como a exclusão dos agrotóxicos no manejo da produção orgânica pela exigência da Agência de Defesa e Fiscalização Agropecuária do Estado de Pernambuco (ADAGRO), como foi citado pelos entrevistados das feiras FOR e FOCEASA, respectivamente nos trechos:

Vê só, a diferença, a principal diferença é a retirada de agrotóxicos, e assim, e a renda também, é um pouquinho melhor, é isso, entendeu? Tá certo que é mais difícil para tirar que tem coisas que a gente planta mas perde tudo por não botar agrotóxico, mas é bem melhor, não tem nem comparação [...] tem a fiscalização da ADAGRO e cada feirante tem a sua OCS (Produtor 8).

O convencional só tem coisa que a gente trabalha como se fosse crime, o orgânico é uma regra, e a gente tem que cumprir as regras que a norma manda. O convencional é bom por uma parte porque o preço tá lá em cima, e a gente pode vender por aquele preço, no orgânico é sempre tabelado (Produtor 6).

Na observação foi possível ver um fluxo maior de pessoas com pouco ou nenhum contato com os feirantes da FOR e FOCEASA, mesmo que aparecesse sempre alguns já rotineiros, eles não foram a maioria nesses estabelecimentos.

Isso também ocorreu com a FACF. As motivações podem ser as mais diversas, mas visto nas análises de observação, é possível inferir que a grande quantidade de feirantes, mostrados na Tabela 1 abaixo, dispersa tanto o feirante como os consumidores de terem um

contato mais aproximado. O feirante por sua vez precisa vender o mais rápido possível pela demanda de consumidores, e os consumidores estão ali querendo comprar o mais rapidamente possível.

**Tabela 1** – Mapeamento das quantidades de feirantes e de barracas das feiras.

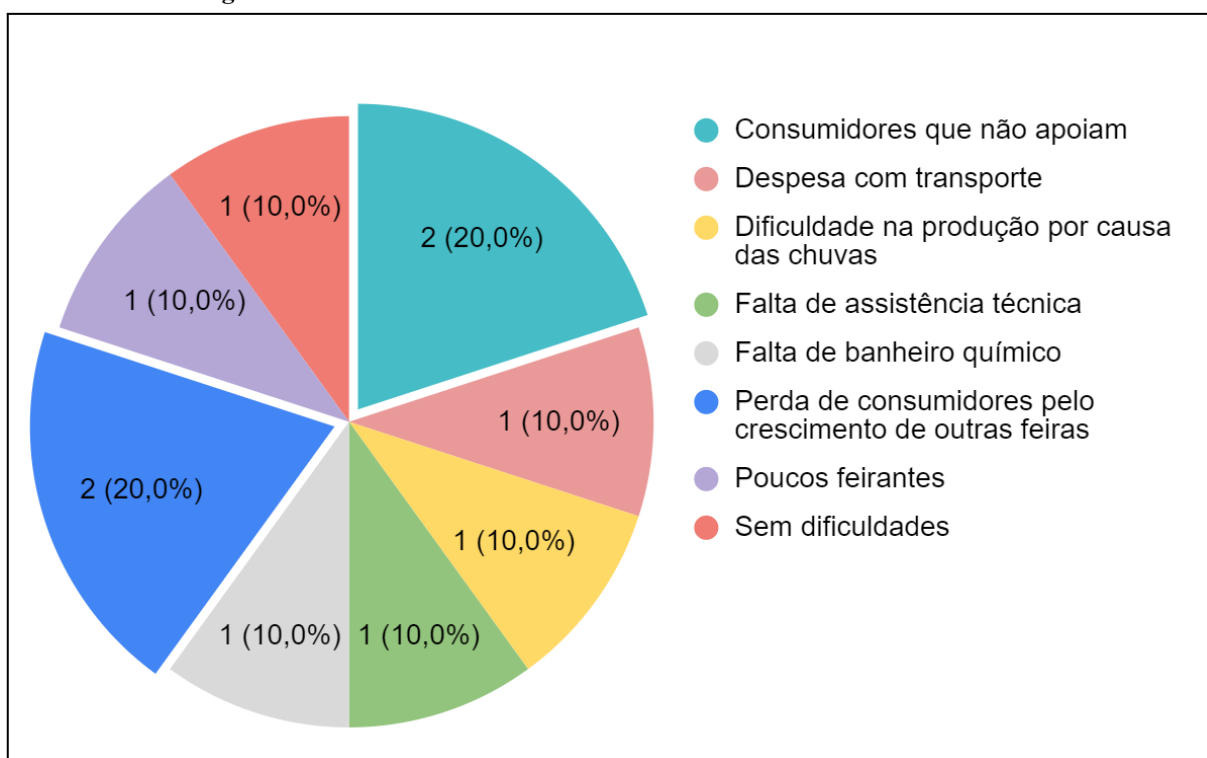
Nome da feira	Qtd. de feirantes agroecológico/ orgânico observado <i>in loco</i>	Qtd. de barracas da feira agroecológica/ orgânica (LEÃO, 2019)	Qtd. de barracas da feira agroecológica/ orgânica observado <i>in loco</i>	Qtd. de barracas no total da feira <sup>6</sup> observado <i>in loco</i>
FEAG	28	22	15	15
FEABV	30	18	16	18
FACF	60	40	45	entre 65-70
FOCEASA	10	15	10	6
FOR	30	24	21	32

Fonte: A autora (2023).

A situação com os consumidores e também outros fatores também nas entrevistas quando questionado sobre as dificuldades atuais enfrentadas por cada feira. De acordo com o gráfico abaixo (Figura 7), as principais contrariedades encontradas atualmente nas feiras, relatadas pelos entrevistados foram a concorrência desses consumidores com o crescimento de outras feiras e o pouco ou quase nenhum apoio dos consumidores.

<sup>6</sup> Referente à quantidade de barracas de todos os feirantes para além da produção agroecológica.

**Figura 7** – As dificuldades atuais das feiras de acordo com os entrevistados.



Fonte: A autora (2023).

É visto que ambos os fatores destacados como maiores estorvos, estão relacionados diretamente com os consumidores. Em relação a perda de consumidores pelo crescimento de outras feiras foi relatado na FOCEASA e na FEAG. Já sobre a situação de consumidores que não apoiam as feiras, foi falado na FOR e na FEABV. Diante disso, essas análises de dificuldades na relação produtor-consumidor foram relatadas tanto pela FA como pela FO. Foi relatado sobre a perda dos clientes pelo comodismo de comprar em feiras mais próximas como detalhado pelo organizador da FOCEASA já explicado anteriormente, somado a fala do Produtor 1 da FEAG em que diz:

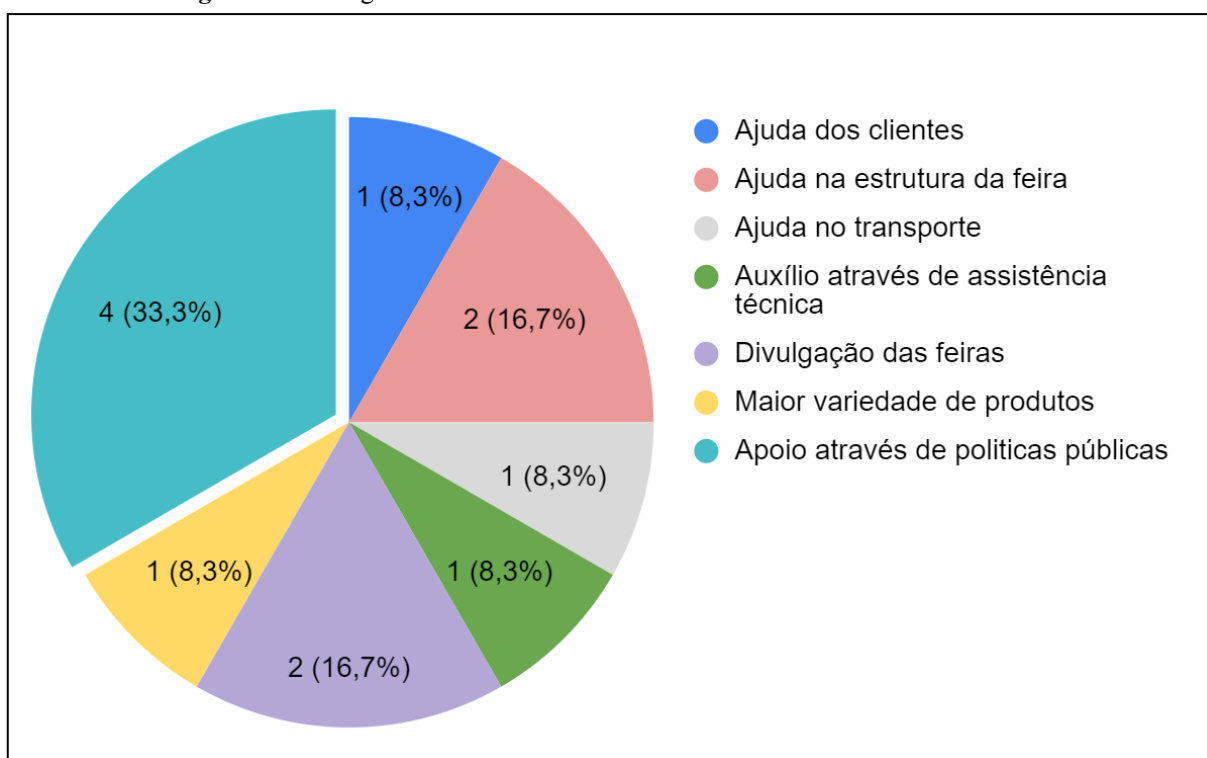
A nossa dificuldade maior é que todo dia surge uma nova feira, e assim, tem feiras, que talvez assim, não tenham um preparo e um conhecimento de origem de produtos orgânicos e agroecológicos e como surge todo dia, vai enfraquecendo aquelas que realmente tem história, que trabalhe dentro dos princípios da agroecologia e da produção orgânica, então isso aí é uma dificuldade muito grande que a gente tem (Produtor 1).

Sobre a falta de compreensão dos clientes em relação aos produtos orgânicos, o produtor da FEABV não detalhou sobre, apenas disse que ocorria perda de clientes na feira. Na entrevista do produtor da FOR, foi melhor explicado, como está no trecho a seguir.

Muitas vezes em relação aos clientes mesmo, por exemplo, no momento mesmo de muita chuva, muitas vezes a gente não leva umas folhagens tão bonitas, e os clientes, muitos não entendem que por a gente não usar produto agrotóxicos a gente vai ter esse período com essas folhagens sem tanta qualidade, e muitas vezes quer que a gente venda um pouco mais barato[...] Aí os clientes por si só nem sempre colaboram, não entende, não compra essa briga de se manter usando esses produtos que nós oferecemos na feira, nem sempre um produto bonito, mas é um produto que vai dar uma qualidade melhor de vida (Produtor 7).

Quando os entrevistados foram questionados sobre alguma sugestão de melhoria para a feira, foi possível obter o gráfico (Figura 8) em que o fator diagnosticado como maior incentivo de melhorias para as feiras seria o crescimento de políticas públicas (33,33%) voltadas para esse público.

**Figura 8** – As sugestões de melhorias das feiras de acordo com os entrevistados.



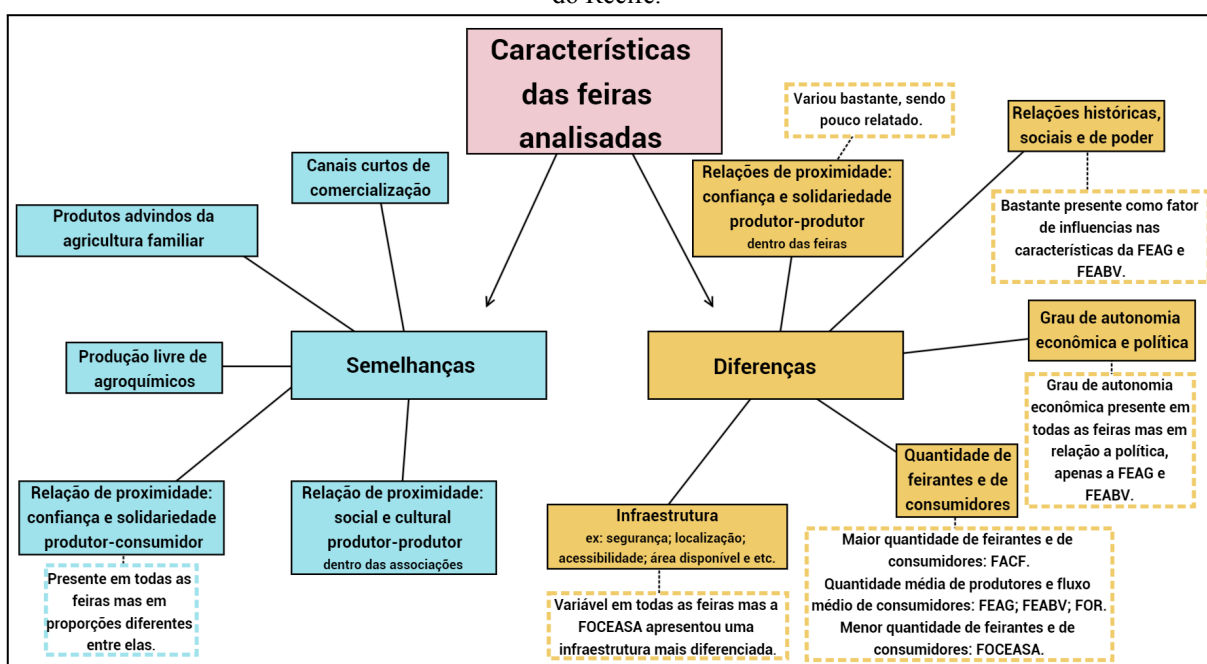
Fonte: A autora (2023).

É possível perceber nessa Figura 8 em comparação com os dados revelados pela Figura 5 que o papel do consumidor como forma de melhoria e de ajuda para a feira foi relatado como apenas por um produtor (8,33%). Mostrando que, a interferência da política, seja na forma de divulgação e/ou no investimento de melhorias nas estruturas das feiras (ambos com 16,7% de frequência nas falas), como também nas demais áreas relatadas como, auxílio em transporte (8,3%), ajuda por meio de assistência técnica de qualidade (8,3%), possibilidade de ter maior variedade de produtos (8,3%) interferem na forma como acontece a

relação produtor-consumidor. E todas as sugestões propostas estão, e compreende no âmbito político, como medidas plausíveis de investimento e incentivo através de políticas públicas para as feiras, bem como as suas partes organizativas, como associações, redes, serviços técnicos, entre outros.

Diante do que construído ao longo do tópico 5, é retomado o diagrama do tópico 5.1 na Figura 9, a seguir, no intuito de especificar algumas das características levantadas pelo trabalho de campo das FA e FO de Recife.

**Figura 9** – Diagrama atualizado das principais características encontradas nas feiras orgânicas e agroecológicas do Recife.



Fonte: A autora (2023).



## 6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com base nas análises realizadas sobre as teorias de Schumpeter, McClelland, Drucker, Julien e as considerações relativas ao empreendedorismo no contexto dos casos estudados, torna-se evidente que a aplicação direta dessas teorias é limitada na compreensão dos processos empreendedores em questão.

A teoria de Schumpeter, que enfatiza inovações radicais e tende a ter um enfoque mais individual do processo de inovação, parece não se ajustar aos cenários investigados, onde as inovações parecem ser mais incrementais do que revolucionárias e mais coletivas do que individuais.

Segundo McClelland, ao destacar o papel da afiliação como um dos possíveis motivos para a adesão dos empreendedores, não é completamente congruente com as dinâmicas observadas, pois nas feiras examinadas, e seus respectivos entrevistados, se baseiam nas motivações de aderirem às feiras na perspectiva de benefício econômico tendo como a vontade ter uma renda maior como únicos fatores de instigação. A afiliação acaba se tornando uma decorrência da adesão às feiras, pois é quando os/as feirantes passam a construir laços sociais com os demais e se inserem enquanto co-autores daqueles espaços.

Enquanto as contribuições de Drucker realçam a importância da formação empreendedora, as situações estudadas indicam que a formação está mais associada a aspectos econômicos e de capacitação do que a um fomento direto ao empreendedorismo como qualificação profissional. É intrigante que, apesar do renome do SEBRAE na área, sua referência tenha sido ausente nas entrevistas.

Observa-se que o contexto e meio empreendedor abordados na teoria de Julien, são conceitos mais próximos do que foi encontrado empiricamente, particularmente em relação às organizações como a REA, o Centro Sabiá e o SERTA. Eles têm demonstrado ser catalisadores de inovações dentro do empreendedorismo, desempenhando um papel essencial na FEABV e FEAG, que se destacam por suas inovações e participações singulares.

A abordagem de Ésther (2019) enfatizando fatores históricos e políticos sublinha a importância do contexto político e das relações interorganizacionais na configuração das feiras estudadas. Fica explícito que o processo empreendedor nas FA/FO no Recife está profundamente enraizado nas relações políticas e negociações estratégicas, o que demonstra que o meio sociopolítico em si é um fator determinante para a implementação e o sucesso desses empreendimentos.

Quando analisadas as ações socioambientais nas feiras observam-se a dimensão da aquisição de alimentos saudáveis, a interdependência entre produtores e consumidores e as relações entre eles, bem como a influência de fatores sociais nas operações. Contudo, são dimensões que não são necessariamente abarcadas pela conceituação do empreendedorismo socioambiental revisado por este trabalho, com exceção ao trabalho de Esther. Quando considerados alguns aspectos de criação de valor social e ambiental da agroecologia, é possível realizar uma análise mais aprofundada e crítica do desenvolvimento social e ambiental presente nas feiras. Dentro dessa temática existem alguns distanciamentos particulares, como o caso da escassez de formação continuada e a dependência de políticas públicas que ressaltam as limitações do processo empreendedor nesses contextos específicos. Entende-se que esses são aspectos socioambientais possíveis de serem analisados à luz da teoria agroecológica e não da maior parte da literatura revisada sobre empreendedorismo socioambiental.

Outra colaboração trazida pela teoria agroecológica diz respeito às relações constituintes da CCA. Foi demonstrado pelo trabalho que todos os produtores vendem diretamente aos consumidores. Mesmo em casos de distanciamento físico entre consumidores e feirantes, há relatos de construção de laços de amizade e até de vínculos familiares entre eles. A troca de conhecimentos e a solidariedade também são mencionadas, embora haja algumas divergências entre produtores nessa troca. Além disso, a aproximação social e cultural entre produtores é explorada, com ênfase nas associações e redes como locais de interação e troca.

Finalmente, a análise das inovações observada nas feiras agroecológicas sob estudo, notadamente através do uso de serviços de *delivery*, horários de funcionamento, estratégias de divulgação criativas como os murais e a adoção de sacolas biodegradáveis, evidentemente exemplifica a manifestação do empreendedorismo socioambiental. Essas inovações não apenas demonstram a capacidade de adaptação dessas feiras às demandas contemporâneas, mas também ilustram a consciência ecológica incorporada em suas práticas comerciais.

No entanto, além da dimensão ambiental, é crucial enfatizar a relevância das relações sociais e políticas no tecido empreendedor dessas feiras. Essas relações não apenas propiciam o surgimento e a consolidação das feiras, mas também moldam sua evolução contínua. No contexto específico das feiras agroecológicas, como as FEAG e a FEABV, a influência das relações sociais e políticas é particularmente acentuada, gerando diferenciação significativa em relação a outras iniciativas similares. Esse padrão demonstra inequivocamente que o empreendedorismo nessas feiras não é um fenômeno isolado, mas profundamente enraizado

em um ecossistema socioambiental interconectado e dinâmico. Contudo, a dependência excessiva das políticas públicas também indica uma restrição ao alcance do processo empreendedor, sugerindo a necessidade de envolver diversos atores sociais para fortalecer o ecossistema empreendedor de forma mais abrangente.

De forma sucinta, as teorias tradicionais de empreendedorismo oferecem *insights* valiosos, mas é crucial adaptá-las às nuances dos cenários estudados. A interação complexa entre fatores históricos, políticos, organizacionais e sociais demonstra a necessidade de uma abordagem profunda na compreensão dos processos empreendedores no contexto socioambiental, reconhecendo que o meio desempenha um papel fundamental na moldagem dessas dinâmicas. Dessa forma, é indicado que em novas pesquisas, abranger na análise de mais FA e FO do município de Recife, inclusive as mais novas, no contexto do empreendedorismo socioambiental para um mapeamento mais completo dessas estruturas na cidade. Além disso, é interessante que futuras pesquisas estudem a adequação do emprego do termo empreendedorismo para iniciativas como as FEAG e FEABV, devido ao seu destacado caráter social e alternativo se comparado ao funcionamento do mercado capitalista.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ALBRECHT, Johan. Environmental issue entrepreneurship: a schumpeterian perspective. **Futures**, v. 34, n. 7, p. 649–661, 2002.
- ALMEIDA, L. C.; SILVA, J. M.; NASCIMENTO, S. P. G.; ARAÚJO, R. G. V.; SILVA, C. S.; LIMA, J. R. B.; CRISTO, C. C. N.; SANTOS, T. M. C.; COSTA, J. H. Q. Perfil social e percepção de feirantes sobre agricultura de base orgânica e agroecológica. **Ciência Agrícola**, Rio Largo, v. 16, número suplementar, p. 71-74, 2018.
- ALTIERI, M. A. Agroecologia: bases científicas para uma agricultura sustentável. **Editorial Nordan-Comunidad**, Montevideu, 1999.
- AUSTIN, J.; STEVENSON, H.; WEI-SKILLERN, J. Social and commercial entrepreneurship: same, different, or both?. **Entrepreneurship: Theory and Practice Journal**, Baylor University, v. 30, n. 1, p. 1-22, Estados Unidos, 2006.
- BARLACH, L. Comportamento empreendedor: um estudo empírico baseado no referencial de McClelland. **Revista de Carreira de Pessoas**, v. 4, n. 3, p. 275, São Paulo, 2014.
- BEZERRA-DE-SOUSA, I. G.; TEIXEIRA, R. M. Relações conceituais entre empreendedorismo social e inovação social. **Revista Pensamento Contemporâneo em Administração**, v. 13, n. 4, p. 81-99, 2019.
- BARDIN, L. Análise de conteúdo. **Lisboa edições**, 70, p. 225, 1977.
- BRASIL. Ministério da Agricultura e Pecuária. **Cadastro Ambiental Rural**, 2023a.
- BRASIL. Ministério da Agricultura e Pecuária. **Cadastro Nacional de Produtos Orgânicos**, 2014.
- BRASIL. Ministério da Agricultura e Pecuária. **Cadastro Nacional de Produtos Orgânicos**, 2023b.
- BRASIL. Lei Nº 10.831, de 23 de dezembro de 2003. **Dispõe sobre a agricultura orgânica e dá outras providências**. Brasília, DF: Diário Oficial da União, 2003.
- BRASIL, M. V. O.; BIZARRIA, F. B. P. A.; TASSIGNY, M. M.; POMPEU, R. M.; OLIVEIRA, F. C. OS DIVERSOS TIPOS DE EMPREENDEDORISMO SUSTENTÁVEL. Connexio, **Revista Científica da Escola de Gestão e Negócios**, Universidade Potiguar, v. 4, n. 1, 2014-2015.
- BROCK, D. D.; ASHOKA, G. A. S. E. Social entrepreneurship teaching resources handbook: for faculty engaged in teaching and research in social entrepreneurship. **Ashoka's Global Academy for Social Entrepreneurship**, 2008.
- BURSZTYN, M.; BURSZTYN, M. A. Fundamentos de política e gestão ambiental : os caminhos do desenvolvimento sustentável. **Garamond**, Rio de Janeiro, p. 31-64, 2012.

- CABANA, R. del P. L. Empreendedorismo: transcurso histórico e teórico do campo. **V Encontro Internacional de Gestão, Desenvolvimento e Inovação**, Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, 2021.
- CALDAS, A. M. J.; PONTES, A. N. Práticas sustentáveis de comerciantes e consumidores de feiras agroecológicas na Cidade de Belém – PA. **Research, Society and Development**, v. 9, n. 9, 2020.
- CAMARGO, D.; CUNHA, S. K.; BULGACOV, Y. L. M. A psicologia de McClelland e a economia de Schumpeter no campo do empreendedorismo. **Revista de Desenvolvimento Econômico**, Salvador, v. 10, n. 17, 2008.
- CARIAS, F. P. S. **Convencional, orgânico ou agroecológico: que produto é esse?**. Dissertação de mestrado (Mestrado em Agroecologia), Instituto Federal de Ciência e Tecnologia do Espírito Santo - Campus Alegre, p. 68, 2021.
- CARVALHO, M. S.; RAMOS, C. R. S. Análise Ecológico-Econômica de Agroecossistema com ênfase comparativa em dois subsistemas. **Cadernos de Agroecologia**, Anais do XI Congresso Brasileiro de Agroecologia, São Cristóvão, Sergipe, v. 15, n. 2, 2020.
- CHAYANOV, A. V. Sobre a teoria dos sistemas econômicos não capitalistas. In: SILVA, J. G.; STOLCKE, V. A questão agrária. **Brasiliense**, São Paulo, p. 133-163, 1981.
- DAWSON, P.; DANIEL, L. Understanding social innovation: a provisional framework. **International Journal of Technology Management**, v. 51, n. 1, p. 9-21, 2010.
- DEES, J. G. The meaning of social entrepreneurship. **Kauffman Foundation**, 2001.
- DIAS, G. C.; GUEDES, R. E. F. F.; GERVAIS, A. M. D.; SANTANA, P. J.; SILVA, H. J. A Dinâmica das feiras agroecológicas do Recife: uma abordagem do consumidor e produtor. **1 Simpósio sobre Sustentabilidade**, Departamento de Administração (DADM), Universidade Federal Rural de Pernambuco, 2020.
- DOLABELA, F. Oficina do empreendedor. **Cultura**, São Paulo, 1999.
- DRUCKER, P. F. Inovação e espírito empreendedor. **Pioneira**, São Paulo, v. 1, n. 2, 1987.
- DRUCKER, P. F. *Managing for the Future: The 1990s and Beyond*, **Dove Entertainment In**, 1992.
- ENGELHAUPT, E. *Do food miles matter?*. **Environmental Science & Technology**, v. 42, n. 10, p. 3482-3482, 2008.
- ÉSTHER, A. B. A política de identidade do empreendedorismo: uma análise na perspectiva da sociologia figuracional e da psicologia social crítica. Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF). **Cadernos EBAPE.BR**, v. 17, Edição Especial, p. 857-870, Rio de Janeiro, 2019.
- FARIAS, J. S.; GOMES, R. J.; LIRA, E. B. S.; PEREIRA, A. P. S.; FIGUEIREDO, M. Influência das feiras agroecológicas do Recife na vida de produtores e consumidores de

produtos orgânicos. **IX Jornada de Ensino, Pesquisa e Extensão (JEPEX)**, Universidade Federal Rural de Pernambuco, 2009.

FELISBERTO, N. R. de O.; CAVALCANTE, M. C.; OLIVEIRA, L. S.; SILVA, A. F.; SILVA, M. S.; FERNANDES, F. E. P. Estratégias produtivas e reprodutivas de agroecossistemas em transição agroecológica e convencional. **Cadernos de Agroecologia**, Anais do XI Congresso Brasileiro de Agroecologia, São Cristóvão, Sergipe, v. 15, n. 2, 2020.

FELIZARDO, A. O.; AZEVEDO, H. P. A aplicação do método Lume no estudo do trabalho de mulheres agroextrativistas em agroecossistemas amazônicos. **Textos de Economia**, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, v. 23, n. 1, p. 1-24, 2020.

FERREIRA, A. P. A.; OLIVEIRA, L.; TALAMINI, E. Land use returns in organic and conventional farming systems: financial and beyond. **Organic Agriculture**, v. 12, p. 1-19, 2022.

FIEPE. **Diagnóstico Setorial da Indústria de Alimentos**. 2020. Disponível em: <http://fiepe.org.br/wp-content/uploads/2020/03/Diagnostico-Setorial-Alimentos-VF-FEV-2020.pdf?x37996>. Acesso em: 10 ago. 2023.

FIOCRUZ: ANA: ABA-Agroecologia. Caderno de estudos: saúde e agroecologia. **Fundação Oswaldo Cruz**, Rio de Janeiro, v. 1, 2019.

FONSECA, I. F.; BURSZTYN, M. A BANALIZAÇÃO DA SUSTENTABILIDADE: reflexões sobre governança ambiental em escala local. **Sociedade e Estado**, Brasília, v. 24, n. 1, p. 17-46, 2009.

FOSSÁ, J. L.; RENK, A. A. O conceito de agricultura familiar: Retrocessos do presente. **Revista Grifos – Unochapecó**, v. 30, n. 54, 2021.

FRANCO, M. P. V. A question of power: sustainable consumption and ecological sufficiency as alternative discourses for sustainability. **Sociedade & Natureza**, Uberlândia, MG, v. 31, 2019.

GERHARDT, T. E.; SILVEIRA, D. T. Métodos de pesquisa. **Editores da UFRGS**, Porto Alegre, 2009.

GIEHL, D. W.; WEBLER, D. A. FEIRA AGROECOLÓGICA NA FURG-SAP: Uma aposta em relações de produção e consumo de socioeconomia. Nas trilhas do Empreendedorismo Social: Reflexão e relato de ações. **Editores da FURG**, Universidade do Rio Grande do Sul, 2021.

GIEHL, P. R. O Valor Social Gerado e Percebido em Empreendimentos Econômicos Socioinclusivos: um estudo de múltiplos casos. **Repositório Digital da Biblioteca da Unisinos**, São Leopoldo, 2014.

GOMES, A. F.; LIMA, J. B.; CAPPELLE, M. C. A. Do empreendedorismo à noção de ações empreendedoras: Reflexões teóricas. **Revista Alcance - Eletrônica**, v. 20, n. 02, p. 203-220, 2013.

GOMES DE ALMEIDA, S.; CORDEIRO, A.; PETERSEN, P. Crise socioambiental e conversão ecológica da agricultura brasileira: subsídios para a formulação de diretrizes ambientais para a agricultura. **AS-PTA**, Rio de Janeiro, 1996. In: PETERSEN, P.; SILVEIRA, L. M.; FERNANDES, G. B.; ALMEIDA, S. G. Método de Análise Econômico-Ecológica de Agroecossistemas (MEA). **Articulação Nacional de Agroecologia e AS-PTA**, Rio de Janeiro, v. 1, 2017.

GUZZATTI, T. C.; SAMPAIO, C. A. C.; TURNES, V. A. Novas relações entre agricultores familiares e consumidores: perspectivas recentes no Brasil e na França. **Organizações Rurais & Agroindustriais**, v.16, n.3, p.363-375, 2014. In: LEITE, D. C.; TELES, E. C. P. V. A. Comercialização de produtos agroecológicos a partir de circuitos curtos: a experiência das feiras agroecológicas de Recife, Pernambuco. **Revista de Extensão da UNIVASF**, Petrolina, v. 7, n. 2, p. 026-044, 2019.

GUZZATTI, T. C.; SAMPAIO, C. A. C.; TURNES, V. A. Novas relações entre agricultores familiares e consumidores: perspectivas recentes no Brasil e na França. **Organizações Rurais & Agroindustriais**, v. 16, n. 3, p. 363-375, 2014.

IDEC, Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor. **Mapa de Feiras Orgânicas**, 2023. Disponível em: <<https://feirasorganicas.org.br/>>. Acesso em: 08 jun. 2023.

JARZEŃOWSKI, S.; BOURLAKIS, M.; BEZAT-JARZEŃOWSKA, A. Short Food Supply Chains (SFSC) as Local and Sustainable Systems. **Sustainability**, v. 12, n. 11, p. 4715, 2020.

JOAQUIM, R. B. **Avaliação do ciclo de vida: sacola plástica x sacola de papel**. 2013. 61f. Trabalho de conclusão de curso (Universidade Federal de Santa Catarina). Florianópolis, 2013.

JULIEN, P. A. Empreendedorismo regional e a economia do conhecimento. **Saraiva**, São Paulo 2010.

KIRKWOOD, J.; WALTON, S. What motivates ecopreneurs to start businesses? **International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research**, v. 6, n. 3, p. 204-228, 2010.

LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. A. Fundamentos de metodologia científica. **EDITORA ATLAS S.A.**, São Paulo, ed. 5, 2003.

LEÃO, E. L. de S. **A constituição de um *ethos* dos produtores familiares de feiras agroecológicas de Recife-PE**. Tese de doutorado (Programa de Pós-Graduação em Sociologia), Universidade Federal de Pernambuco, Recife, p. 273, 2019.

LEITE, D. C.; TELES, E. C. P. V. A. Comercialização de produtos agroecológicos a partir de circuitos curtos: a experiência das feiras agroecológicas de Recife, Pernambuco. **Revista de Extensão da UNIVASF**, Petrolina, v. 7, n. 2, p. 026-044, 2019.

LIMA, D. C.; SANTOS, P.; LEITE, E. F.; ALMEIDA, M. C. A.; FONSECA, S. M. M. Aspectos motivacionais dos ecoempreendedores da Feira Agroecológica da Orla de Olinda, Brasil, **COFIN HABANA**, v. 8, n. 3, p. 52-59, 2014.

- LIMA-FILHO, D. O.; SPROESSER, R. L.; MARTINS, E. L. C. Empreendedorismo e Jovens Empreendedores. **Revista de Ciências da Administração**, v. 11, n. 24, p. 246-277, 2009.
- LONDRES, F.; PETERSEN, P.; MARTINS, G. Olhares agroecológicos: análise econômicoecológica de agroecossistemas em sete territórios brasileiros. **Articulação Nacional de Agroecologia e AS-PTA**, Rio de Janeiro, v. 1, 2017.
- LOPES, M. C. de A.; COSTELLA, I.; SIGNOR, A.; FEIDEN, A.; AHLERT, A. ENTRE O “AGRO POP” E A AGRICULTURA FAMILIAR: UM BREVE RETRATO DO CENÁRIO AGROALIMENTAR BRASILEIRO. **Grifos**, Universidade Comunitária da Região de Chapecó - Unochapecó, v. 33, n. 61, 2023.
- MADRUGA, L. R. R. G.; SILVA, T. N. A expressão do empreendedorismo socioambiental na gestão de bacias hidrográficas. **RGSA – Revista de Gestão Social e Ambiental**, v. 3, n. 1, p. 35-52, 2009.
- MANCINI, W. **Fatores motivacionais para o trabalho dos servidores fiscais da Secretaria da Fazenda do Estado do Amazonas**. Dissertação de mestrado (Curso de Mestrado em Administração), Universidade Federal de Santa Catarina, Manaus, p. 106, 1998.
- MARX, K. Contribuição à crítica da economia política. **Expressão Popular**, São Paulo, p. 288, 2008. In: VIZEU, F.; MENEGHETTI, F. K.; SEIFERT, R. E. Por uma crítica ao conceito de desenvolvimento sustentável. **Caderno EBAPE.BR**, Rio de Janeiro, v. 10, n. 3, p. 569-583, 2012.
- MARX, K. O Capital: Crítica da economia política. **Boitempo Editorial**, 2013.
- MATOS, V. N. Impactos ambientais da produção e descarte de sacolas de diferentes materiais. Trabalho de Conclusão de Curso em bacharel de Engenharia de Materiais na **Universidade Federal de São Paulo**, São José dos Campos, 2019.
- MCCLELLAND, D. C. *Human motivation*. **CUP Archive**, p. 663, 1987.
- MCCLELLAND, D. C. *La sociedad ambiciosa: factores psicológicos en el desarrollo económico*. **Guadarrama**, ed. 7, 1968.
- MEDEIROS, F. R. S. Ecoempreendedorismo. Trabalho de Conclusão de Curso em bacharel de Administração na **Universidade Federal do Rio Grande do Sul**, Porto Alegre, 2012.
- OLIVEIRA-BROCHADO, F.; OLIVEIRA-BROCHADO, A.; CALDEIRA, T. . Os determinantes psicológicos do consumidor verde. **Tourism & Management Studies**. v. 11, p. 104-111, 2015.
- OSATCHUK, B. C. M. **Avaliação de microplásticos presentes em concentrados de plaquetas**. 2022. Dissertação (Mestrado em Ciências Farmacêuticas) - Universidade Estadual de Ponta Grossa. Ponta Grossa, 2022.



PETERSEN, P.; SILVEIRA, L. M.; FERNANDES, G. B.; ALMEIDA, S. G. Método de Análise Econômico-Ecológica de Agroecossistemas (MEA). **Articulação Nacional de Agroecologia e AS-PTA**, Rio de Janeiro, v. 1, 2017.

PINHEIRO, R. F. S. **Estudo da cadeia produtiva da agricultura familiar a partir de produtores da feira agroecológica das Graças em Recife - PE**. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Engenharia de Produção), Universidade Federal de Pernambuco, Centro Acadêmico do Agreste, Núcleo de Tecnologia, Caruaru, 2021.

PRATES, C. M.; ZANDER, L. N.; THIESSEN, G.; ROSA, A. F. M; FINKLER, C. M. Plásticos biodegradáveis: solução ou problema?. **Anais da Mostra de Ensino, Extensão e Pesquisa do Campus Osório - MoExp**, 2019.

RECIFE. Prefeitura Municipal. **Serviços para o cidadão: Feiras e Pontos Agroecológicos**, 2023. Acessado em: 08/06/23. Disponível em: <<https://www2.recife.pe.gov.br/servico/feiras-e-pontos-agroecologicos?op=MTI5>>

RIZZO, L. F.; OLIVEIRA, J. N.; SAMMARCO, Y. M.; PIROLI, E. L.; SOUZA, A. M. Empreendedorismo Socioambiental: O Projeto Plantadores de Florestas. XXII Seminário Brasileiro de Recursos Hídricos - XXII SBRH, **Associação Brasileira de Recursos Hídricos**, Florianópolis, 2017.

SALVIANO, K. M. T.; COSTA, I. C. A.; BARBOSA, A. M. S. O MEIO EMPREENDEDOR PROMOVENDO INOVAÇÃO: A geração de capital social no Porto Digital. **Encontro de Estudos sobre Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, Passo Fundo, Rio Grande do Sul, 2016.

SANTOS, D. C.; LEITE, E. F.; SILVA, C. M.; FONSECA, S. M. Empreendedorismo sustentável: perfil dos produtores da Feira Agroecológica da Orla de Olinda-PE, **Revista Holos**, vol. 2, pp. 148-160, 2013.

SARANDÓN, S. J. FLORES, C.C. La Agroecologia: el enfoque necessário para una agricultura sustentable. **Universidad Nacional de La Plata**, La Plata, 2014.

SAY, J. B. Tratado de economia política. **Abril Cultural**, São Paulo, 1983.

SCHALTEGGER, S.; WAGNER, M. Sustainable entrepreneurship and sustainability innovation: categories and interactions. **Business Strategy and the Environment**, n. 20, v. 4, p. 222-237, 2011.

SCHUMPETER, J. A. The Theory of Economic Development. **Harvard University Press**, Massachusetts, 1934.

SCHUMPETER, J. A. Business Cycles: A Theoretical, Historical, and Statistical Analysis of the Capitalist Process. **McGraw-Hill Book Company**, Pennsylvania, v. 1, 1939.

SCHUMPETER, J. A. Capitalism, Socialism, and Democracy. **Harper & Brothers**, Nova York, 1942.

SEBRAE. **Quem somos**. 2021. Disponível em: [https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/canais\\_adicionais/conheca\\_quemsomo](https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/canais_adicionais/conheca_quemsomo). Acesso em: 10 ago. 2023.

SILVA, L. da C. e. **As racionalidades da agricultura familiar agroecológica na gestão de seus estabelecimentos: um estudo no Assentamento Contestado – Lapa/PR**. Tese (Doutorado) em Meio Ambiente e Desenvolvimento, Universidade Federal do Paraná, Curitiba, p. 302, 2018.

SILVA, V. M. S. **As feiras de base agroecológica em Recife - Pernambuco: Troca de saberes, sabores e ideias sustentáveis**. Dissertação (Mestre) em Extensão Rural e Desenvolvimento Local, Universidade Federal Rural de Pernambuco, Recife, p. 104, 2016.

SOBEL, R. S.; CLEMENS, J. O essencial de Joseph Schumpeter: A economia do empreendedorismo e a destruição criativa. **Faro editorial**, ed. 1, p. 9, São paulo, 2021.

SOMBART, W. War and Capitalism. **Duncker & Humblot**, 1913.

SOUZA, R. A.; LYRA, M. R. C. C.; SILVA, M. T. S. O Cenário da agricultura familiar em Pernambuco sob o viés da sustentabilidade. **Instituto Brasileiro de Estudos Ambientais**, IX Congresso Brasileiro de Gestão Ambiental, São Bernardo do Campo, São Paulo, 2018.

TOMETICH, P. Empreendedorismo – Um Conceito Impreciso. **Revista Estratégia & Desenvolvimento**, v. 04, n. 01, 2020.

VIANA, M. B. Sacolas plásticas: aspectos controversos de seu uso e iniciativa legislativas. 2011. **Câmara dos deputados**. Disponível em: <[www2.camara.leg.br/a-camara/documentos-e-pesquisa/estudos-e-notas-tecnicas/areas-da-conle/tema14](http://www2.camara.leg.br/a-camara/documentos-e-pesquisa/estudos-e-notas-tecnicas/areas-da-conle/tema14)>. Acesso em: 5 ago 2023.

VIZEU, F.; MENEGHETTI, F. K.; SEIFERT, R. E. Por uma crítica ao conceito de desenvolvimento sustentável. **Caderno EBAPE.BR**, Rio de Janeiro, v. 10, n. 3, p. 569-583, 2012.

## APÊNDICES

### APÊNDICE A – ROTEIRO DE ENTREVISTA SEMI-ESTRUTURADA

Feira do entrevistado:	
Formato da entrevista:	
Data da entrevista:	
Horário de início:	Horário de conclusão:
Nome do entrevistado:	
<p>Perguntas norteadoras:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Qual a data de início da feira? Quando você entrou na feira?</li> <li>2. Você sabe dizer como surgiu a motivação da feira?</li> <li>3. Quais as atividades/situações/mudanças mais significativas que você vivenciou nesta feira?</li> <li>4. Ocorrem muitas mudanças desde que começou a feira?</li> <li>5. Quem propôs as mudanças?</li> <li>6. São os próprios produtores que vendem nas feiras? Se sim, existe uma relação de confiabilidade e solidariedade entre os produtores e os consumidores?</li> <li>7. Todos os produtos vendidos na feira vêm da agricultura familiar? Se não, a agricultura familiar é maioria? Se sim, a venda desses produtos na feira é a base da renda familiar?</li> <li>8. Já tiveram que parar de vender algum produto em pró de outro? Ou alguma mudança para além do produto? Por qual motivo?</li> <li>9. Existe alguma ONG que apoia/apoiou a feira?</li> <li>10. Existe algum movimento social que apoia/apoiou a feira?</li> <li>11. Existe algum fundo que ajuda/ajudou a feira?</li> <li>12. Existe algum fundo entre os feirantes que ajuda/ajudou a feira?</li> <li>13. Alguma parte desse fundo vai para a organização da feira?</li> <li>14. Alguma parte desse fundo vai para alguma associação?</li> <li>15. Caso ocorra algum problema com algum feirante, existe uma rede de apoio dentro da feira para ajudar esse feirante?</li> <li>16. Quantos feirantes aproximadamente a feira possui?</li> <li>17. Existe a formação de grupos de agricultores agroecológicos?</li> <li>18. Existe a formação de algum grupo social entre os agricultores?</li> <li>19. Existe alguma organização política dominante entre os feirantes?</li> <li>20. Existe o apoio entre feirantes da mesma região (vizinhos)?</li> <li>21. Como é organizada a feira?</li> <li>22. A forma de produção de todos os feirantes é de base orgânica e agroecológica? Se sim, tem selos?</li> <li>23. Ajudam alguma associação ou a feira tem alguma associação?</li> <li>24. Qual a diferença entre agricultura convencional(agronegócio) e agroecologia?</li> <li>25. Como a agroecologia é benéfica para a sociedade?</li> <li>26. Como mudou a sua experiência de cultivar com a transição agroecológica?</li> <li>27. Qual a motivação/ideia de vender esses produtos agroecológicos nas feiras?</li> <li>28. Como essa mudança para uma base agroecológica impactou nos produtos vendidos?</li> </ol>	

29. Como a produção e vida dos agricultores foram impactados com as feiras?
30. Com a renda das feiras, foi possível um acesso à educação e a saúde de melhor qualidade?
31. Alguma inovação/processo advindo desses impactos geraram benefício ambiental?
32. Nas propriedades tem alguma parte de reserva ambiental conservada?
33. Utiliza o mecanismo de agrofloresta para a produção?
34. Algum problema ambiental foi sanado com a mudança para a base agroecológica? Teve algum método para a solução do problema?
35. Quais as ideias inovadoras e criativas que ocorreram no decorrer da história da feira?
36. Nessa feira, é comum os feirantes terem os mesmos produtos e venderem da mesma forma? Você se enquadra nisso?
37. Nessa feira, é comum os feirantes terem o mesmo produto e venderem da mesma forma mas com características diferentes? Você se enquadra nisso?
38. Nessa feira, é comum os feirantes terem o mesmo produto mas vender de forma diferente? Você se enquadra nisso?
39. Nessa feira, é comum os feirantes terem produtos diferentes entre si? Você se enquadra nisso?
40. Nessa feira, tem algum caso de um único produto vendido de uma forma única? Você se enquadra nisso?
41. Foram abandonados produtos não rentáveis?
42. Além de produtos, teve alguma prática/método que foi descartado?
43. Tiveram alguma assistência técnica de alguma ONG?
44. Já tiveram alguma formação voltada para o lado socioambiental?
45. Já tiveram alguma formação sobre economia?
46. Participa de outra feira além dessa? Se sim, quais as diferenças entre elas?
47. As feiras tem algum contato para ajudar as outras?
48. Atualmente, essa feira gera lucro para você?
49. A feira possui alguma meta? Dentro da feira, você possui alguma meta?
50. Quais as dificuldades atuais dessa feira?
51. Qual sugestão de melhoria você poderia sugerir? Se não souber, qual área deveria ser aplicada à melhoria?

Informações extras levantadas:

## APÊNDICE B - ROTEIRO DE OBSERVAÇÃO

Nome da Feira:	
Data da observação:	
Horário de início:	Horário de conclusão:
Atores observados:	
O que se pretende observar na atividade: Possíveis características de empreendedorismo socioambiental nas feiras.	
Pontos pertinentes na observação:	
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Visão de meio ambiente e modos de preservação ambiental dentro das feiras;</li> <li>2. Modos e formas organizativos e de decisão;</li> <li>3. Ideias diferentes de outras feiras;</li> <li>4. Relações informais/sociais;</li> <li>5. Quantidade de feirantes em relação ao mapeamento feito na revisão bibliográfica;</li> <li>6. Redes de cooperativas;</li> <li>7. Atividades diretas ou paralelas que impactam menos o meio ambiente e gerem impacto social positivo simultaneamente;</li> <li>8. Atividades diretas ou paralelas que impactam menos o meio ambiente;</li> <li>9. Atividades diretas ou paralelas que geram impacto social positivo;</li> <li>10. Acessibilidade;</li> <li>11. Diversidade de feirantes e consumidores;</li> <li>12. Relação de confiabilidade entre produtor-produtor e produtor-consumidor.</li> </ol>	
Impressões:	
Questões geradas após observação (trazer teoria, se for conveniente e possível):	
Elementos/pontos/questões para serem revistos ou inseridos nas próximas observações e entrevistas:	