

**Eixo Temático: Inovação e Sustentabilidade**

**A IMPORTÂNCIA DA FEIRA DA ECONOMIA SOLIDÁRIA NA PERCEPÇÃO DOS  
EMPREENDEDORES PARTICIPANTES DA FEIRA DE SANTA MARIA/RS**

**THE IMPORTANCE OF THE SANTA MARIA/RS SOLIDARY ECONOMY FAIR IN  
THE PERCEPTION OF THE PARTICIPANTS ENTREPRENEURS**

Elio Sérgio Denardin, Taísa Schefer Roveda e João Antônio De Menezes Perobelli

**RESUMO**

O conhecimento do cenário competitivo pode ajudar a modificar a forma atual de pensar e agir de quem empreende negócios trazendo melhorias nas ações de maneira sustentável e fazendo a diferença de seus concorrentes no mercado. O objetivo geral do estudo consistiu em analisar a importância da Feira da Economia Solidária na percepção dos empreendedores participantes na Feira de 2015. A metodologia da pesquisa caracteriza-se como qualitativa e quantitativa, descritiva e de campo. Justifica-se esse estudo por contribuir para aperfeiçoar o desempenho nas atividades dos grupos e oferecer subsídios para as próximas Feiras e o Fórum Mundial. A população da pesquisa constituiu-se em torno de 800 empreendimentos presentes na Feira, sendo selecionada uma amostra de 400 empreendedores, que responderam a entrevista sobre aspectos relevantes da Feira da Economia Solidária, como sua importância, motivos e satisfação de participar. Os resultados demonstram que os principais objetivos de participação na Feira são a comercialização, troca de experiências e de conhecimentos. Também que os empreendedores se manifestaram satisfeitos e muito satisfeitos com o evento. Concluiu-se que a Feira contribui muito para fortalecer a Economia Solidária, divulgando seus resultados em forma de produtos e através do comprometimento dos empreendedores.

**Palavras-chave:** Feira, Empreendedores, Economia Solidária.

**ABSTRACT**

Entrepreneurs need to know of the competitive scenario in order to improve their actions. The objective of the study is to analyze the importance of the 2015 Solidarity Economy Fair. The research methodology is characterized as qualitative and quantitative, descriptive and on field. This study contributes to improve performance of groups activities and it offers subsidies for the upcoming shows and the World Forum. The research population is consisted of around 800 enterprises present at the Fair. A sample of 400 entrepreneurs answered the interview on some relevant aspects of the fair as its importance, reasons and satisfaction to participate. The results show that the main objectives for participating are trading and the exchange of experiences and knowledge. The entrepreneurs demonstrated satisfaction with the event. It was concluded that the fair contributes greatly to strengthening the Solidarity Economy, and it disseminates its results in the form of products and through the commitment of entrepreneurs.

**Keywords:** Fair, Entrepreneurs, Solidary Economy.

## 1 INTRODUÇÃO

O momento atual, caracterizado pela competição na economia, pelas transformações e invenções, vem revolucionando o estilo de vida das pessoas e também aumentando o índice de desemprego, tornando-se dessa forma propício para o surgimento de um crescente número de empreendedores. Daí surge a prioridade de capacitação desses empreendedores para criar e conduzir com sucesso seu próprio negócio. Reporta-se a economistas e especialistas americanos que apontam como resposta para a saída da crise: “estimular e desenvolver o empreendedorismo em todos os níveis” (DORNELAS, 2008, p. 9).

Os empreendedores estão se conscientizando de que o sucesso de seus negócios só é sustentável se for promovido o progresso social e respeitado o equilíbrio do meio ambiente onde atuam, ou seja, se forem sustentáveis. Isto faz com que insiram em seus negócios aspectos sociais e ambientais. A sociedade também está cada vez mais consciente de que é necessário promover o desenvolvimento sustentável (DEGEN, 2009).

No ambiente com excesso de informações e em constante mudança é fundamental ter consciência do que influencia as ações de um empreendedor. O conhecimento do cenário competitivo pode ajudar a modificar a forma atual de pensar e agir trazendo melhorias nas ações de maneira sustentável. As ações, caracterizadas por atitudes empreendedoras, se aplicadas de forma correta, podem fazer a diferença (LENZI, 2009). Enfatiza ainda, que a responsabilidade social, tanto das empresas como dos profissionais, passa a ser um fator essencial para se ter destaque no mercado.

Diante dessa realidade realizou-se uma pesquisa com os empreendedores presentes na 22ª Feira Internacional do Cooperativismo (FEICOOP) de 2015 em Santa Maria, RS. O objetivo geral do estudo constituiu-se em analisar a importância da Feira da Economia Solidária na percepção dos empreendedores participantes na Feira de 2015. Como objetivos específicos estabeleceu-se: identificar o perfil dos empreendedores presentes na Feira; conhecer os motivos para participar da feira; verificar a satisfação dos empreendedores com a Feira; levar sugestões para as próximas Feiras e temas para o Fórum Mundial com possibilidade de integrá-lo à 25ª FEICOOP do jubileu.

Considerando que a maioria dos negócios criados no Brasil é idealizada por pequenos empresários, justifica-se um estudo mais aprofundado sobre o empreendedorismo. Devido às mudanças tecnológicas e à rapidez com que ocorrem, Dornelas (2008) destaca a atualidade e a relevância do tema para a realidade do país.

Pretende-se com o presente trabalho ampliar os conhecimentos sobre o emergente campo de estudo da Economia Solidária que vem se consolidando como uma alternativa para a crise econômica do mundo atual. Além disso conhecer melhor o perfil dos empreendedores participantes da Feira Internacional e contribuir para aperfeiçoar o seu desempenho nas atividades dos grupos engajados no movimento de Economia Solidária e particularmente dos empreendimentos que participam das Feiras que acontecem anualmente no Terminal de Comercialização Dom Ivo Lorscheiter em Santa Maria e do Fórum Mundial, assim como oferecer subsídios para esses eventos.

## 2 REFERENCIAL TEÓRICO

### 2.1 Economia Solidária

O termo Economia Solidária expressa uma dependência mútua, sendo baseada na escolha voluntária do indivíduo de ajudar uns aos outros, de maneira a associar-se para atingir uma meta em comum através de um sistema complexo de relações que envolvem questões financeiras e formas de socialização (ARTIS, 2015).

Desta maneira a Economia Solidária funda-se no que se denominou de paradigma da abundância, no qual o preço não se regula pela escassez nem pelo tempo de trabalho, mas sim por aspectos democraticamente definidos pelos indivíduos envolvidos no processo, onde o preço reflete questões inerentes à subsistência e ao bem viver da coletividade (ARRUDA e MARIANO, 2013).

Assim, Artis (2015) caracteriza a economia solidária como uma rede de relacionamentos, que envolve solidariedade e financiamento e que mescla relações monetárias e laços sociais em um único pacote coerente, como um sistema que foi construído em cima de relações de suporte que facilitam a construção da confiança mútua e de uma relação financeira flexível.

Sendo que dentro desta rede de relacionamentos o bem-estar dos indivíduos envolvidos é um elemento intrínseco às práticas características da Economia Solidária, demonstrando que este movimento insere-se em discussões relacionadas a métodos de desenvolvimento socioeconômico onde foram incorporadas análises acerca de economia de escala; vantagem competitivas de aglomeração; cadeias produtivas; distribuição efetiva de renda etc. (ARRUDA e MARIANI, 2013).

A incorporação destas análises, segundo Gaiger (2015), determina o Empreendedorismo Econômico Solidário (EES), onde o empreendedorismo diz respeito ao conjunto de iniciativas destinadas a assegurar o funcionamento das atividades produtivas de maneira a garantir a remuneração e demais benefícios aos integrantes do grupo. O “solidarismo” por sua vez refere-se à inclusão equitativa de todos os membros do grupo, através da participação igualitária nas decisões, na cooperação produtiva e social das atividades internas do EES, além do envolvimento em questões externas de interesse do coletivo.

## 2.2 Empreendedorismo

A palavra empreendedor deriva do termo inglês *entrepreneur*, tendo como significado, segundo Degen (2009, p. 7) “o que empreende [...] o novo negócio e assume todos os riscos comerciais, legais e pessoais do empreendimento”. Considera ainda como empreendedor “aquele que tem a visão do negócio e não mede esforços para realizar o empreendimento” (p. 8). Sente-se realizado quando sua ideia se torna concreta em seu negócio.

Partindo da visão de Schumpeter, Dornelas (2008, p. 5) apresenta o conceito de empreendedor como sendo o indivíduo que percebe uma oportunidade e cria um negócio para lucrar com ela, assumindo riscos calculados. Afirma que “os empreendedores são pessoas diferenciadas, que possuem motivação singular, apaixonadas pelo que fazem, não se contentam em ser mais um na multidão, querem ser reconhecidas e admiradas, referenciadas e imitadas, querem deixar um legado”.

Degen (2009, p. 15) delinea duas características importantes que entende necessárias ao empreendedor: “não se conformar com o mundo e tentar adaptar o mundo a si”; “ter grande necessidade de realizar e disposição de assumir os riscos e fazer sacrifícios pessoais necessários para ter sucesso”. Também traça o perfil do empreendedor bem-sucedido valendo-se das ideias de Shaw, Schumpeter e McClelland, assim sintetizadas:

- a) Alguém que não se conforma com os produtos e serviços disponíveis no mercado e procura melhorá-los. Trata-se do inconformismo de Shaw;
- b) Alguém que, por meio de novos produtos e serviços, procura superar os existentes no mercado. Consiste no agente do processo de destruição criativa de Schumpeter;
- c) Alguém que não se intimida com as empresas estabelecidas e as desafia com o seu novo jeito de fazer as coisas. Apoiar-se na necessidade de realizar de McClelland.

Os principais motivos para iniciar o próprio negócio são arrolados por Degen (2009):

- Vontade de ganhar muito dinheiro, mais do que na condição de empregado;
- Desejo de sair da rotina do emprego e implementar suas ideias;
- Vontade de determinar seu futuro e não dar satisfação de seus atos;
- Necessidade de provar a si e aos outros que é capaz de realizar empreendimento;
- Desejo de desenvolver algo que traga reconhecimento e benefícios pessoais e para a sociedade.

Dornelas (2008) expõe que, do relatório executivo do *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM, 2000), originaram-se as definições de empreendedorismo de oportunidade e de necessidade. No empreendedorismo de oportunidade, o empreendedor visionário sabe aonde quer chegar, cria uma empresa com planejamento, tendo em mente o crescimento almejado para a empresa, visando a geração de lucros, riqueza e empregos. Já no empreendedorismo de necessidade, o candidato a empreendedor busca a atividade empreendedora mais por falta de opção, por estar desempregado.

Segundo Nogami, Medeiros e Faia (2014), o empreendedor é aquele que assume o papel central no crescimento da economia de um país, visto que ele assume o papel de protagonista na evolução da vida empresarial e na substituição das empresas estabelecidas por novas organizações que são capazes de explorar novas oportunidades e inovações. Para eles são oriundas da dicotomia oportunidade versus necessidade como motivação empreendedora, que é de longa data, contudo, não são dois conceitos mutuamente exclusivos, já que nada impede que, tendo em vista uma situação de dificuldade financeira, um empreendedor desenvolva um produto inexistente e desejado pelo mercado.

Sendo que o empreendedor por oportunidade, segundo Silva (2016), é aquele que iniciou a sua atividade para melhorar a sua condição de vida ao observar uma oportunidade para empreender, que alinhado às suas experiências e pelo conhecimento empírico adquirido durante a sua carreira, possui maior facilidade para aproveitar tais oportunidades.

Para o desenvolvimento de tal empreendedor, observa-se a necessidade dele estar constantemente envolvido em ambientes de aprendizagem, que lhe possibilitem o desenvolvimento de características importantes para o seu crescimento (TAVARES, MOURA e ALVES, 2013).

Por sua vez, os empreendedores por necessidade muitas vezes não possuem informações de mercado e, nem sempre, têm experiência na área em que desejam atuar, podendo também não dispor de recursos e de apoio financeiro, além de não possuir formação e informações suficientes sobre a atividade empreendedora (SILVA, 2016).

Desta maneira, Tavares, Moura e Alves (2013) destacam que a formação de empreendedores torna-se um importante fator para o desenvolvimento econômico de uma região, tornando-a atrativa para negócios inovadores e formadora de capital social com elevado nível de conhecimento. Porém, no Brasil o “título” de empreendedor de sucesso não é uma tarefa fácil, principalmente porque o empreendedor além de ter que dominar os desafios do mercado, ele também deve superar a excessiva carga tributária, a burocracia, a lentidão da justiça e a dificuldade em encontrar mão de obra qualificada (SILVA, 2016).

De acordo com Lenzi (2009), inúmeras oportunidades são proporcionadas pela nova economia, porém exigem que os empreendedores possuam uma visão de futuro, voltada ao novo. Juntamente com a nova economia surge uma nova organização diferenciada do passado, caracterizada pela diversidade, flexibilidade, participação de todos, tendo como condições indispensáveis para a sobrevivência, a conduta ética e a responsabilidade social. Enfatiza que a responsabilidade social, tanto das empresas como dos profissionais, passa a ser um fator essencial para se ter destaque no mercado. Finaliza dizendo que “definir com clareza a sua visão de futuro é o primeiro e mais importante passo rumo ao sucesso como empreendedor” (p. 11).

### 3 METODOLOGIA

Existem diversas formas de conhecer a realidade. A metodologia desse estudo caracterizou-se quanto à natureza como pesquisa qualitativa e quantitativa, quanto aos objetivos como pesquisa exploratória e descritiva e quanto aos procedimentos pesquisa de campo.

A pesquisa qualitativa, no entendimento de Malhotra (2011), procura obter uma visão e compreensão qualitativa do problema e das razões e motivações para seu estudo. Já a pesquisa quantitativa busca quantificar os dados e generalizar resultados com base em amostra significativa envolvendo alguma análise estatística. De acordo com Michel (2009), a pesquisa descritiva busca verificar e explicar problemas e fatos da vida real, assim como observa e faz relações à luz da influência do ambiente. E expõe que a pesquisa de campo coleta dados do ambiente natural visando observar e criticar a realidade fundamentada na teoria, para explicar os fenômenos e criar significados sociais.

A população da pesquisa constituiu-se em torno de 800 empreendimentos presentes na 11ª Feira Latino Americana de Economia Solidária e 22ª Feira Internacional do Cooperativismo de 10 a 12 de julho de 2015 em Santa MARIA, RS – Brasil, sendo selecionada uma amostra de 400 empreendedores, sendo a amostragem por acessibilidade.

A coleta de dados realizou-se no ambiente da Feira, por meio de entrevista com questões fechadas e abertas aos empreendedores sobre aspectos relevantes da Feira da Economia Solidária, como sua importância, motivos e satisfação de participar, sugestões para 25ª FEICOOP e da possibilidade de realizá-la com o Fórum Mundial. Os dados obtidos foram processados pelo Programa Sphinx-Léxica V, para análise e interpretação.

### 4 PERCEPÇÃO DA ECONOMIA SOLIDÁRIA PELOS EMPREENDEDORES

Os resultados da pesquisa realizada na 11ª Feira Latino Americana de Economia Solidária e 22ª Feira Internacional do Cooperativismo de 10 a 12 de julho de 2015 em Santa Maria, RS – Brasil abrangem o perfil dos empreendedores e aspectos importantes de sua atuação. Dos 800 empreendimentos presentes na Feira de Economia Solidária de julho de 2015 foram pesquisados 400 representantes abrangendo 360 grupos diferentes.

#### 4.1 Perfil dos empreendedores

A procedência dos empreendedores pesquisados foi de 6 países, de 21 estados e 143 municípios. O Brasil teve uma representação de 96,50% e os demais países 3,50%, a participação pouco expressiva desses, na opinião de alguns pesquisados, deve-se em parte à falta de ajuda de seus governos. Quanto aos estados com maior representação de empreendedores foi o Rio Grande do Sul, com 76,00%, seguido dos estados de Santa Catarina com 5,00%, Rio de Janeiro e Minas Gerais com 4,50% respectivamente, e mais 17 estados representando 10% da amostra pesquisada. Dos empreendimentos pesquisados na Feira 29,50% situam-se em Santa Maria, 4,25% em Porto Alegre, 2,75% em Agudo e Novo Hamburgo respectivamente, 2,50% em Caxias do Sul e o mesmo percentual em Itaara, 2,00% residem no Rio de Janeiro, e ainda 53,75% nos demais 136 municípios.

Quanto ao gênero dos pesquisados predominou o feminino com 69,50%, sendo do masculino 29,75%, e 0,75% não responderam. No que se refere à faixa etária, os respondentes estão assim distribuídos: 26,25% de 51 a 60 anos, 21,5% de 41 a 50 anos, 19,25%, acima de 60 anos, 16,5% de 31 a 40 anos, 14,75% de 21 a 30 anos e 1,75% até 20 anos. Percebe-se que 67,0% da amostra dos empreendedores presentes na Feira possuem mais de 40 anos de idade. Em relação ao estado civil 50,0% são casados, 23,5% solteiros, 10,25% separados/divorciados, 6,25% união estável e viúvos respectivamente, 0,75 outro estado civil e 3,0% não responderam.

No que se refere à escolaridade, constata-se o ensino médio completo com 32,75%, seguido do ensino superior completo com 14,5%, o fundamental completo com 10,75%, o fundamental incompleto, o ensino médio incompleto e o superior incompleto com 10,25% respectivamente, o técnico com 6,25%, 3,0% Pós-Graduação completo, 1,25% Pós-Graduação incompleto e 0,75% não responderam. Constata-se que a maioria possui um bom nível de formação.

#### 4.2 Percepção da Feira de Economia Solidária pelos empreendedores

A análise dos resultados da percepção dos empreendedores referente aos aspectos pesquisados na Feira consta a seguir. Percebe-se na Tabela 1 as diversas formas de organização dos grupos na Economia Solidária.

Tabela 1 - Forma de organização do empreendimento/grupo

Forma de organização	Freq.	%
Grupo informal	154	38,50%
Associação	99	24,75%
Cooperativa	49	12,25%
Micro e Pequena empresa	49	12,25%
Outro	49	12,25%
Total	400	100%

Fonte: Pesquisa de campo pelos pesquisadores.

Constatou-se que 38,50% dos empreendimentos pesquisados estão organizados como grupo informal, já 24,75% como associação e 12,25% como cooperativa, micro e pequena empresa e outra forma respectivamente. O tempo de participação nos grupos da Economia Solidária visualiza-se na Tabela 2.

Tabela 2 - Tempo que participa em empreendimentos/grupo da Economia Solidária

Tempo que participa	Freq.	%
Não resposta	6	1,50%
Até 1 ano	64	16,00%
1 a 2 anos	58	14,50%
3 a 5 anos	95	23,75%
6 a 10 anos	87	21,75%
11 a 15 anos	48	12,00%
16 a 20 anos	21	5,25%
21 a 25 anos	13	3,25%
Acima de 25 anos	8	2,00%
Total	400	100%

Fonte: Pesquisa de campo pelos pesquisadores.

Quanto ao tempo de participação nos grupos ou empreendimentos da Economia Solidária, 45,50% afirmaram que participam de 3 a 10 anos, 30,50% de 1 a 2 anos, e 22,50% fazem parte desse movimento acima de 10 anos.

No contato, averiguou-se com os grupos que 62,25% vêm à Feira representando o seu grupo, mas os demais 37,75% representam de dois até mais de seis grupos, trazendo a produção dos mesmos para a exposição e comercialização. Esses dados mostram uma característica da economia solidária, como ressalta Artis (2015), uma rede de relacionamentos, que envolve solidariedade e financiamento e mescla relações monetárias e laços sociais.

A área de atuação mais destacada pelos grupos, por meio de respostas múltiplas, constituiu-se no artesanato em geral com 49,00%, seguida de áreas mais específicas do tricô/crochê com 24,00%, na sequência pães e doces com 17,50%, artesanato em madeira com 13,25%, pintura e decoração com 11,75% cada uma, vestuário com 10,25%, hortifrutigranjeiros com 9,75% e ainda foram mencionadas diversas atividades, tais como: artesanato em

cerâmica/porcelana, em couro, cristais/vidro e metal, bebidas, laticínios, mercearia, apicultura e floricultura. Cabe destacar que vem se notando na sequência das Feiras da Economia Solidária uma significativa ampliação da diversidade e da melhoria da qualidade dos produtos.

A Tabela 3 mostra os motivos que levam os empreendedores a participarem da Feira de Economia Solidária.

Tabela 3 - Motivos de participação na Feira

Motivos de participação na Feira	Freq.	%
Não resposta	1	0,25%
Conhecer a feira	127	31,75%
Troca de experiências	289	72,25%
Mostrar as inovações	144	36,00%
Busca de inovações	180	45,00%
Vender seus produtos	315	78,75%
Troca de produtos	94	23,50%
Troca de conhecimento	241	60,25%
Outros	18	4,50%
Total	400	

Obs. A quantidade de citações é superior à quantidade de observações devido às respostas múltiplas.

Fonte: Pesquisa de campo pelos pesquisadores.

Todos os motivos arrolados para participar na Feira são de grande importância, como pode-se observar: a venda dos produtos do grupo com 78,00% a troca de experiências com 72,25%, a troca de conhecimento com 60,25%, a busca de inovações com 45,00% e também mostrar inovações com 36,00%, ainda foram citados conhecer a feira com 31,75% e a troca de produtos com 23,50%. Os resultados evidenciam a colocação dos produtos, assim como, o aperfeiçoamento das pessoas, sendo coerentes com os objetivos do negócio expostos por Degen (2009) relacionados a métodos de desenvolvimento socioeconômico e condições inerentes à subsistência e ao bem viver da coletividade destacadas por Arruda e Mariani (2013).

Ao serem questionados sobre a importância da Economia Solidária 98,00% ressaltam que é de muita importância para eles, apenas 1,75% consideram de pouca importância e 0,25% não responderam. Entre os fatores relevantes da feira os empreendedores destacaram: a formação e aprendizagem pela diversidade e grande troca de conhecimentos; a cooperação entre os grupos participantes da Economia Solidária; troca de experiências e vivências entre os membros dos empreendimentos e oportunidade de crescimento; intercâmbio cultural entre diferentes regiões, estados e países; oportunidade para exposição e comercialização direta dos produtos; diversidade de produtos e pessoas; a união dos grupos em torno de um ideal; divulgação do trabalho; valorização dos produtos gerando renda; um modelo de desenvolvimento sustentável que fortalece a Economia Solidária; e a infraestrutura oferecida para a Feira.

Percebe-se na Tabela 4 os papéis que vem sendo exercidos pela Feira de Economia Solidária.

Tabela 4 - Papéis que a Feira vem cumprindo

Papéis que a Feira vem cumprindo	Freq.	%
Não resposta	2	0,50%
Compartilhar conhecimentos	225	56,25%
Compartilhar experiências	260	65,00%
Compartilhar produtos/serviços	199	49,75%
Educar para uma nova economia	221	55,25%
Aprender e receber informações	198	49,50%
Outro papel	23	5,75%
Total	400	

Obs. A quantidade de citações é superior à quantidade de observações devido às respostas múltiplas.

Fonte: Pesquisa de campo pelos pesquisadores.

Na opinião dos empreendedores a Feira de Economia Solidária vem cumprindo vários papéis tais como: compartilhar experiências na visão de 65,00%, compartilhar conhecimentos para 56,25%, educar para uma nova economia na opinião de 55,25%, compartilhar produtos/serviços para 49,75% e aprender e receber informações na apreciação de 49,50%.

Abordados se acreditam que a Economia Solidária contribui para a renda de sua família, 73,75% afirmaram que contribui muito, 24,00% dizem que contribui pouco e 1,25% opinam que não contribui nada. A maioria concorda com a ideia de Gaiger (2015), que o empreendedorismo econômico solidário assegura o funcionamento das atividades produtivas de maneira a garantir a remuneração e demais benefícios aos integrantes do grupo.

A Tabela 5 reúne a avaliação da comunicação entre organizadores e os empreendedores e dos grupos entre si, também apresenta a avaliação das atividades de formação realizadas na Feira.

Tabela 5 - Avaliação da comunicação entre organizadores e grupos, grupos entre si, e das atividades dos eventos

Avaliação da comunicação na Feira	Não resp.	Ruim	Razoável	Bom	Muito bom	Ótimo	Total
	Fr. %	Fr. %	Fr. %	Fr. %		Fr. %	Fr. %
Como você avalia a comunicação entre os organizadores Feira com as pessoas dos empreendimentos/grupos durante a Feira	2 0,5	2 0,5	29 7,25	127 31,75	147 36,75	93 23,25	400 100
Como avalia a comunicação entre as pessoas dos empreendimentos/grupos durante a Feira	9 2,25	1 0,25	13 3,25	138 34,50	161 40,25	78 19,50	400 100
Como você avalia as atividades de oficinas, seminários, palestras, mini cursos durante o evento para seu aprendizado	35 8,75	2 0,50	17 4,25	110 27,50	172 43,00	64 16,00	400 100

Fonte: Pesquisa de campo pelos pesquisadores

No que se refere à avaliação da comunicação entre organizadores e empreendedores participantes da Feira constatou-se que 36,75% consideram muito boa, 31,75% dizem ser boa e 23,25% ótima, chegando a 91,75%. A comunicação entre as pessoas dos empreendimentos/grupos entre si revelou-se semelhante a anterior, pois 40,25% julgaram muito boa, 34,50% ponderaram como boa e 19,50% ótima, atingindo 94,25%. A avaliação das atividades voltadas para o aprendizado também mostrou que foram positivas, onde 43,00% afirmam ser muito boas, 27,50% asseveraram como boas e 16,00% ótimas, alcançando 86,50%.

A opinião dos empreendedores quanto à contribuição da Feira para a formação social e política encontra-se na Tabela 6.

Tabela 6 - Avaliação da contribuição desta Feira para a formação social e política das pessoas dos grupos

Avaliação a contribuição da Feira	Freq.	%
Não resposta	20	5,0%
Não contribui	0	0,0%
Contribui pouco	55	13,75%
Contribui muito	325	81,25%
Total	400	100%

Fonte: Pesquisa de campo pelos pesquisadores.

A avaliação da contribuição desta Feira para a formação social e política das pessoas dos Empreendimentos/grupos revelou-se positiva, pois 81,25% afirmam que contribui muito e 13,75% dizem que contribui pouco e 5,00% não responderam. Constatou-se também que 92,00% dos pesquisados reconheceram que a Feira é muito importante para divulgar o movimento da Economia Solidária. Esses resultados reforçam a influência da Feira para o envolvimento em questões de interesse do coletivo manifestado por Gaiger (2015).

Na Tabela 7 encontram-se os níveis de satisfação dos empreendedores com a Feira.

Tabela 7 - Satisfação dos empreendedores com esta Feira da Economia Solidária

Satisfação com esta Feira	Freq.	%
Não resposta	17	4,25%
Nada satisfeito	0	0,0%
Pouco satisfeito	9	2,25%
Satisfeito	212	53,0%
Muito satisfeito	162	40,5%
Total	400	100%

Fonte: Pesquisa de campo pelos pesquisadores.

As informações levantadas na pesquisa demonstram que 53,00% dos empreendedores estão satisfeitos com a Feira e 40,50% muito satisfeitos, atingindo um percentual significativo de 93,50% de aprovação, apenas 2,25% manifestaram-se pouco satisfeitos e 4,25% não responderam esta questão.

A imagem que a Feira de Economia Solidária passa para a sociedade vê-se na Tabela 8.

Tabela 8 - A imagem/ideia da Feira na sociedade

Imagem/ideia da Feira na sociedade	Freq.	%
Não resposta	20	5,0%
Ruim	0	0,0%
Razoável	10	2,5%
Boa	86	21,5%
Muito boa	182	45,5%
Ótima	102	25,5%
Total	400	100%

Fonte: Pesquisa de campo pelos pesquisadores.

Com relação à imagem/ideia que a Feira transmite para a sociedade verificou-se que 45,50% opinaram que é muito boa, 25,50% consideram ótima, 21,50% boa, alcançando um percentual positivo de 92,50%, apenas 2,50% a percebem como razoável e 5,00% não se posicionaram.

Os empreendedores, quando arguidos de que forma as Políticas Públicas podem facilitar o desenvolvimento e a prática da Economia Solidária, através de respostas múltiplas, 60,00% responderam investindo em projetos e investindo na educação para a economia solidária respectivamente, 41,75% criando uma lei que favoreça, 5,75% disseram de outra forma e 2,50% não opinaram.

A seguir os empreendedores foram interrogados como percebem a Economia Solidária e as Políticas Públicas como alternativas para a situação de hoje, 48,00% se pronunciaram que trazem soluções a longo prazo, 32,50% apresentam soluções concretas a curto prazo, já 12,25% opinaram que não apresentam soluções concretas e 7,25% não emitiram parecer.

As opiniões sobre a perspectiva de realizar o fórum Mundial juntamente com 25ª FEICOOP pode ser visualizada na Tabela 9.

Tabela 9 – Percepção da Economia Solidária e as Políticas Públicas como alternativas para a situação de hoje

Percepção da Economia Solidária	Freq.	%
Não resposta	29	7,25%
Não apresentam soluções concretas	49	12,25%
Trazem soluções a longo prazo	192	48,00%
Trazem soluções concretas a curto prazo	130	32,50%
Total	400	100,00%

Fonte: Pesquisa de campo pelos pesquisadores.

Os empreendedores opinaram sobre a perspectiva de realizar o 3º Fórum Mundial Temático de Economia Solidária durante a 25ª FEICOOP, sendo o resultado exposto na Tabela 10.

Tabela 10 - Perspectiva de realizar o 3º Fórum Mundial Temático de Economia Solidária durante a 25ª FEICOOP

Perspectiva de realizar o 3º Fórum	Freq.	%
Não resposta	27	6,75%
Sim	311	77,75%
Não	23	5,75%
Talvez	39	9,75 %
Total	400	100%

Fonte: Pesquisa de campo pelos pesquisadores.

Os empreendedores num percentual expressivo de 77,75% manifestaram-se favoráveis à efetivação de ambos os eventos juntos, já 9,75% responderam talvez, por outro lado, 5,75% julgam que os eventos não devem acontecer juntos e 6,75% não se pronunciaram. Os principais motivos alegados são: torna o evento mais festivo e maior, agrega mais pessoas de vários lugares, trata-se do espaço ideal para discutir, acrescentar informações e conhecimentos à Economia Solidária, é um marco histórico, uma Feira de referência Internacional, incentiva e promove a Economia Solidária, torna-se mais econômico, há maior experiência, agrega mais valor e cumprem objetivos complementares.

Na ocasião os pesquisados apresentaram sugestões para os eixos temáticos do 3º Fórum Mundial, sendo considerados diversos temas: como educação em Economia Solidária; humanização, cooperação e paz entre os povos; empreendimentos e formação de gestores; economia em geral; formação para grupos específicos; finanças solidárias; produção orgânica; reciclagem; políticas públicas; novas formas de comercialização, entre outros.

Também relacionaram muitas atividades para serem executadas durante o Fórum Mundial, evidenciando-se oficinas práticas para aprendizagem em diversas áreas; apresentações artísticas e teatrais; maior divulgação do evento; mais palestras informativas e explicativas; exposição da evolução e dos resultados da Economia Solidária; seminários e dinâmicas de conscientização e formação nesta economia; atividades específicas para crianças, jovens e idosos; amostra de produtos, gincanas e prêmios; parcerias com entidades de Santa Maria.

Procurou-se ainda colher sugestões para as próximas Feiras de Economia Solidária a serem realizadas em Santa Maria. As principais propostas foram as seguintes: ampliação e disposição no espaço para os expositores e circulação dos visitantes; melhorias na infraestrutura dos pavilhões; melhor organização na distribuição dos empreendimentos; continuar ampliando e modernizando a feira; realizar mais eventos de integração entre os expositores; melhorar a divulgação do evento; investir mais na educação solidária; rever horários de funcionamento da Feira; melhorar a alimentação, a hospedagem e estacionamento para os expositores.

## 5 CONCLUSÃO

Na sociedade atual, caracterizada por uma aguda crise econômica, e como consequência um crescente nível de desemprego, o movimento de Economia Solidária vem sendo uma alternativa para a minimizar os problemas sociais, oferecendo oportunidades de trabalho e obtenção de renda para a sobrevivência das famílias dos associados.

O presente estudo que se propôs analisar a importância da Feira da Economia Solidária na percepção dos empreendedores participantes na Feira de 2015 atingiu seus objetivos. No que se refere ao perfil dos empreendedores presentes na Feira constatou-se que vieram de muitos municípios, estados e alguns países. Predominam o gênero feminino, estado civil casados, com mais de 40 anos e bom nível de escolaridade.

Os motivos para participar na Feira revelaram-se de grande importância, como: a venda dos produtos do grupo, a troca de experiências, a troca de conhecimento, a busca e

demonstração de inovações. No que tange à satisfação dos empreendedores verificou-se que atingiu um nível elevado de satisfeitos e muito satisfeitos com a Feira.

Quanto ao objetivo de levar sugestões para as próximas Feiras e temas para o Fórum Mundial com possibilidade de integrá-lo à 25ª FEICOOP do jubileu, foram coletadas muitas e diversificadas opiniões. A seguir constam as sugestões que foram mais destacadas.

Os temas mais sugeridos pelos empreendedores para os eixos temáticos do 3º Fórum Mundial foram educação em Economia Solidária; humanização, cooperação e paz mundial; empreendimentos e formação de gestores; economia em geral e formação para grupos específicos. Também sugeriram oficinas práticas para aprendizagem em diversas áreas; apresentações artísticas e teatrais; maior divulgação do evento; mais palestras informativas e explicativas; exposição da evolução e dos resultados da Economia Solidária; seminários, dinâmicas e formação nesta economia; atividades para crianças, jovens e idosos.

As principais propostas para as futuras Feiras foram: ampliação e disposição no espaço para os expositores e circulação dos visitantes; melhorias na infraestrutura dos pavilhões; melhor organização na distribuição dos empreendimentos; continuar ampliando e modernizando a Feira; realizar mais eventos de integração entre os expositores.

A conclusão do estudo é que os resultados são positivos, pois foram dados muitos elogios sobre a organização, a qualidade dos trabalhos e as mudanças efetivadas no âmbito das Feiras. As sugestões demonstram a efetiva participação dos empreendedores, assim como a preocupação de melhoria contínua e crescimento dos eventos que fortalecem o movimento de Economia Solidária.

## REFERÊNCIAS

ARRUDA, D. O., MARIANI, M. A. P. (2013). A construção dos fundamentos conceituais da economia solidária. **Revista Política & Sociedade**, 25, 99-129. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.5007/2175-7984.2013v12n25p99>. Acesso em: 10 de mar. 2016.

ARTIS, A. Social and solidarity finance: A conceptual approach. **Research in International Business and Finance**, (2015). Disponível em: <http://doi.org/10.1016/j.ribaf.2015.11.011>, Acesso em: 10 de mar. 2016.

DEGEN, Ronald Jean. **O empreendedor: empreender como opção de carreira**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2009.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. 3.ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

GAIGER, L. I. (2015). A economia solidária na contramarcha da pobreza. **Sociologia, Problemas e Práticas**, v.79, p. 43–63. Disponível em: <http://doi.org/10.7458/SPP2015793556>. Acesso em: 11 de mar. 2016.

LENZI, Fernando César. A visão empreendedora de negócios. In: LENZI, Fernando César; KIESEL, Marcio Daniel. (Orgs.) **O empreendedor de visão**. São Paulo: Atlas, p. 3-21, 2009.

MALHOTRA, Naresh. **Pesquisa de marketing: foco na decisão**. 3.ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2011.

MICHEL, Maria Helena. **Metodologia e pesquisa científica em ciências sociais**. 2.ed. São Paulo: Atlas, 2009.

NOGAMI, V. K. C.; MEDEIROS, J.; FAIA, V. S. Análise da evolução da atividade empreendedora no Brasil de acordo com o *Global Entrepreneurship Monitor (GEM)* entre os anos de 2000 e 2013. *Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas*, 3 (3), 31-76. DOI 1014211/regepe33002, 2014.

SILVA, Leonardo Cassiano. **Empreender no Brasil**: Da necessidade ao sonho. Fatores históricos, políticos, econômicos e sociais. 2016. Disponível em: <http://www.repositorio.uniceub.br/bitstream/235/8018/1/51400952.pdf>. Acesso em: 11 mar. 2016.

TAVARES, Moreira C.; MOURA, Luiz G. de; ALVES, Nunes J. Educação empreendedora e a geração de novos negócios. En: *Observatorio de la Economía Latinoamericana*, n. 188, 2013. Disponível em: <http://www.eumed.net/coursecon/ecolat/br/13/empreendedorismo.html>. Acesso em: 11 de mar. 2016.