

Feira de Economia Solidária da UEPG: análise do desempenho econômico, organizacional e político-pedagógico de empreendimentos incubados

Jonas Merrett¹; Luiz Fernando Lara²; Victor Emanuel Santos Borges³; Juliane Pscheidt Alves⁴; Maisa de Moraes Pedrosa⁵; Eduarda de Oliveira Florencio⁶

GT: Ecosocioeconomia: Teoria e Práxis

Resumo

O presente trabalho tem como objetivo analisar o desempenho econômico e organizacional da Feira de Economia Solidária da Universidade Estadual de Ponta Grossa (FESU), avaliando seus impactos sobre a geração de renda, organização coletiva e fortalecimento dos princípios da economia solidária. A importância deste estudo reside na necessidade de compreender como empreendimentos incubados, organizados sob os princípios da autogestão, cooperação e solidariedade, se mantêm e se desenvolvem em um ambiente universitário, oferecendo alternativas ao modelo capitalista tradicional. A pesquisa adotou abordagem metodológica mista, com procedimentos quantitativos baseados na análise de registros de vendas dos empreendimentos e cálculos de médias, e qualitativos, por meio de entrevistas semiestruturadas com feirantes. Essa combinação permitiu captar tanto os números quanto os sentidos e experiências de quem vive a feira no cotidiano. Os resultados indicaram um crescimento expressivo nas vendas do primeiro trimestre de 2025 em comparação com 2024, impulsionado pela mudança de local e aumento da frequência das edições da feira. Observou-se também uma diversidade de produtos e estratégias distintas de comercialização, além de desafios logísticos, especialmente para empreendimentos que trabalham com alimentos perecíveis ou produtos coletivos. Conclui-se que a FESU vai além de um espaço de comercialização: constitui-se como território político-pedagógico, fortalecendo práticas de formação, diálogo, planejamento coletivo e transformação social. A feira consolida-se como instrumento de construção de alternativas sustentáveis, democráticas e solidárias no interior da universidade.

Palavras-chave: Economia solidária; Geração de renda; Autogestão; Empreendimentos incubados; Universidade pública.

¹ Economista/UEPG Estadual de Ponta Grossa; Ponta Grossa, Paraná, Brasil. jonasmerrett026@gmail.com; ORCID: 0009-0007-1504-8719

² Doutor em sociologia/PUC-SP; departamento de administração/IESol/UEPG; Ponta Grossa; Paraná; Brasil; e-mail: lflara@uepg.br; ORCID: 0000-0002-1258-7019

³ Estudante do Curso de Serviço Social; Departamento de Serviço Social/IESol/UEPG; Ponta Grossa, Paraná, Brasil. E-mail: 23005165@uepg.br; ORCID: 0009-0003-5030-8011

⁴ Química/UEPG Estadual de Ponta Grossa; Ponta Grossa, Paraná, Brasil juli_pscheidt@hotmail.com; ORCID: 0009-0009-7675-6086

⁵ Estudante do Curso de Comercio do Exterior; Departamento de Serviço Social/IESol/UEPG; Ponta Grossa, Paraná, Brasil. E-mail: 23008469@uepg.br; ORCID: 0009-0001-6651-2178

⁶ Estudante do Curso de Serviço Social; Departamento de Serviço Social/IESol/UEPG; Ponta Grossa, Paraná, Brasil. E-mail: dudaaaflorencio@gmail.com; ORCID: 0005-1540-6593

1 INTRODUÇÃO

A sociedade atual tem cada vez mais naturalizado e normalizado o capitalismo como modelo econômico ideal, influenciada pela imposição constante e persistente de ideais meritocráticos, lei da oferta e procura e valorização de acúmulo de capital. Nesse sistema, o melhor preço vence, o negócio cresce e o lucro aumenta. Enquanto isso, o concorrente “perde” (Singer, 2002). A economia solidária (ECOSOL) tem se mostrado como uma alternativa para o enfrentamento a esse modelo capitalista, proporcionando oportunidades alternativas ao desemprego, informalidade e ao trabalho precário e exploratório (Brasil, 2025).

Organizada de forma alternativa ao modelo capitalista, a ECOSOL baseia-se em um modo de produção valorizando o ser humano e não o capital, buscando relações mais justas economicamente e ambientalmente (Brasil, 2025). Esse enaltecimento e respeito ao ser humano reflete os valores fundamentais que norteiam esse modelo, como a adesão voluntária e esclarecida dos membros e têm o direito à participação democrática em processos decisórios. Dessa forma, os princípios de autogestão, cooperação, intercooperação, solidariedade, promoção do desenvolvimento humano são respeitados no meio de produção da organização. Além desse cuidado, a economia solidária também possui como princípio a sustentabilidade, na preocupação com a natureza para produção e consumo éticos (Brasil, 2025; NuMi, 2025).

Os princípios da ECOSOL de propriedade coletiva ou associada e o direito à liberdade individual permitem a formação de organizações cooperativistas ou sociedade econômica, com trabalhadores unidos em uma única classe que possui um capital por igual nessa organização e que se associam por possuírem objetivos comuns e dessa forma, buscam resolver seus problemas de forma conjunta (Gaiger, 2008; Singer, 2002).

Diferente das organizações capitalistas, na ECOSOL não há recebimento de salário entre os sócios e sim retiradas. Essas retiradas são decididas de forma coletiva em assembleia, variam conforme a receita e podem ser iguais ou diferenciadas de acordo com o critério decidido em assembleia (Singer, 2002). A presença de iniciativas de ECOSOL está em organizações coletivas de produtores e de prestação de serviços, redes de produção, cooperativas de agricultura familiar e de assentamentos e outros (Brasil, 2025). Também há instituições de finanças solidárias, como cooperativas de créditos e bancos comunitários (Brasil, 2025).

Segundo Singer, as empresas solidárias poderiam superar análogas capitalistas oferecendo produtos ou serviços melhores em termos de preço e/ou qualidade (Singer, 2002). Entretanto, assim como os produtores de agricultura familiar sentiram sinais de exaustão na

forma tradicional de comercialização (Estevam, 2016), a economia solidária também se mobiliza para alcançar seus consumidores. Um dos formatos encontrados principalmente em universidades são as Feiras de Economia Solidária, sendo uma delas situada na Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG) (Rebelo, 2018).

A Feira de Economia Solidária da UEPG (FESU) ocorre semanalmente às quintas-feiras no pátio do bloco da referida universidade há 14 anos, reunindo grupos incubados pela Incubadora de Empreendimentos Solidários da UEPG (IESOL). Dentre os produtos oferecidos aos consumidores estão produtos agroecológicos orgânicos, artesanatos, alimentos e produtos coletivos. Os produtos coletivos são produzidos por um grupo de pessoas, onde seu processo passa pela tutoria de várias pessoas pertencentes a uma organização até o acabamento final e comercialização.

A IESOL, promove o processo de incubação de grupos de economia solidária e proporciona o projeto da FESU como espaço no qual esses grupos podem oferecer seus produtos e compartilhar experiências entre si, promovendo também feiras temáticas com parcerias para fomentar a atividade de extensão e o consumo dos produtos derivados da ECOSOL.

O presente trabalho tem por objetivo analisar o desempenho econômico e organizacional da FESU por meio de dados qualitativos e quantitativos observados e coletados em edições da feira e por dados de vendas cedidos pelas feirantes e, dessa forma, compreender os impactos da feira sobre a geração de renda, a organização coletiva e os princípios da economia solidária.

2 METODOLOGIA

A metodologia adotada neste trabalho é composta por abordagens quantitativa e qualitativa, de forma a garantir uma análise mais abrangente e consistente dos dados coletados. A utilização dessas duas vertentes metodológicas permite não apenas mensurar e comparar dados objetivos sobre o desempenho das feiras, mas também compreender os sentidos, percepções e experiências vividas pelos sujeitos diretamente envolvidos com a dinâmica dos empreendimentos. Dessa maneira, busca construir um panorama mais completo e aprofundado da realidade investigada, articulando números e narrativas que se complementam na interpretação dos fenômenos sociais.

A abordagem quantitativa foi desenvolvida por meio da análise dos registros de vendas individuais de cada feirante. Dessa forma, utilizou-se o cálculo da média aritmética simples, cujo objetivo principal é mensurar a variação individual do volume de vendas em função da

participação nos dias de feira. Cazorla (2003), a média aritmética oferece um valor representativo do conjunto de dados, funcionando como um escore típico capaz de resumir o comportamento da variável em estudo. Sua formulação consiste na soma de todos os valores observados, dividida pelo número total de observações consideradas.

Em complemento, a abordagem qualitativa foi conduzida por meio da realização de entrevistas semiestruturadas com um representante de cada empreendimento econômico participante da pesquisa. Na perspectiva de Minayo (2010 apud Batista, Matos e Nascimento, 2017), a entrevista configura-se como uma forma de interação social planejada entre duas ou mais pessoas, na qual o entrevistador conduz o diálogo com o propósito de obter informações relevantes à investigação, abordando questões específicas diretamente relacionadas ao objeto de estudo.

A inclusão dessa abordagem qualitativa justifica-se pela necessidade de uma visão interna da dinâmica das feiras. A análise de dados, para ser mais precisa e contextualizada, demanda o conhecimento direto de quem vivencia cotidianamente o ambiente da feira — pessoas que acompanham o fluxo de consumidores, percebem padrões de comportamento e compreendem, de forma concreta, os motivos que influenciam a participação e as vendas. Dessa forma, as percepções das feirantes enriquecem e aprofundam a análise, oferecendo subsídios valiosos para compreender os resultados obtidos na investigação quantitativa.

As entrevistas foram realizadas com quatro feirantes participantes da FESU, sendo uma por cada empreendimento e foram identificadas percepções relevantes sobre a dinâmica da feira em 2025. Com fins de organização, as entrevistadas foram caracterizadas neste artigo como feirante 1, feirante 2, feirante 3 e feirante 4. Os relatos a seguir apontam perspectivas individuais sobre o desempenho das vendas e impacto das mudanças de local, que complementam a análise quantitativa oferecendo a prática das experiências vividas no contexto da economia solidária.

Feirante 1

A entrevistada demonstrou uma avaliação positiva do ano atual em relação ao anterior, destacando que a feira apresenta resultados mais satisfatórios e que a expectativa é de continuidade na melhora, em relação ao produto coletivo observou que o retorno financeiro ainda é limitado, sendo apenas suficiente para compensar os custos de aluguel da associação, apesar das vendas, o grupo tem mantido os compromissos financeiros graças à combinação entre vendas na feira e encomendas feitas por externos.

[...] Eu avalio positivamente, jamais a gente vai pensar que vai ser menos do que o ano passado, tá sendo melhor do que o ano passado [...] (Feirante 1).

Feirante 2

Apesar de registrar melhora nas vendas em comparação ao ano anterior, a feirante apontou dificuldades específicas no ponto de comercialização localizado em outro campus da universidade, destacou que os melhores resultados ocorrem em períodos específicos do mês e que a baixa movimentação compromete o aproveitamento do tempo investido, demonstrou preocupação com os custos de participação, afirmando que, no caso do produto coletivo, as vendas não têm sido suficientes para compensar as despesas fixas envolvidas.

[...] Olha, eu tô vendendo melhor do que no ano passado, mas lá em Uvaranas pra mim é só no dia do pagamento, como eu te falei, elas pagam e compram pro outro mês, tá muito fraco [...] (Feirante 2).

Feirante 3

A entrevistada refletiu sobre a mudança de local da feira, afirmando que, embora inicialmente tenham tido experiências negativas naquele espaço, o grupo optou por participar novamente e percebeu potencial na nova configuração, mencionou que as vendas de alimentos têm sido razoáveis, e que embora ocorra perda de produtos, há estratégias de reaproveitamento e doação que evitam o desperdício completo. Para ela, mesmo quando há sobra, trata-se de um processo esperado e que não deve desestimular a continuidade do trabalho coletivo, reforçando a importância de permanecer firme nos princípios da economia solidária.

[...] Tá regulado, não tá bom, sabe. Consequentemente tem perda, mas a perda pra nós é assim, quando sobra a folha eu passo na empresa que meu filho trabalha e o que eu não for aproveitar na próxima feira, eu doo [...] (Feirante 3).

Feirante 4

A feirante relatou que as vendas têm apresentado crescimento neste ano, tanto em volume quanto em diversidade de produtos oferecidos, entretanto o grupo optou por não participar da feira em outro campus devido à dificuldade de deslocamento, ressaltou que com o tempo foi possível organizar melhor a produção de alimentos e evitar perdas, vendendo integralmente o que é levado à feira. Em alguns casos, a demanda supera a oferta, o que demonstra uma boa adaptação ao público consumidor.

Feirante 5

A entrevistada demonstrou expectativa positiva para o segundo semestre de 2025, embora reconheça que alguns períodos apresentam movimento reduzido, algo já esperado pela experiência em feiras anteriores. Sugeriu que a realização quinzenal das edições no Bloco M seria mais eficaz no seu caso, considerando que seus produtos artesanais não têm demanda semanal, ao contrário dos alimentícios, que são de consumo recorrente.

Quanto ao produto coletivo, manifestou insatisfação com a gestão dos recursos, destacando que toda a receita foi destinada ao pagamento do aluguel da associação, sem retorno aos participantes da produção. A ausência de qualquer divisão foi vista como uma quebra dos princípios da economia solidária, gerando frustração entre o grupo.

Por fim, relatou que na comercialização de seus produtos alimentícios não há desperdícios, pois eventuais sobras são vendidas diretamente a uma cliente fixa, garantindo o aproveitamento total da produção.

De modo geral, os depoimentos apontam uma melhoria nas vendas em relação aos anos anteriores e apesar dos desafios enfrentados, as experiências compartilhadas reforçam a importância de estratégias coletivas e do apoio as(os) feirantes para fortalecimento contínuo dos empreendimentos incubados.

3 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Analisar os dados de vendas da FESU, feira de economia solidária que já faz parte da UEPG há mais de 14 anos, é crucial para entender melhor a situação real dos empreendimentos e dos feirantes que participam dela. Observar os valores vendidos a cada mês nos mostram tendências, variações e comportamentos que revelam muito sobre o dia a dia das trabalhadoras e trabalhadores da feira, os produtos que eles vendem e as preferências do público, que é composto principalmente por alunos, professores e funcionários da universidade.

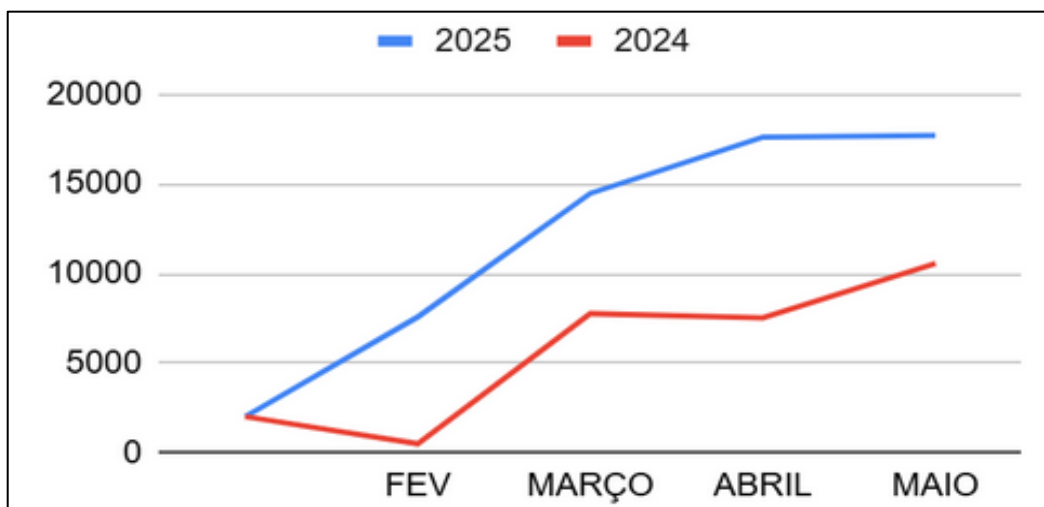
Essa análise dos números, no entanto, é mais profunda. Ela nos auxilia a descobrir quais feirantes enfrentam mais desafios em certas épocas, quais mantêm um bom ritmo de vendas ou até aumentam, e como as características de cada produto, seja alimento, artesanato, bijuterias e roupas que influenciam o movimento e o tipo de pessoas que frequentam a universidade.

Com essas informações concretas, podemos criar e sugerir formas novas de incubação que atendam às necessidades de cada feirante, valorizando suas histórias e conhecimentos, mas também oferecendo ferramentas para que todos cresçam juntos. Isso pode envolver desde a criação de formas mais eficazes de divulgação até o auxílio em questões de organização,

aparência ou logística dos produtos apresentados, sempre seguindo os princípios da economia solidária.

Dessa forma, o controle das vendas não é apenas uma ferramenta de contabilidade, mas sim um instrumento político e educativo, que incentiva a conversa, o planejamento e a construção em grupo, fortalecendo o papel da incubadora como um lugar de apoio técnico, educativo e humano. A primeira vista notamos que o ano atual está positivamente crescente, superando ao ano anterior, como reforça o gráfico 1.

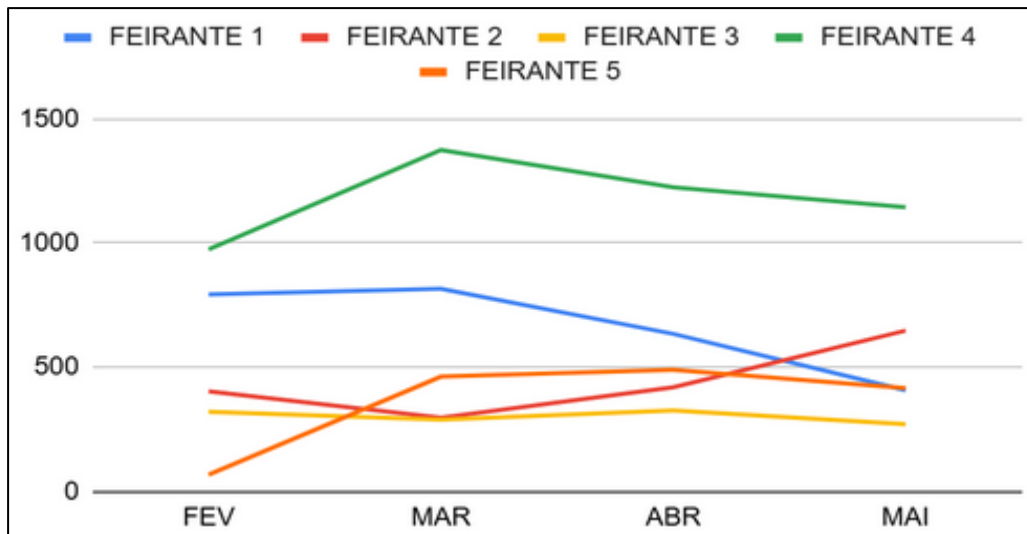
Gráfico 1 – Comparação de vendas do primeiro trimestre da FESU 2024 a 2025.



Fonte: Os Autores

Os sujeitos deste estudo integram um empreendimento de economia solidária consolidado há mais de 14 anos na Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG), vinculado à Feira de Economia Solidária (FESU). O grupo atua de forma cooperativa, fundamentado nos princípios da autogestão, solidariedade, respeito à diversidade de saberes e promoção de uma geração de renda digna, sem competitividade interna, fortalecendo o trabalho coletivo. Nesse contexto, busca não apenas fortalecer a organização produtiva, mas também enfrentar as estruturas de exploração e exclusão social, enquanto constrói novas formas de produzir, consumir e conviver, tendo a solidariedade como eixo central (Mance, 2002). Essa atuação ocorre no âmbito do Instituto de Economia Solidária (IESol), com organização em dois coletivos principais: Zapata e Afesol, ver no gráfico 2.

Gráfico 2 – gráfico para análise e comparação de dados FESU



Fonte: Os Autores

Desse modo percebemos que a feirante 1, participante da Afesol, que comercializa produtos como bijuterias feitas à mão e miçangas artesanais, mantém um padrão de vendas geralmente estável e consistente. Observa-se, porém, um salto positivo nas vendas do mês de fevereiro para março, indicando uma ampliação temporária na procura por seus produtos. Os dados sugerem que suas peças são bem recebidas e contam com uma clientela fidelizada, especialmente entre estudantes e servidores da UEPG que buscam os produtos tanto para uso pessoal quanto para presentear, dada a versatilidade e o apelo artesanal das criações, que em comparação do atual ano, teve um aumento de cerca de 47%.

A Feirante 2, que produz peças de crochê como roupinhas de bebê, bonecas e itens para animais de estimação, também demonstra estabilidade, com crescimento notável entre fevereiro e abril, além do crescimento de vendas em 67% se compararmos ao mesmo trimestre do ano de 2024. Isso pode refletir um processo de reconhecimento da sua produção artesanal dentro do ambiente universitário, onde o consumo desses itens costuma ser impulsionado por datas comemorativas, eventos institucionais ou simplesmente pelo afeto envolvido nas peças feitas à mão.

A Feirante 3, com foco em panos de prato e utilidades domésticas artesanais, apresenta um padrão de crescimento regular, confirmado pela crescente de 64%. A prática de adquirir esses itens na feira reflete tanto o apoio à produção solidária quanto a valorização de artigos funcionais e personalizados, muito presentes no cotidiano das famílias universitárias.

A Feirante 4, com vendas em forte crescimento mês a mês, parece atender a uma demanda contínua e em expansão, notada pela crescente de 61% em comparação ao ano

anterior. Seus produtos alimentícios são visivelmente bem aceitos, alcançando a estabilidade mais louvável de todo o gráfico, se mantendo acima da média por todos os meses envolvidos. Esse resultado expressivo pode ser atribuído a fatores como a qualidade, diversificação da oferta, posicionamento estratégico no espaço da feira e possivelmente a intensificação de ações de divulgação e redes de confiança estabelecidas ao longo dos anos com a comunidade acadêmica.

Vale destacar que esse empreendimento é gerido por um casal, o que implica que, para fins de cálculo da renda per capita, os valores obtidos devem ser divididos por dois, diferentemente de outros feirantes que atuam individualmente. Por ser um empreendimento especialmente voltado à venda dos alimentos perecíveis que exigem atenção especial na análise de vendas, uma vez que apresentam maior risco de perda econômica imediata.

Luzia (2021, p. 17 a 22) comenta que alimentos com maior teor de água, como frutas, vegetais, carnes e derivados, deterioram-se com mais facilidade, sendo altamente dependentes de condições adequadas de refrigeração e armazenamento para manter sua qualidade e segurança alimentar. Em contextos de feira, onde muitas vezes a infraestrutura é limitada, a ausência de vendas no dia pode resultar em descarte total do produto, implicando em prejuízo direto para a feirante. Essa vulnerabilidade se torna ainda mais crítica quando comparada à comercialização de produtos artesanais ou não perecíveis, como bijuterias ou itens de decoração, que possuem maior durabilidade e podem ser armazenados e vendidos em feiras futuras.

Portanto, a escolha por observar e analisar com mais profundidade as vendas de alimentos perecíveis, justifica-se tanto pela necessidade de compreender os impactos logísticos e econômicos envolvidos quanto pela urgência de pensar estratégias que reduzam as perdas e garantam maior estabilidade de renda às feirantes que atuam nesse segmento.

O Feirante 5, especializado na produção e comercialização de alimentos agroecológicos, iniciou o ano com vendas modestas em fevereiro, mas apresentou uma recuperação expressiva em março, evidenciada por um crescimento acentuado em comparação ao mês anterior. Nos meses subsequentes, as vendas mantiveram um patamar médio de lucro. Essa oscilação pode ser explicada por fatores sazonais e operacionais, como o início do semestre letivo e a necessidade de planejamento e tempo adequado para a colheita na produção agroecológica. A crescente demanda por alimentos saudáveis, mesmo diante de desafios logísticos, reforça o reconhecimento desses produtos pela comunidade acadêmica.

Como destaca Silveira (2001), novas possibilidades de inserção no mercado se abrem para a agricultura, sobretudo a partir do desenvolvimento de produtos alinhados às demandas

por saúde e sustentabilidade, como é o caso dos alimentos orgânicos e ecologicamente responsáveis. Ressalta-se ainda que este empreendimento é composto por duas pessoas, sendo necessária a consideração da participação proporcional de cada uma nas vendas totais para o cálculo da renda per capita.

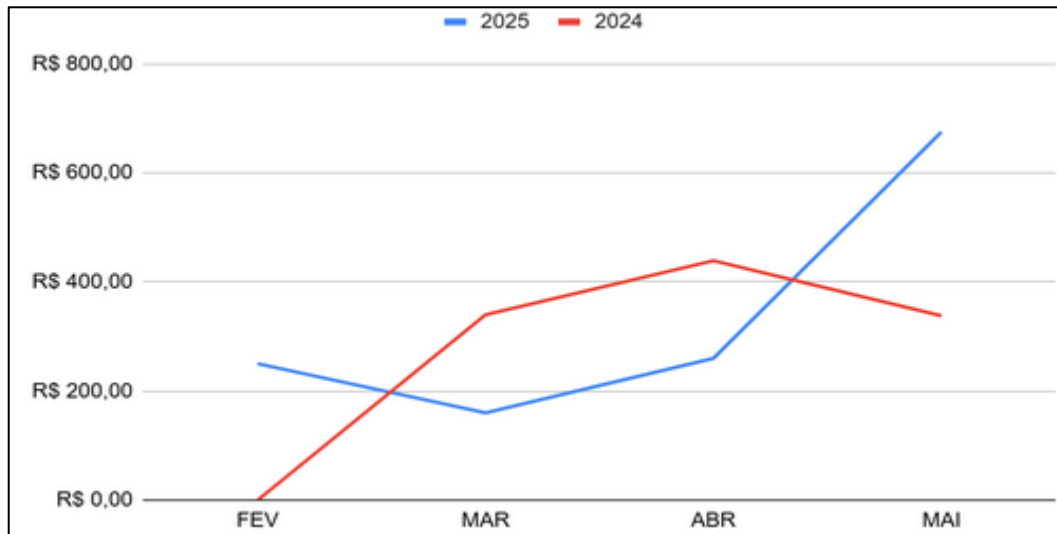
Notamos um ritmo crescente e forte se compararmos o ano atual ao ano anterior, o expressivo aumento pode ser explicado pelo aumento do número de dias da feira, que passou do último dia útil do mês para semanalmente. Em conjunto com a mudança de local no *campus* Uvaranas.

Em conjunto, os dados revelam não apenas o desempenho financeiro dos empreendimentos (gráfico 3), mas a resiliência e capacidade de adaptação desses grupos em um espaço como a universidade, marcado por públicos diversos e sazonalidade nas atividades. O contexto da FESU/UEPG configura-se como uma importante vitrine para a economia solidária, na qual os valores de cooperação e produção coletiva se articulam à construção de alternativas reais de sustento e visibilidade para trabalhadores e trabalhadoras da região. Essa dinâmica reflete a concepção de economia enquanto um conjunto de relações sociais orientadas pela colaboração solidária, cujo objetivo central é assegurar o bem-viver coletivo, por meio do trabalho e consumo colaborativos, da gestão responsável dos recursos naturais e da partilha das riquezas socialmente produzidas, como exposto por Mance (2002).

As diferenças entre os valores de venda devem ser compreendidas como reflexo das características de cada tipo de produto, da temporalidade da procura e do processo histórico de enraizamento de cada feirante junto ao público. Não há aqui espaço para comparação competitiva, e sim para o reconhecimento da importância da diversidade produtiva dentro da economia solidária como estratégia de sustentabilidade econômica, social e política para os empreendimentos que compõem o Zapata, Afesol e a FESU/UEPG.

Nesse contexto, destaca-se a confecção de um produto coletivo pelo grupo da FESU: as mochilas produzidas a partir de malotes reciclados. Ao comparar as vendas desse produto no primeiro trimestre de 2024 com o mesmo período de 2025, observa-se um comportamento volátil, no gráfico 4.

Gráfico 4 – Comparação de vendas do primeiro trimestre da FESU 2024 a 2025



Fonte: Os Autores

Embora haja uma tendência de crescimento entre abril e maio, a média geral de aumento no trimestre permanece modesta em relação ao desempenho observado no período como um todo. Como observado no gráfico 4.

4 CONCLUSÃO

A análise combinada de dados quantitativos e qualitativos da FESU demonstrou a importância da feira como um local estratégico para a geração de renda, organização coletiva e promoção dos valores da economia solidária. Com base nesse percurso, reafirma-se que o presente trabalho teve como objetivo analisar o desempenho econômico e organizacional da FESU, compreendendo seus impactos sobre a geração de renda, a organização coletiva e os princípios da economia solidária.

Os resultados indicaram um aumento considerável nas vendas do primeiro trimestre de 2025 em comparação com 2024. Esse crescimento foi impulsionado pela expansão da frequência da feira e sua realocação no campus universitário, que contribuíram para uma maior visibilidade e aumento no fluxo de consumidores.

Os relatos das/os feirantes destacam a variedade de produtos oferecidos na FESU, além da necessidade de estratégias específicas de divulgação, logística e apresentação para cada categoria de produto. As variações nas vendas evidenciam o complemento que ocorre entre alimentos perecíveis, artesanatos e itens utilitários, todos inseridos em um ambiente de cooperação e solidariedade.

Por outro lado, a abordagem qualitativa possibilitou o acesso às experiências das/os feirantes, expondo seus conhecimentos, dificuldades e percepções sobre o dia a dia das vendas. Esses depoimentos destacaram elementos que enriqueceram a interpretação dos dados numéricos, enfatizando a importância de uma escuta ativa e de uma abordagem mais sensível por parte da incubadora.

Portanto, é possível concluir que a FESU desempenha um papel importante não só como um local de comercialização, mas também como um território político-pedagógico para a transformação social, onde a economia solidária é concreta e integrada ao ambiente da universidade. O controle das vendas aliado ao diálogo e à formação coletiva se torna uma ferramenta de planejamento e criação conjunta de soluções, auxiliando na gestão do empreendimento e na construção de uma sociedade mais justa, cooperativa e sustentável.

REFERÊNCIAS

BATISTA, E. C.; MATOS, L. A. L.; NASCIMENTO, A. B. A entrevista como técnica de investigação na pesquisa qualitativa. **Revista Interdisciplinar Científica Aplicada**, Blumenau, v. 11, n. 3, p. 23–38, Triênio III, 2017. ISSN 1980-7031.

BRASIL. Ministério do Trabalho e Emprego. **Economia Popular e Solidária**. Brasília: MTE, [s.d.]. Disponível em: <https://www.gov.br/trabalho-e-emprego/pt-br/assuntos/economia-solidaria>. Acesso em: 19 jun. 2025.

CAZORLA, I. M. Média aritmética: um conceito prosaico e complexo. do IX Seminário de Estatística Aplicada, **Anais...** p. 1-14, 2003.

ESTEVAM, D. O. Feira de economia solidária da UNESCO (FES-UNESCO): espaços coletivos de trocas de sabores e saberes. **Revista Brasileira de Tecnologias Sociais**, Itajaí, v. 3, n. 1, 2016.

GAIGER, L. I. A Economia Solidária e o valor das relações sociais vinculantes. **Revista Katálysis**, Florianópolis, v. 11, n. 1, p.11-19, jan./jun. 2008.

LUZIA, E. C. A. et al. **Logística de alimentos perecíveis: uma pesquisa bibliográfica comparativa com a de alimentos não perecíveis**. 2021. Trabalho de Conclusão de Curso. (Curso do Ensino Médio com Habilitação Profissional de Técnico em Logística) Etec Zona Leste, São Paulo, 2021. Disponível em: <https://ric.cps.sp.gov.br/handle/123456789/9167>. Acesso em: 21 jun. 2025.

MANCE, E. A. **Redes de colaboração solidária**. Cutitiba: Ufil, 2002.

NÚCLEO MULTIDISCIPLINAR E INTEGRADO DE ESTUDOS, FORMAÇÃO E INTERVENÇÃO EM ECONOMIA SOLIDÁRIA – NuMI EcoSol. **Quem somos**. UFSCar – Universidade Federal de São Carlos, 13 maio 2025. Disponível em: <https://www.numiecosol.ufscar.br/pt-br/quem-somos/economia-solidaria>. Acesso em: 19 jun. 2025.

REBÊLO, R. A.; BUSSARELLO, F. R.; PRIM, L. F. Economia solidária e feiras: uma questão da qualidade. **Brazilian Journal of Development**, Curitiba, v. 4, n. 1, p. 221–237, 2018. Disponível em: <https://www.brazilianjournals.com/index.php/BRJD/article/view/114>. Acesso em: 19 jun. 2025.

SILVEIRA, M. A. O desenvolvimento sustentável em questão. *In: Agricultura familiar e o desafio da sustentabilidade*. Rio de Janeiro: Oficina Social, Centro de Tecnologia, Trabalho e Cidadania, 2001. Disponível em: <https://coepbrasil.org.br/wp-content/uploads/2021/04/caderno-7-.pdf>. Acesso em: 19 jun. 2025.

SINGER, P. **Introdução à economia solidária**. 1. ed. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2002. p. 7–11, 114.