

**Inovando e empreendendo por incubação de feira da agricultura familiar****Innovating and undertaking by incubation of family farmers' fair**

DOI:10.34117/bjdv5n6-163

Recebimento dos originais: 14/04/2019

Aceitação para publicação: 09/05/2019

**Gabriel Cassemiro Mariano**

Doutor em Engenharia Química pela Universidade Federal de Santa Catarina

Instituição: Universidade Tecnológica Federal do Paraná – UTFPR

Endereço: Linha Santa Bárbara, s/n, Francisco Beltrão – PR, Brasil

E-mail: gabrielmariano@utfpr.edu.br

**Lucas Gabriel Santos Marques**

Estudante de Engenharia Ambiental pela Universidade Tecnológica Federal do Paraná

Instituição: Universidade Tecnológica Federal do Paraná – UTFPR

Endereço: Linha Santa Bárbara, s/n, Francisco Beltrão – PR, Brasil

E-mail: lucasgsmarques@gmail.com

**RESUMO**

A produção e uso discriminado de agrotóxicos no Brasil foi iniciado através do Programa Nacional de Defensivos Agrícolas. Os agrotóxicos causam doenças que perduram nos indivíduos por décadas. Com conhecimento sobre os danos à saúde provocados pelos agrotóxicos, países com maior índice de desenvolvimento se destacam pelo consumo regular de produtos orgânicos ou agroecológicos. As feiras são importantes para o escoamento dos produtos orgânicos, agroecológicos ou coloniais e desempenham importantes funções sociais, devendo os feirantes serem treinados como empreendedores para melhoria da qualidade das feiras. O objetivo do trabalho é o ensino do empreendedorismo e inovação na feira, baseando nos princípios de treinamento com incubação do feirante na universidade. Foi verificado que o ambiente da universidade oferece condições adequadas para venda e inovação de produtos agroecológicos. O desenvolvimento de produto com valor agregado possibilitou o aumento de até 443% na margem de lucro frente formato de venda *in natura*. Uma vez que os participantes da feira estão envolvidos com empreendedorismo eles estão imersos no negócio, controlando, direcionando, focando em produção, venda, melhoria da qualidade, atrelado aos seus princípios agroecológicos.

**Palavras-chave:** Agricultura Familiar. Empreendedorismo. Incubação. Produtos Orgânicos. Produto Agroecológico.

**ABSTRACT**

The production and discriminated use of agrochemicals in Brazil began through the National DefensesAgricultural Program. Agrochemicals cause diseases that last for decades. With knowledge about the damage to health caused by agrochemicals, countries with a higher rate of development are advancing by the regular consumption organic or agroecological products. Fairs are important for the disposal organic, agroecological or colonial products

and perform important social functions, and the marketers must be trained as entrepreneurs to improve the fair's quality. The objective of the work is teaching entrepreneurship and innovation in the fair, based on the principles of training with incubator the fair in the university. It was verified that the university environment offers adequate conditions for sale and innovation agroecological products. The development and value-added products allowed the increase of up to 443% in the profit margin against the in natura sales format. Once the fair participants are involved with entrepreneurship, they are immersed in the business, controlling, directing, focusing on production, sales, quality improvement, coupled with their agro-ecological principles.

**Keywords:** Family farming. Entrepreneurship. Incubation. Organic products. Agro ecological Product.

## 1 INTRODUÇÃO

A produção e uso discriminado de agrotóxicos no Brasil foi iniciado na década de 40 e incentivado em meados de 1975 através do Programa Nacional de Defensivos Agrícolas. Em meados de 2008 o Brasil foi enquadrado como o maior consumidor de agrotóxicos do mundo (CARVALHO 2017). Segundo dados da *Food and Agriculture Organization of the United Nations – FAO*, em 2019, o país continua enquadrado entre os maiores consumidores, o consumo pode ser aumentado nos próximos anos devido a proposta de lei que tramita no governo PL 6299/02. O uso desses produtos começou a aumentar drasticamente em meados de 40 devido a influência da revolução verde. A indústria impulsionou a modernização da lavoura e fez com que o país se destacasse no crescimento econômico agrícola, entretanto esse crescimento não é sustentável. Quando abordado o tema saúde pública, não se tem clareza dos prejuízos que os agrotóxicos causam por aumentarem da demanda hospitalar. Conforme Ministério da Saúde – Fundação Oswaldo Cruz, as doenças ligadas a exposição a agrotóxicos são, câncer, problemas mentais, hormonais, genéticos, doença de Parkinson, endometriose e outras que por décadas perduram nos indivíduos.

Por outro lado, em sentido contrário ao nacional, a política mundial promove o avanço tecnológico, valorização e consumo de alimentos agroecológicos, já sendo reconhecido pela *FAO* que produtos livres de agrotóxicos e fertilizantes são mais saudáveis. Mundialmente a produção e comercialização desses produtos tem muito a avançar, hoje as feiras são as vias mais importantes para comercialização. O produtor que trabalha com produtos coloniais ou agroecológicos, livres de veneno, desempenham uma função social de melhoria da qualidade de alimentação, saúde, além de integração sócio cultural. Já os compradores das feiras agroecológicas, cumprem a função de valorização da agricultura familiar e fixação do homem no campo, em muitos casos atrelando as compras ao momento

de lazer. É importante formação empreendedora desses produtores, a fim de impulsionar o desenvolvimento da agroecologia. O objetivo desse trabalho é documentar as atividades de ensino de empreendedorismo e inovação realizadas para criar um ambiente de produção e venda na feira agroecológica Saberes & Sabores. O produtor, participante da agricultura familiar, interessado em empreender em feira sem alto custo, comprometido com seus ideais agroecológicos, valores familiares e sociais, participa da feira e passa a produzir alimentos coloniais livres de fertilizantes e agrotóxicos para comercialização junto a um público interessado.

## **2 REFERENCIAL TEÓRICO**

Os agricultores brasileiros começaram a utilizar agrotóxicos pelo apelo de venda, propondo facilidade de produção, sendo uma solução tecnológica para maior produtividade, pregando o fim das pragas e sem efeitos colaterais. Após o golpe militar, o novo governo implementou um programa de crédito rural que representou um caráter fundamental na difusão dos agrotóxicos no país, em 1975 foi criado o Programa Nacional de Agrotóxicos. Com os princípios governamentais daquela época foi estabelecido um modelo de agricultura voltada para produtividade por área, onde o interesse era o aumento de produção e maior competitividade agrícola no mercado internacional. O modelo foi muito criticado devido à falta de qualidade dos produtos, principalmente no que diz respeito a toxicidade e dano ambiental provocado pelos agrotóxicos (ARAÚJO, 2017). Diante desse cenário foi estimado o crescimento econômico agrícola, entretanto não foi computado nesse crescimento os prejuízos causados pelo aumento da demanda hospitalar provocada, direta ou indiretamente, pelo consumo de agrotóxicos, demanda essas que perduram por gerações, já que agrotóxicos podem ter propriedades carcinogênicas e até mesmo mutagênicas. Azevedo (2017) considera que doenças hematológicas, dermatológicas, pulmonares, neurológicas, câncer, malformações congênitas, entre outras, se associam a exposição crônica do ser humano a agrotóxicos.

Com conhecimento sólido sobre os danos provocados pelos agrotóxicos à saúde, países com maior índice de desenvolvimento se destacam pelo consumo regular de produtos orgânicos ou agroecológicos. Segundo o Instituto de Pesquisa de Agricultura Orgânica – FiBL (2019) no último levantamento feito em 2015 os continentes Oceania, Europa e América Latina ocupam as primeiras posições em áreas cultivadas com orgânicos, os países da Austrália, Argentina e Estados Unidos se destacam possuindo as maiores áreas destinadas a

produção, sendo que os Estados Unidos, Alemanha e França possuem os três maiores mercados de produtos orgânicos. Na Espanha o mercado de orgânicos cresceu 24,8% em 2015. Em 1998 o Brasil passou a se preocupar com o cenário da agricultura familiar e passou a investir brandamente através do Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar – Pronaf, em 2003 foi criada a Lei do sistema de produção de orgânicos, em 2002 o governo brasileiro passou a apoiar consideravelmente a agricultura familiar, mas o importante marco de apoio governamental foi considerado em 2012 com Política Nacional de Agroecologia e Produção Orgânica – Planapo.

Ao passar dos anos ações regulamentares sobre alimentos orgânicos ou agroecológicos foram desenvolvidas, o objetivo é assegurar a procedência do produto. O selo orgânico ou agroecológico, formato de certificação mais utilizado no Brasil, pode ser obtido por certificadora através de auditorias ou com a interação a um Sistema Participativo de Garantia - SPG, que deverá estar sob certificação de um Organismo Participativo de Avaliação da Qualidade Orgânica – OPAC. Outra forma regulamentar para comercialização orgânicos ou agroecológicos é a organização de grupos e cadastro junto ao MAPA, manifestando a intenção de realizar venda direta, mas sem certificação (MAPA, 2019). A implementação do selo orgânico ou agroecológico nem sempre é economicamente viável.

O que difere a produção agroecológica da produção orgânica é a responsabilidade social e interesses ambientais. O produto orgânico pode ser produzido por um empresário objetivando o lucro, já o produto agroecológico é produzido por integrante da agricultura familiar com interesses paralelos em consumo de alimento saudável e preservação ambiental. Os produtos agroecológicos são muito similares aos coloniais, que são aqueles produtos oriundos de herança cultural, produzidos de forma artesanal por membros da agricultura familiar dentro da própria propriedade rural do vendedor, o produto não se difere daqueles utilizados para consumo do próprio produtor, não são utilizados agrotóxicos ou fertilizantes em vegetais, antibióticos ou alimentação industrializada para animais. É um produto que devido ao baixo volume de produção, o produtor não consegue atingir a escala industrial não abastecendo grande público, sendo, os clientes, pessoas que participam do cotidiano dos produtores rurais, favorecendo a produção e comercialização por encomenda ou feira. Segundo Mooz (2012) a disponibilidade domiciliar de produtos orgânicos no Brasil ocorre principalmente para famílias residentes de regiões rurais do centro oeste e do sul do Brasil. Para definição dessa disponibilidade foi proposta uma relação que considera as condições socioculturais e renda familiar, sendo quanto maior a proximidade de regiões

rurais, maior o consumo de produtos orgânicos e para grandes centros quanto maior a renda familiar, maior o consumo de produtos orgânico ou agroecológico.

As feiras são importantes para o escoamento dos produtos orgânicos, agroecológicos ou coloniais e desempenham importantes funções sociais, tais como, fixação do homem no campo, resgate cultural, fortalecimento da economia, inovação de produtos, preservação da saúde pública e lazer.

### **3 MATERIAIS E MÉTODOS**

Para realização das atividades referentes ao planejamento da feira foi feita uma pesquisa de mercado. Inicialmente foi identificado o público e dado o melhor formato para comercialização dos produtos, posteriormente foi estimada a quantidade média de compradores e os valores que eles estariam dispostos à investir na feira, então foram definidos o número de produtores participantes. Para definir o número de produtores foi levada em conta a capacidade de produção, variedade de produtos e versatilidade para atendimento a demanda da feira, então foram definidos horários de comercialização.

Para estrutura física, o projeto disponibilizou duas mesas de madeira com 2,20 metros de comprimento por 0,60 centímetro de largura, doada pelo coordenador, criadas sob medida para exposição dos produtos. A apresentação dos produtos foi dividida em seções, panificados, frutas, legumes e outros. Foi definido para cada agricultor oferecer alguns produtos com exclusividade e em comum, expondo-os de forma organizada sobre a mesa, sendo que algumas frutas poderiam ficar em caixa de plástico higienizada inclinada na frente da mesa. Para início da participação na Feira Saberes & Sabores os feirantes são treinados. São feitos comunicados como a não aceitação de produtos produzidos em propriedade de terceiros, treinamento sobre a legislação sanitária vigente e é assinado o termo de responsabilidade de cumprimento da legislação e participação na feira. Os métodos de controle da qualidade dos produtos oferecidos na feira, quanto a questões de garantia da não utilização de agrotóxicos, é feita por visitas e inspeções nas propriedades. Os participantes do projeto buscaram conhecer as propriedades rurais, estreitando relações com os feirantes, facilitando a visita em momentos oportunos. Nas inspeções realizadas é observado se há indícios de uso de agrotóxicos ou fertilizantes, tais como presença de frascos, equipamentos para aplicação e recorrência de pragas.

Uma vez membro da feira, iniciam-se os treinamentos teóricos, oficinas, mini cursos, além do apoio tecnológico para desenvolvimento de produtos como, auxílio na apresentação

de produtos, embalagem, qualidade, conservação, propaganda, processos, inovação e formação de preço. A qualidade dos produtos, apresentação e margem de lucro são constantemente monitoradas na feira, mas são de livre escolha do produtor. Para divulgação são utilizados meios digitais e boca a boca.

O cursos oferecidos são gratuitos e aceitam inscritos da comunidade regional, os interessados em participar da Feira Saberes & Sabores se cadastram para serem feirantes quando o surgimento de vaga. A vaga surge quando o produtor rural atuante na feira se mostrar capacitado e competitivo para participar de feiras externas, sendo capaz de gerir seu negócio de forma sólida e responsável, e oferecer produtos de qualidade. Trata-se de um processo similar a incubação de empresas.

#### **4 RESULTADOS E DISCUSSÃO**

Durante a pesquisa de mercado foi verificado que o ambiente da universidade oferece circulação diária de aproximadamente 350 pessoas, foi estimado um público de 80 a 120 consumidores para feira. Considerando o atendimento indireto, como pedidos de familiares dos servidores e alunos, vizinhos, visitantes do campus e entregas residenciais para clientela obtida na feira, foram somadas 8 à 12 pessoas. De acordo com as características dos produtos e valores, foi estimado um consumo médio de 5,00 reais por pessoas, totalizando uma renda bruta de 400,00 à 600,00 reais por dia de feira, e lucro médio de 40% para o mix de produtos oferecidos. Considerando a receita estimada, viabilidade financeira e dinâmica da feira, foi sugerido iniciar a atividade com dois feirantes. Conforme interesses de dinâmica são necessários no mínimo dois componentes para evitar problemas de impossibilidade de realização da feira, no caso da ausência de um dos feirantes empreendedores. Para escolha dos participantes foram avaliados os tipos de produção na propriedade, assim como a diversidade e harmonia para complementação dos produtos a serem vendidos na feira. Foram escolhidos produtores que se complementam, um produtor atuante com verduras e panificados, outro produtor com legumes e doces.

Para realização da feira foram observadas datas e horários com maior fluxo de pessoas, visando maior divulgação e vendas. Após experimentações foi definido que o maior fluxo e maior possibilidade de vendas se dá às terças-feiras, das 9:00 às 14:30 horas. Para exposição dos produtos foram escolhidos locais com grande fluxo de pessoas, sendo verificada uma posição de fácil acesso para alunos e servidores. Os produtos são expostos de forma padronizada dividido por seções. Os produtores empreendedores são alertados

etreinados de forma prática para observar questões como aparência, facilidade de identificação de preço e higiene da mesa expositora. Outra atividade de grande importância é a utilização de ofertas para despertar o interesse do público em aproximar-se das bancas, foram utilizados petiscos, café pronto e produtos de consumo rápido, como amendoim torrado.

De forma rotineira a feira é visitada pela coordenação, são feitas avaliações relacionadas a qualidade dos alimentos oferecidos, aparência, padrão, preço e são sugeridas inovações de produtos e apresentação. Para proposição de inovação é feita uma associação da ideia com a realidade do produtor, são observadas as condições técnicas de manuseio e produção, só então é proposta a inovação. A associação com a realidade do produtor possibilitou que maior parte dos produtos sugeridos fossem desenvolvidos. É importante o acompanhamento dos feirantes entorno do desenvolvimento de novos produtos, em muitos casos é possível perceber que a sugestão de um novo produto não é assimilada pelo produtor rural, devido nunca ter visto a proposta de produto, em outros momentos o produtor pede auxílio para desenvolvimento de um produto específico, o qual ele quer produzir.

Além de produtos inovadores, os feirantes se organizam quanto a exclusividade de outros produtos que são discutidos conforme reunião prévia entre os produtores e coordenadores do projeto, foram acertados inicialmente que verduras e panificados seriam exclusividade de um feirante, legumes e doces de outro feirante. A inspeção rotineira realizada na feira também é uma ferramenta para garantir o direito de exclusividade dos produtos à cada feirante, usualmente não foi observado nenhum desrespeito às normas estabelecidas. As visitas nas propriedades rurais e na feira são expostas para os consumidores por meio de mídia social, sendo comentada boca a boca, gerando sensação de segurança e credibilidade quanto a garantia da condição de ausência de agrotóxicos e fertilizantes.

Para ensino tecnológico do produtor rural foi proposta a realização de oficinas ministradas por alunos de engenharia de alimentos e professor. As oficinas acontecem sob demanda, as turmas são abertas para comunidade geral e as vagas são limitadas de acordo com o espaço disponível nos laboratórios da UTFPR. As oficinas tem repercutido diretamente na renda dos produtores, já que, uma vez realizada, o produtor passa a aprimorar a técnica e insere mais produtos para venda em sua feira. Muitas vezes foram observadas sobras de produtos da feira, para essa situação foram propostas oficinas de reaproveitamento de produtos da feira, como o caso das oficinas de produção de conservas para legumes, geleias e compotas para frutas.

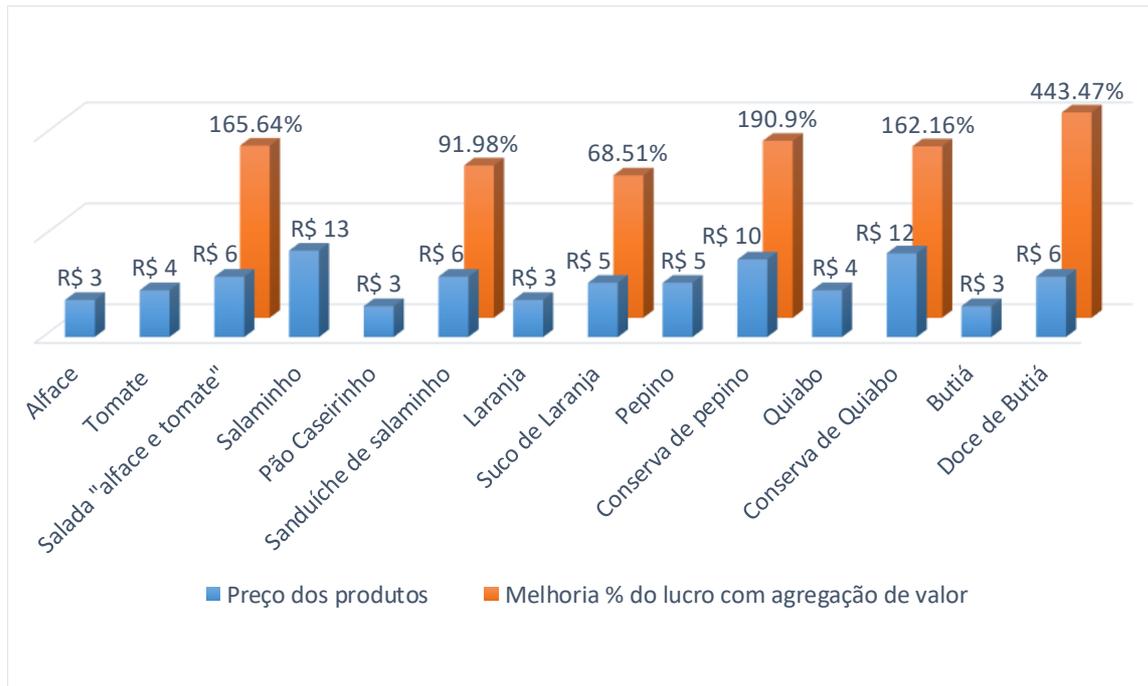
O feirante tem uma atividade similar ao proprietário de um mini mercado. Uma diferença significativa é que o feirante realiza produção e venda sendo necessário observar a relação entre lucro e custo da mão de obra de forma mais detalhada. O feirante não deve gastar todo seu tempo e energia de trabalho em um produto que não ofereça uma boa margem de lucro na feira. O acompanhamento dos feirantes entorno da formação de preço do produto é uma etapa que requer acompanhamento, o preço demasiadamente alto pode gerar indisposição dos compradores e abandono da feira, por outro lado a formação de um preço baixo pode gerar insustentabilidade financeira. Em muitas situações foi observado que o aumento da quantidade produzida e a adequação da embalagem utilizada possibilitaram a redução do custo do produto, chegando ao ajuste de preço desejado. É importante que o produtor desenvolva senso crítico capaz de compreender a diferença de demandas de acordo com o público atendido. Em muitos casos é possível perceber que o produtor demanda grande esforço manual e tempo para produção de um produto que tem pouca venda na feira, após muito tempo alguns produtores observam que aquelas horas de trabalho não resultaram em lucro, que poderiam ter direcionado seus esforços para outros produtos. A partir dessas considerações, observar produtos mais lucrativos e com mais facilidade de venda é de vital importância para sobrevivência do negócio, foi possível perceber que os produtos variam de acordo com o tipo de público da feira. O feirante deve concentrar seus esforços na produção de produtos de consumo rotineiro dos clientes, isso melhora o desempenho da feira e fideliza a freguesia.

Na Feira Saberes & Sabores os produtores iniciaram a seleção de produtos mais viáveis para venda considerando a mão de obra, margem de lucro e rotatividade. Alguns produtos interessantes de observar são o alface e tomate *in natura*, transformados em salada de alface e tomate pronta. A sugestão de novo produto, salada pronta, agregou valor sendo possível observar uma elevação de 165% na margem de lucro por unidade dos produtos utilizados. Sendo que 1 bandeja de tomate e 2 pés de alface eram vendidos anteriormente por 7,00 reais, após processados e transformados em salada renderam 3 bandejas de saladas que são vendidas por 6,00 reais cada. Foi observado que o desenvolvimento desse novo produto foi significativo para vendas do feirante. Inicialmente a feirante oferecia somente produtos *in natura*, sendo 8 bandejas de 200g de tomate cereja e 10 sacolas com 2 pés de alface cada. A receita máxima obtida com esses produtos era de 62,00 reais, o custo com material de embalagem era 3,80 reais e o tempo gasto para preparação era de 20 minutos. Conforme o perfil do público da feira, foi observado que a produção de tomate cereja era

100% vendida, o alface era uma média de 55%. O produtor perdia 0,25 centavos de reais por alface não vendida. A partir de tais dados foi calculado o valor médio do lucro obtido pelo feirante com a alface *in natura* e tomate cereja, sendo aproximadamente 42,20 reais por dia de feira.

Com a inovação, salada de alface e tomate, foi mantida a venda de 100% da produção de tomate cereja, e a venda de alface aumentou chegando a 95% da produção. Entretanto a produção de alface e tomate teve que aumentar para suprir a necessidade de venda, gerando maior receita para o empreendedor. Para o novo perfil de venda de saladas na feira foram ofertadas 5 sacolas contendo 2 pés de alface *in natura*, 3 bandejas de tomate cereja *in natura*, 20 bandejas de salada de alface e tomate pronta, minimamente processada. O total de produtos ofertados correspondem a um aumento de produção de 30% para cultura de alface e 25% para cultura de tomate. Para nova proposta de saladas da feira, que realiza a mescla produtos *in natura* e salada pronta, a receita máxima obtida é de 147,00 reais, com um aumento de produção e preço de venda. Em percentuais a inovação possibilitou uma melhoria de 137% na receita, e um incremento de 165.64% no lucro, podendo ser sugerido que para o novo produto é possível trabalhar com uma maior margem de lucro. Uma avaliação posterior indicou que a comercialização de saladas minimamente processadas foi bem aceita, os produtores consideram uma mão de obra leve para produção, sugerindo viabilidade financeira e continuidade da venda. Na Figura 1 são apresentados alguns produtos ofertados em formato *in natura* e transformados para agregação de valor, é possível também observar o preço e a relação de melhoria no percentual de lucro.

Figura 1 – Melhoria percentual do lucro de produtos devido a agregação de valor.



Fonte: Autoria própria (2019).

Uma consideração importante é feita entorno da mão de obra na formação de preço do produto. A forma mais adequada de computar o custo da mão de obra é estabelecendo um determinado valor por hora de trabalho e definir a quantidade de horas demandada para produção e venda. Muitas vezes o produtor não computa suas horas de trabalho e isso pode prejudicar, pois a mão de obra para produção de determinados produtos pode ter um valor considerável sobre o preço de venda. O custo com mão de obra frente ao preço de venda pode ser um indicador da viabilidade financeira do produto na feira. Quando se trata do empreendedorismo rural é possível perceber que, para atividade agroecológica, o pequeno produtor trabalha todos os dias em diferentes funções e culturas. Para valoração foi escolhido a relação por hora trabalhada, os cálculos foram baseados no ganho mensal médio observado para família de produtores rurais que vivem em comunidades próximas dos participantes da Feira Saberes & Sabores, e que possuem até 5 alqueires. Os valores obtidos foram divididos por número de trabalhadores ativos da propriedade rural, onde foi referenciada uma jornada de 8 horas de trabalho, 7 dias por semana. O valor identificado para mão de obra do produtor rural da pequena propriedade foi de R\$ 14 reais por hora.

Quantificar e valorar as horas de trabalho do produtor rural é uma tarefa que requer contato direto com diversos produtores, para entender principalmente seus hábitos, dedicação e capacidade de produção. São observados produtores que não incluem mão de

obra na formação de preço e outros produtores que supervalorizam a mão de obra. Em uma avaliação detalhada foi verificado que maior parte dos produtores, devido à falta de conhecimento, não realizam formação de preço do produto e buscam referência de preço de mercado. Quando o produtor precifica seu produto pela referência do mercado ele assume o risco de estar trabalhando com custo de mão de obra variável, tornando mais difícil identificar o retorno financeiro do produto. Dessa forma o produtor pode estar demandando tempo para balanço de produção com produtos de alto custo e baixa lucratividade.

Considerando o produtor como empreendedor em treinamento, é importante tomar uma visão global do negócio. A Feira Saberes & Sabores é um negócio pré-formatado, com possibilidade de tarefas acompanhadas e público mínimo definido. É indicado como negócio de baixo risco, onde o produtor é introduzido com tarefas definidas, sendo acompanhado na produção, inovação e gestão. Após introdução na feira foi verificado que o produtor passa a ter preocupações rotineiras como continuidade de inovação, qualidade, assiduidade, confiabilidade, direcionamento de produto, exclusividade de produção, carro chefe, lucratividade e atendimento ao público. Questões financeiras são de grande importância para os feirantes, foi observado que, apesar de todo o apelo referente as questões sociais, o lucro do negócio move o trabalho do produtor. Uma vez que os participantes da feira estão envolvidos com o empreendedorismo eles estão imerso no negócio, controlando, direcionando, focando em produção, venda, melhoria da qualidade, atrelado aos seus princípios agroecológicos. Em muitos momentos a disputa financeira entre os feirantes é notável, são disputas pela atenção dos clientes, volumes vendidos, renda mensal obtida, inovação, exclusividade de produtos e todos aqueles comuns do capitalismo. Em alguns momentos é necessária a interferência para que não ocorra desavenças, essas normalmente são percebidas pelos compradores que naturalmente se afastam. Entretanto, de uma forma controlada, os atritos por interesses financeiros são importantes para o crescimento do produtor como empreendedor no cenário de disputa comercial externa a UTFPR.

Um empreendimento rural com bom retorno financeiro incentiva a adesão de outros produtores. É possível observar que o aumento de produção e a movimentação com vendas de produtos de uma propriedade vizinha aguçam a curiosidade da comunidade a qual o feirante está inserido. O envolvimento da comunidade é importante para motivar novos produtores para participação na agroecologia, favorecendo a criação de políticas sociais. O produtor rural interessado em agroecologia possui uma infinidade de oportunidades de produção, o que facilita o desvio de foco quanto a produtividade. É importante o

fortalecimento das políticas públicas para orientação dos produtores rurais, de forma organizada, não restritiva e por nicho de mercado, como proposto pela Secretaria Especial de Agricultura Familiar e do Desenvolvimento Agrário, por Plano Safra, Pronaf, Planapo e outros.

## 5 CONCLUSÃO

A Feira Saberes & Sabores é um espaço de treinamento do empreendedor, produtor rural, de pequena propriedade, participante da agricultura familiar, dentro da UTFPR. Os feirantes mantêm um laço social onde se dá a troca de cultura e resgate cultural. A feira é também um espaço de lazer para comunidade acadêmica. A partir da vivência na feira os participantes aprimoram a capacidade de gestão, desenvolvimento crítico comercial, fortalecimento da agroecologia, fixação do homem no campo, desenvolvimento de novos produtos, produção, análise sensorial, higiene e manipulação de alimentos.

## REFERÊNCIAS

ARAUJO, Isabelle Maria Mendes de; OLIVEIRA, Ângelo Giuseppe Roncalli da Costa. *Agribusiness and Pesticides: Impacts on the Health of Agricultural Workers in Northeastern Brazil*. *Trab. educ. saúde*. Rio de Janeiro, v.15, n.1, p.117-129, 2017. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.1590/1981-7746-sol00043>>. Acesso em: 27 mar. 2019.

AZEVEDO, Marlos Fábio Alves de; MEYER, Armando. *Essential tremor in endemic disease control agents exposed to pesticides: a case-control study*. *Cad. Saúde Pública*, Rio de Janeiro, v.33, n.8, 2017. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.1590/0102-311x00194915>>. Acesso em: 27 mar. 2019.

CARVALHO, Miguel Mundstock Xavier de; NODARI, Eunice Sueli; NODARI, Rubens Onofre. “Defensives” or “pesticides”? A history of the use and perception of pesticides in the state of Santa Catarina, Brazil, 1950-2002. *Hist. cienc. saúde-Manguinhos*, Rio de Janeiro, v.24, n.1, p.75-91, Jan. 2017. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.1590/s0104-59702017000100002>>. Acesso em: 27 mar. 2019.

IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Tabela 771: Consumo nacional de ingredientes ativos de agrotóxicos e afins por área plantada. Disponível em: <<http://www.sidra.ibge.gov.br/bda/tabela/listabl.asp?z=p&o=8&i=P&c=771>> Acesso em: 10 de mar. 2019

MAPA. Ministério da Agricultura Agropecuária e Abastecimento. Regularização da Produção orgânica. Disponível em: <<http://www.agricultura.gov.br/assuntos/sustentabilidade/organicos/regularizacao-da-producao>> Acesso em: 10 de março de 2019.

MAPA. Ministério da Agricultura Agropecuária e Abastecimento. Secretaria de Agricultura Familiar e Cooperativismo. Disponível em: <<http://www.mda.gov.br>>. Acesso em: 11 de março de 2019.

FIOCRUZ. Fundação Osvaldo Cruz. Nota Técnica: Análise do Projeto de Lei nº 6.299/2002. Disponível em: <<http://contraosagrototoxicos.org/wp-content/uploads/2018/05/Fiocruz-NT-agrot-PL.pdf>>. Acesso em: 18 de março de 2019.

FiBL. Research Institute of Organic Agriculture. Themes Statistics. Organic Farming Statistics. Disponível em: <<https://www.fibl.org/en/themes/organic-farming-statistics.html>>. Acesso em: 24 mar. 2019.

FAO. Food and Agriculture Organization of the United Nations. Bombardi, L. M.. Geografia do Uso de Agrotóxicos no Brasil e Conexões com a União Europeia. São Paulo: FFLCH – USP, 2017. 296f. ISBN 978-85-7506-310-1. Disponível em: <<http://www.fao.org/family-farming/detail/en/c/1074398/>> Acesso em: 27 mar. 2019.