

CENTRO PAULA SOUZA

FACULDADE DE TECNOLOGIA DE AMERICANA
Curso Superior de Tecnologia em Gestão Empresarial

Simone Aparecida Martins de Souza

Levantamento sobre a presença do Empreendedorismo Social nas
Hortas urbanas da cidade de Americana, SP

Americana, SP

2015

CENTRO PAULA SOUZA

FACULDADE DE TECNOLOGIA DE AMERICANA
Curso Superior de Tecnologia em Gestão Empresarial

Simone Aparecida Martins de Souza

Levantamento sobre a presença do Empreendedorismo Social nas Hortas urbanas da cidade de Americana, SP

Trabalho de graduação apresentado como exigência parcial para obtenção do título de Tecnólogo em Gestão Empresarial pelo CEETEPS/Faculdade de Tecnologia – FATEC/ Americana sob a orientação do Professor Doutor Enrique Viana Arce.
Área de concentração: Empreendedorismo.

Americana, SP

2015

| | |
|-------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| S718L | Souza, Simone Aparecida Martins de Levantamento sobre a presença do empreendedorismo social nas hortas urbanas da cidade de Americana, SP. / Simone Aparecida Martins de Souza. – Americana: 2015. |
| | 60f. |
| | Monografia (Graduação em Tecnologia em Gestão Empresarial). - - Faculdade de Tecnologia de Americana – Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza. |
| | Orientador: Prof. Dr. Enrique Viana Arce |
| | 1. Empreendedorismo 2. Responsabilidade social I. Arce, Enrique Viana II. Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza – Faculdade de Tecnologia de Americana. |
| | CDU: 658.3-05 316.7 |

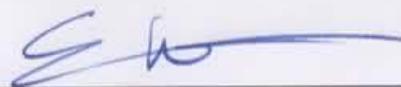
Simone Aparecida Martins de Souza

Levantamento sobre a presença do Empreendedorismo Social nas Hortas urbanas da cidade de Americana, SP

Trabalho de graduação apresentado como exigência parcial para obtenção do título de Tecnólogo em Gestão Empresarial pelo CEETEPS/Faculdade de Tecnologia – FATEC/ Americana.
Área de concentração: Empreendedorismo.

Americana, 08 de dezembro de 2015.

Banca Examinadora:



Dr. Enrique Viana Arce (Presidente)
Fatec Americana



Esp. Luiz Carlos Caetano (Membro)
Fatec Americana



Me. Sergio Luiz Cabrini (Membro)
Fatec Americana

Dedico este trabalho à instituição mais valiosa da sociedade, minha família, em especial o meu pai, Geraldo Maria dos Santos (em memória), pois onde quer que esteja, teria orgulho de sua filha. Assim como a minha mãe, Luiza Martins dos Santos, e o meu marido, Paulo Cezar de Souza, incentivadores e companheiros presentes em todas as horas de dificuldades e realizações.

AGRADECIMENTOS

A Deus, força maior que me abençoou com o dom da vida. Conhecedor de todos os nossos desejos e planos, tornando-os possíveis de acordo com seu consentimento e nosso merecimento.

Aos meus pais Geraldo Maria dos Santos (em memória) e Luiza Martins dos Santos, que com amor incondicional fez tudo que estava diante de sua possibilidade para me proporcionar esta imensa satisfação e realização, que por muitas vezes se privaram de suas necessidades em prol de seus filhos.

A meu esposo Paulo Cezar de Souza, com quem compartilho, admiro, aprendo e ensino diariamente, o verdadeiro sentido da palavra amor.

Ao meu orientador professor Dr. Enrique Viana Arce, pelo suporte no pouco tempo que lhe coube, pelas suas correções e incentivos.

Agradeço também por todas as dificuldades e obstáculos, pois, são nas dificuldades que encontramos oportunidades.

A todos os colegas que de maneira direta ou indireta me ajudaram a desenvolver este trabalho.

“O mundo é como espelho que devolve a cada pessoa o reflexo de seus próprios pensamentos e seus atos. A maneira como você encara a vida é que faz toda diferença. A vida muda, quando você muda.”

(Luis Fernando Veríssimo)

RESUMO

O trabalho tem como objetivo apresentar os principais componentes introdutórios e contribuir para o avanço do conhecimento sobre o tema empreendedorismo social, fenômeno que tem como alvo a criação de valor social com o intuito de procurar soluções para uma melhor qualidade de vida da população mais frágil e desprovida, utilizando métodos de inclusão social. O interesse por esse tema surgiu durante o projeto de iniciação científica, no qual, esta autora participou como aluna pesquisadora. No decorrer do trabalho, serão apresentados os conceitos, o perfil, o desafio, as vantagens, as características do empreendedorismo social, a diferença entre ele e o empreendedorismo privado e uma breve introdução do empreendedorismo social no Brasil. A metodologia percorreu o seguinte itinerário, foi realizada uma revisão bibliográfica e uma pesquisa de campo nas hortas da cidade de Americana, as mesmas contempladas no projeto de iniciação científica, os questionários permitiram à pesquisadora julgar se as hortas da cidade de Americana estão inseridas no contexto do empreendedorismo social.

Palavras-chave: Empreendedorismo Social; Inclusão Social; Hortas.

ABSTRACT

The paper aims to present the main introductory components and contribute to the advancement of knowledge on the subject of social entrepreneurship, a phenomenon which targets the creation of social value in order to seek solutions for a better quality of life for the weakest and most devoid population using methods of social inclusion. The interest on this subject arose during the scientific initiation project in which this author participated as a student researcher. In this work, it will be presented the concepts, the profile, the challenge, the advantages, and the characteristics of social entrepreneurship, the difference between social and private entrepreneurship and a brief introduction of social entrepreneurship in Brazil. The methodology toured the following itinerary, it was conducted a bibliographic review and a field research in the vegetable gardens of the city of Americana, the same included in the scientific initiation project, the questions have enabled researchers to identify whether these vegetables gardens are inserted in the context of social entrepreneurship or not.

Keywords: *Social Entrepreneurship; Social Inclusion; Vegetable Gardens.*

LISTA DE QUADROS

| | |
|-------------------------------------------------------------------|----|
| Quadro 1: Os desafios do empreendedorismo social..... | 19 |
| Quadro 2: Diferença entre empreendedorismo social e privado | 27 |

LISTA DE GRÁFICOS

| | |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Gráfico 1: O que motivou a trabalhar com horta?..... | 35 |
| Gráfico 2: De que maneira você contribui com a comunidade local? | 36 |
| Gráfico 3: Sua horta gera renda e emprego? | 37 |
| Gráfico 4: Como você incentiva a participação das pessoas para um comportamento responsável? | 38 |
| Gráfico 5: No seu trabalho na horta você coloca em prática alguma ideia nova para resolver algum problema social? | 39 |
| Gráfico 6: Você vê a necessidade de transformar a realidade social existente?..... | 40 |
| Gráfico 7: Afora o preço, por qual razão você acredita que as pessoas compram em sua horta? | 41 |
| Gráfico 8: Você tem conhecimento sobre o programa de horta comunitária criado no município de Americana, você é beneficiado? | 42 |
| Gráfico 9: Você iniciou o trabalho com horta através de algum programa social? | 43 |
| Gráfico 10: A horta te proporciona uma melhor qualidade de vida?..... | 44 |

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

CPFL: Companhia Paulista de Força e Luz.

DAE: Departamento de Água e Esgoto.

FATEC: Faculdade de Tecnologia de Americana.

TCC: Trabalho de Conclusão de Curso.

SUMÁRIO

| | |
|----------------------------------------------------------------------|----|
| 1. INTRODUÇÃO | 13 |
| 2. O EMPREENDEDORISMO SOCIAL..... | 16 |
| 2.1 Perfil e desafios do empreendedorismo social..... | 17 |
| 2.2 As vantagens do empreendedorismo social para a comunidade | 20 |
| 2.3 Características do empreendedorismo social | 22 |
| 2.4 Diferenças entre empreendedorismo social e privado | 25 |
| 3. O EMPREENDEDORISMO SOCIAL NO BRASIL..... | 28 |
| 3.1 Casos de empreendedorismo social no Brasil | 29 |
| 3.2 Empreendedorismo Social e as hortas da cidade de Americana | 32 |
| 4. ANÁLISE DOS QUESTIONÁRIOS..... | 34 |
| 4.1 Avaliação dos Resultados | 45 |
| CONSIDERAÇÕES FINAIS | 47 |
| REFERÊNCIAS..... | 48 |
| APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO APLICADO | 51 |
| ANEXO A – LEI Nº 3.927 | 53 |

1. INTRODUÇÃO

O empreendedorismo social é um tema novo em sua atual configuração, mas na sua essência já existe há muito tempo. Uma primeira constatação foi a pouca bibliografia sobre o assunto, o que demonstra tratar-se de um tema novo e ainda estar em desenvolvimento. O mesmo acontece com a busca por tendências e soluções inovadoras para desafios sociais e ambientais, de forma a realizar ações que permitam para uma comunidade, cidade ou região, desenvolver-se cada vez melhor.

Nessa nova forma de empreendedorismo são utilizadas técnicas de gestão, inovações produtivas, manejo sustentável de recursos naturais e criatividade para fornecer produtos e serviços que possibilitam a melhoria de condição de vida das pessoas envolvidas e beneficiadas, por meio da ação dos empreendedores sociais externos e internos à comunidade.

O empreendedor social utiliza uma abordagem empresarial, como compromisso com resultados e visão de futuro, para identificar e resolver problemas de cunho sócio ambiental, propondo e aplicando medidas que podem ser ao mesmo tempo lucrativas e benéficas para sociedade e o meio ambiente.

A diferença entre o empreendedor social e o empreendedor privado está no objetivo final. Enquanto o empreendedor privado visa maximizar lucro, estabelecendo medidas e estratégias que gerem um resultado financeiro positivo, o empreendedor social busca utilizar os recursos disponíveis para conseguir resultados positivos dentro de uma sociedade, estabelecendo medidas e estratégias que gerem um retorno social e ambiental. Apesar de não ter como principal meta o retorno financeiro, nada impede uma iniciativa de empreendedorismo social de ter fins lucrativos.

É importante destacar que este trabalho é um desdobramento do projeto da iniciação científica intitulado: “A questão das chamadas ‘Hortas’ instaladas na região urbana da cidade de Americana”, no qual, a autora participou como aluna pesquisadora. A proposta desse trabalho foi verificar a razão de ser e existir das Hortas urbanas da cidade de Americana, a partir da legislação que outorgou a existência delas. A pesquisa aplicada foi um questionário quantitativo que buscou levantar elementos sobre o estado da arte das hortas.

Na pesquisa de iniciação científica, foi constatado que vários aspectos levaram à instalação das hortas na região urbana da cidade, uma delas foi a crise do setor têxtil que atingiu a cidade de Americana nos anos 90. Pode-se verificar essa correlação, no Artigo 12º da Lei N° 3.927, de 18 de novembro de 2003, anexo A, que estabelece o programa de hortas comunitárias na cidade. Foram levantadas questões que buscam saber o posicionamento dessas hortas frente ao plantio de orgânicos, uso de agrotóxicos, origem das sementes, tipo de adubo, dentre outros.

Durante essa pesquisa, a cidade foi dividida por regiões para que as informações não ficassem em apenas uma parte do município. Foi pesquisado um universo amostral correspondente a 25% das hortas cadastradas na prefeitura, e foi nessa amostra que constatou-se a possibilidade de existir a presença do empreendedorismo social, condição que não foi contemplada à época da realização da iniciação científica, lacuna que tentou-se, agora, preencher com este estudo monográfico que agora é apresentado.

Dessa maneira, será retomado um dos aspectos levantados nas hipóteses do projeto e que não foi explorado durante a pesquisa da iniciação científica. Nessa atitude, localiza-se a possibilidade de conseguir ampliar o assunto previamente estudado na iniciação científica, aumentando dessa maneira o grau de conhecimento sobre ele, qual seja, se as hortas da cidade de Americana estão inseridas no contexto do empreendedorismo social e quão diferentes são de uma empresa que utiliza a lógica tradicional de negócio.

Para melhor percepção do tema abordado, será realizada uma pesquisa de campo entre as hortas pesquisadas no projeto de iniciação científica, que tem como intuito identificar os quesitos ressaltados anteriormente.

O trabalho será estruturado em capítulos, sendo que o capítulo dois aborda o conceito, o perfil, o desafio, as vantagens, as características do empreendedorismo social e a diferença entre ele e o empreendedorismo privado.

Na sequência, o capítulo três relata sobre o empreendedorismo social no Brasil, cita casos de empreendedorismo social e faz uma breve introdução ao tema com as hortas pesquisadas.

No capítulo quatro, são analisados os resultados obtidos com a pesquisa de campo, no qual, conseguiu-se a quantidade de 19 hortas dentre as mesmas pesquisadas no projeto de iniciação científica.

Por fim, apresenta-se as considerações finais do trabalho que se conclui com base na teoria explorada e no resultado alcançado pela pesquisa de campo.

2. O EMPREENDEDORISMO SOCIAL

Para Neto e Froes (2002), o termo empreendedorismo é um modernismo proveniente da livre tradução da palavra *entrepreneurship*, sendo utilizado para caracterizar os estudos relativos ao empreendedor, universo de atuação, origens, perfil, atividades, entre outros. Já o conceito de empreendedorismo é complexo e dentre todas as explicações, os autores e investigadores que estudam a temática estão de acordo que um empreendedor tem características próprias de percepção da realidade e atitudes.

Como desdobramento, nas últimas décadas, o empreendedorismo social surge com uma nova visão para o empreendedorismo, para Grisi (2008 *apud* FÉLIX; ALVES; SIRGHI, 2012, p.13), “o empreendedor social utiliza as referidas características peculiares em proveito da sociedade, mediante um envolvimento direto com a comunidade com o intuito de a desenvolver”. São, segundo Neto e Froes (2002, p. 25), “comunidades fortes e atuantes. Gente simples agindo como empreendedor. Esta é uma proposta de organização social e de desenvolvimento local que se expande em diferentes comunidades”. Podemos listar a título de revisão do conceito, as seguintes definições:

De acordo com a norte americana *Institute for Social Entrepreneurs* (*apud* FÉLIX; ALVES; SIRGHI, 2012, p.14-16),

Empreendedores sociais são executivos do setor de negócios sem fins lucrativos que prestam maior atenção às forças do mercado sem perder de vista a sua missão social, e são orientados por um duplo propósito: empreender o desenvolvimento sustentável da comunidade é condicionado diretamente por fatores dependem do próprio indivíduo e da comunidade em si. É o caso dos aspectos psicológicos e culturais do indivíduo, das suas capacidades, ações e atitudes, da cultura da comunidade e do seu potencial de desenvolvimento, bem como sua capacidade de identificar oportunidades que conduzam à criação de emprego. (GRISI, 2008).

Para Neto e Froes (2002, p. 9),

O Empreendedor social é um tipo especial de líder – suas ideias e inovações não são incorporadas aos produtos e serviços a serem produzidos e prestados. Mas, sobretudo, são adicionadas à metodologia utilizada na busca de soluções para os problemas sociais, objeto das ações de empreendedorismo [...] os empreendedores tem ideias ao identificarem oportunidades. Os empreendedores sociais buscam soluções inovadoras para os problemas sociais existentes e potenciais.

Segundo Reis (1999 *apud* FÉLIX; ALVES; SIRGHI, 2012, p.16),

A definição de empreendedorismo social varia desde a sua forma mais ampla até à sua forma mais restrita. Do ponto de vista global, o empreendedorismo social diz respeito a atividades inovadoras com um objetivo social na sua forma lucrativa (como em investimentos sociais e comerciais, ou na sua vertente de empreendedorismo social corporativo), na sua forma não lucrativa, ou em formas mistas (tais como estruturas hídras formadas por abordagens não lucrativas e lucrativas em simultâneo). Do ponto de vista mais restrito, o empreendedorismo social normalmente refere-se ao fenómeno da aplicação de conhecimento de competência de mercado ao setor dos negócios sem fins lucrativos, tal como acontece em organizações que encontram formas inovadoras de ganhar dinheiro.

É comum a esses conceitos uma conscientização da necessidade de resolver ou diminuir um problema social a partir da criação de um valor social, pode-se dizer que empreendedores sociais são pessoas que buscam melhorar aspectos sociais e o ambiente por suas ações, possuem percepções e tem atitudes para criar valores sociais de inovação em prol do desenvolvimento social, econômico e comunitário, ele visa um ganho em qualidade de vida.

De acordo com Martin e Osberg (2007 *apud* FÉLIX; ALVES; SIRGHI, 2012), o conceito de empreendedorismo social apresenta dois pontos, um positivo e outro menos positivo. No que se refere ao mais positivo, está associado ao fato de que o empreendedor social reconhece e aproveita uma oportunidade, tendo capacidade de inovar e fazer melhorias para a sociedade. Em relação ao menos positivo, diz respeito ao tempo do projeto, sendo esse tempo demorado a atingir o que se é proposto ou que seja destacado e efetivo.

2.1 Perfil e desafios do empreendedorismo social

O empreendedorismo social pode ser apontado como um aspecto inovador para alcançar as necessidades sociais não satisfeitas. O empreendedor social desenvolve e implementa programas inovadores para a resolução de programas sociais, porém, seus ideais e sonhos não são suficientes para iniciar e desenvolver um projeto de empreendedorismo social, sendo assim:

Não é qualquer um que pode ser um empreendedor social. O empreendedorismo social é um misto de ciência e arte, racionalidade e intuição, ideia e visão, sensibilidade social e pragmatismo responsável,

utopia e realidade, força inovadora e praticidade (NETO; FROES, 2002, p. 25).

Portanto, não basta querer ser um empreendedor social, é preciso ser alguém que saiba e goste de pensar de maneira social, ter visões, intuições e ideias inovadoras com praticidade e tenha vontade de transformar a realidade atual. O empreendedor social busca desenvolver a sociedade para o crescimento, por meio de ações sustentáveis que proporcionam a permanência e a melhoria do bem-estar, todavia, ele tem uma atitude diferenciada diante das mudanças, pois, ao encontrar problemas consegue perceber as oportunidades criadas.

É importante destacar que obter conhecimentos específicos no campo de atuação e competência possibilita ao empreendedor a identificação das reais oportunidades para o desenvolvimento de suas ações sociais. A criatividade, a objetividade, a inovação, a participação efetiva nos projetos e a flexibilidade levam-no a realizar um trabalho participativo e com resultados importantes no processo de negociação com os envolvidos e no trabalho em equipe (NETO; FROES, 2002).

Esses elementos também estão relacionados à capacidade de elaborar estratégias de trabalho, de obter o poder de persuasão na busca de parcerias para as ações com as comunidades, especialmente a imparcialidade nos projetos desenvolvidos. A liderança pode desencadear outras características intrínsecas à figura do empreendedor, pois, a partir dela é possível ter senso de responsabilidade e solidariedade, ser sensível aos problemas sociais, ser persistente e consciente, sendo esses, elementos importantes do perfil do empreendedor social (NETO; FROES, 2002).

Nesse sentido, na comunidade, os desafios do empreendedorismo social partem dos aspectos sociais, econômicos, políticos, culturais e ambientais. Para as ações serem bem sucedidas, precisa haver o cumprimento das mudanças de comportamento da população, preservação da cultura local, desenvolvimento dos processos de participação, introdução e prática de novas formas de inserção social, engajamento das pessoas no processo, incentivo à iniciativa de auto sustentação, garantia do uso sustentável de áreas naturais e geração de renda e emprego. As ações de empreendedorismo social, para obterem sucesso, precisam seguir os seguintes requisitos:

- Mudanças de comportamento da população;
- Preservação das culturas locais;
- Desenvolvimento de processos de participação;
- Introdução e prática de novas formas de inserção social;
- Engajamento das pessoas no processo;
- Incentivo à iniciativa de auto sustentação;
- Incentivo à adoção de comportamentos responsáveis e éticos;
- Garantia do uso sustentável de áreas naturais e da proteção das culturas locais;
- Auto geração de renda e emprego (NETO; FROES, 2002, p. 36).

Diante de tais requisitos, o quadro 1 define os principais desafios dos projetos do empreendedorismo social.

Quadro 1: Os desafios do empreendedorismo social.

| |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1 – Como mudar comportamentos da população? |
| 2 – Como utilizar processos de participação? |
| 3 – Como inovar em termos de inserção social? |
| 4 – Como engajar pessoas no processo de empreendedorismo social? |
| 5 – Como diminuir os impactos indesejáveis na cultura local? E no meio ambiente? |
| 6 – Como assegurar o uso sustentável de áreas naturais? |
| 7 – Como garantir a proteção das culturas locais? |
| 8 – Como incentivar iniciativas de auto-sustentação? |
| 9 – Como incentivar comportamentos responsáveis e éticos? |
| 10 – Como produzir renda e criar empregos? |
| 11 – Como criar uma cultura de auto-sustentabilidade? |
| 12 – Como criar novas organizações sociais e torná-las mais atuantes? |
| 13 – Como criar e implantar instrumentos legais e políticas públicas de incentivo ao empreendedorismo social? |
| 14 – Como melhorar a qualidade de vida das populações envolvidas? |
| 15 – Como gerar alternativas econômicas para a população local? |
| 16 – Como criar e implementar critérios conservacionistas de desenvolvimento sustentável? |
| 17 – Como administrar as pressões da comunidade? |
| 18 – Como criar fontes viáveis de financiamento para as iniciativas empreendedoras locais? |
| 19 – Como criar novas fontes alternativas e não-tradicionais de desenvolvimento local e regional? |
| 20 – Como toda a população, e não apenas um pequeno segmento populacional, pode ser beneficiada? |

Fonte: NETO e FROES (2002, p.37).

Esses desafios conduzem a dimensões do empreendedorismo social, sendo:

- A dimensão psicossocial (como mudar comportamentos, como utilizar processos de participação, como inovar em termos de inserção social, como engajar pessoas no processo, como incentivar comportamentos responsáveis e éticos, como administrar pressões da comunidade);

- A dimensão cultural (como preservar as culturas locais, como incentivar o uso sustentável de áreas naturais, como criar uma cultura de auto sustentabilidade);
- A dimensão econômica (como gerar renda, como criar emprego, como melhorar a qualidade de vida da população, como oferecer benefícios, como criar fontes alternativas de desenvolvimento e financiamento);
- A dimensão política (como criar novas organizações sociais e torná-las mais atuantes);
- A dimensão ambiental (como assegurar o uso sustentável dos recursos naturais existentes, como minorar os impactos indesejáveis no meio ambiente, como criar e implementar critérios conservacionistas);
- A dimensão regulatória/institucional (como criar e implementar instrumentos legais e políticos públicos de incentivo ao empreendimento social) (NETO; FROES, 2002, p. 38).

Todo esse processo é primordial para que se obtenha o resultado esperado e com sucesso, visto que, para um empreendimento social, igualmente, a formação de uma empresa é essencial que se faça um planejamento adequado para viabilizar o projeto. Deve-se também observar do que foi colocado, que todo esse processo e procedimento estão fundamentalmente relacionados com a figura do empreendedorismo social, ou seja, pode-se afirmar que o empreendedorismo social apenas pode existir se for gerido por uma pessoa que possua as características e aderência às questões sociais do entorno em que ele pretende desenvolver suas iniciativas.

2.2 As vantagens do empreendedorismo social para a comunidade

Diante de vários problemas sociais, tais como, a má distribuição de renda, o desemprego, entre tantos outros, emerge uma forma de empreendedorismo que visa atenuá-los, ter alternativas sustentáveis e ações voltadas para toda a sociedade. Desenvolver ações para o bem comum tem inúmeras vantagens e o resultado é um crescimento mútuo, no qual a sociedade ganha desenvolvimento de qualidade de vida e esperança de um futuro melhor.

O desenvolvimento é importante para o mundo em geral, se busca cada vez mais medidas para alcançar um desenvolvimento mais humano, social e sustentável. Esse modelo de desenvolvimento envolve o cidadão comum e das ruas, os que trabalham no governo, em empresas privadas, profissionais liberais e pessoas que vivem na cidade e no campo. Existe a necessidade de inclusão social, alcançar o desenvolvimento para todos (NETO; FROES, 2002).

As principais características para um novo modelo de desenvolvimento são as seguintes:

- Desenvolvimento de dentro para fora, onde o foco é o indivíduo, seu valor e sua capacidade para inovar, transformar e empreender;
- Desenvolvimento de baixo para cima a partir da mobilização das pessoas que vivem em uma comunidade;
- Tem como referência os potenciais inerentes a cada pessoa e comunidade, grupo humano ou nação;
- É centrado nas pessoas e nos grupos sociais e os como os únicos sujeitos legítimos do desenvolvimento;
- Baseia-se nos valores da cooperação, da partilha, da reciprocidade, da complementaridade e da solidariedade;
- Seus principais ativos são as qualidades humanas e os recursos materiais e naturais disponíveis na região (NETO; FROES, 2002, p. 04-05).

É um modelo de desenvolvimento comunitário e integrado, seu foco é a comunidade. Trata-se de um trabalho em grupo que se desenvolve sob cooperação de diversos agentes, governo local, empresas e organizações sociais.

Segundo os autores, “o empreendedorismo social é um processo de transformação da sociedade que se caracteriza por diversos elementos”. Esses elementos são:

- Aumento do nível de conhecimento da comunidade local com relação aos recursos existentes, capacidades e competências disponíveis em seu meio;
- Aumento do nível de consciência da comunidade com relação ao seu próprio desenvolvimento;
- Mudança de valores das pessoas que são sensibilizadas, encorajadas e fortalecidas em sua autoestima;
- Aumento da participação dos membros da comunidade em ações empreendedoras locais;
- Aumento do sentimento de conexão das pessoas com a sua cidade, terra e cultura;
- Estímulo ao surgimento de novas ideias que incluem alternativas sustentáveis para o desenvolvimento;
- Transformação da população em proprietária e operadora dos empreendimentos sociais locais;
- Inclusão social da comunidade;
- Busca de maior autossuficiência pelos membros da comunidade local;
- Melhoria da qualidade de vida dos habitantes (NETO; FROES 2002, p. 41).

Nesse sentido, as vantagens para a população local são várias: maior conhecimento, conscientização, participação, ideias novas, autoestima elevada e mão de obra barata, dentre outras. O desenvolvimento local viabiliza-se por meio de dois mecanismos principais:

1° o 'empoderamento' da comunidade (no sentimento da obtenção de um maior grau de informação, conscientização, senso do interesse coletivo e fortalecimento dos sentimentos de autoestima, autossuficiência, etc.);
2° o reinvestimento da renda no espaço local (NETO; FROES 2002, p. 42).

Outrossim, podemos também somar que um empreendimento dessa natureza gera uma fonte de renda e emprego. É importante salientar que a criação de um projeto social não trata da criação de uma empresa com uma missão social, mas sim de um processo de inovação social. Um método que pode ocorrer na situação de um serviço do estado, de uma organização social, de uma empresa comercial ou de uma iniciativa empresarial.

É provável que um empreendedor social sozinho não tenha de forma significativa resultados positivos para melhorar o mundo, mas a união de milhares de empreendedores sociais focados em soluções diferentes certamente conseguirá melhorias. Se empresas privadas, órgãos públicos e setores sociais, reconhecerem, apoiarem e valorizarem o trabalho dos empreendedores sociais provavelmente ambos serão beneficiados e terão um modelo equilibrado e sustentável (NETO; FROES, 2002).

2.3 Características do empreendedorismo social

O empreendedor social apresenta características próprias e tem como propósito a busca por uma melhor qualidade de vida.

Reconhece-se, sem dificuldades, que a criação de 'valor social' é a sua razão de ser e a sua inspiração sendo certa que, na sua essência, o empreendedorismo e a inovação social assumem como objetivo central a melhoria da qualidade de vida e o bem estar individual e coletivo. Desta forma, o empreendedorismo social representa realmente uma forma diferente de aproveitar as oportunidades e de desenvolver projetos colocando, no centro da atividade econômica, a supremacia da ética, da justiça social, do indivíduo e das suas reais necessidades (FÉLIX; ALVES; SIRGHI, 2012, p. 10).

Contudo, todos os envolvidos no empreendedorismo social buscam alcançar objetivos que têm como missão o bem estar coletivo e são guiados por princípios que servem como base para atingir as metas estipuladas, sendo assim, deve ser desenvolvido de forma integrada e coletiva, com finalidades claras, pautadas em oportunidades e incentivos que seja realista para a concretização dos propósitos.

Os objetivos do empreendedorismo social necessitam de mecanismos e ferramentas para se consolidar. Também é fundamental uma boa gestão para que as ações desenvolvidas sejam feitas em um grupo coeso que possui a mesma missão, foco e deseja alcançar as mesmas metas com utilização racional do capital empreendido e melhor uso dos recursos humanos, econômicos e sociais (FÉLIX; ALVES; SIRGHI, 2012).

De acordo com Neto e Froes (2002, p. 32), “o que realmente se deseja é transformar a sociedade atual, imersa num emaranhado de problemas sociais”. Portanto, o desejo é diminuir os problemas sociais, melhorar a qualidade de vida das pessoas com a formação de uma sociedade mais justa e mais equilibrada, pode-se dizer que as características do modelo social sob influência desse tipo de empreendedorismo são:

- Capacidade de gerar renda por meio do trabalho executado pelas próprias pessoas envolvidas no projeto social;
- Revitalização e ampliação de espaço público por meio dos atos executados de cidadania;
- Prover parceria;
- Gerar melhor qualidade de vida para as pessoas da comunidade;
- Estimular o conhecimento de práticas sociais empreendedoras e humanitárias. (NETO; FROES, 2002).

Segundo Félix, Alves e Sirghi (2012), os empreendedores sociais mostram características específicas um tanto diferentes das relativas aos empreendedores privados. Características essas identificadas por Dees (2001 *apud* FÉLIX; ALVES; SIRGHI, 2012), e denominadas os 10 Ds do empreendedor social:

- **Dream** (Sonhadores) – os empreendedores sociais enxergam o que o futuro pode trazer, não apenas a si próprio (o que acontece com os empreendedores privados), mas para a sociedade em que estão inseridos;
- **Decisiveness** (Decididos) – os empreendedores sociais são pessoas que tomam decisões de maneira rápida;
- **Doers** (Ativos) – qualquer plano de ação que seja para atingir o objetivo a que o empreendedor se dispõe, no qual, é determinado e praticado, mesmo que demande ajustes para adequar-se às necessidades especiais da comunidade ou sociedade em que se inclui;

- **Determination** (Determinados) – os empreendedores sociais são muito responsáveis e insistentes, não desistem diante de barreiras que à primeira vista parecem incontornáveis;
- **Dedication** (Dedicados) – o empreendedor social trabalha constantemente quando se propõe a avançar em um novo projeto ou negócio, mesmo que essa dedicação cause um incômodo em alguns relacionamentos pessoais, como por, familiares;
- **Devotion** (Devotados) – os projetos ou negócios em que o empreendedor social está envolvido são executados por ele com verdadeiro prazer, promovendo a sua ‘venda’, seja ela efetiva ou figurada;
- **Details** (Minuciosos) – o comando dos detalhes é um fator para o empreendedor social precaver-se para elevar o sucesso do seu projeto ou negócio. No caso do empreendedor privado, o controle dos detalhes é colocado para diminuir os riscos (como o empreendedor social), mas também para a maximização do lucro.
- **Destiny** (Destinados) – os empreendedores sociais propõem-se a serem ‘donos’ do seu destino ao invés de estarem dependentes de outras pessoas;
- **Dollars** (Dinheiro) – o empreendedor social não se motiva somente pelo enriquecimento, embora seja um indicador do sucesso do projeto ou negócio, a diminuição ou resolução do problema social em causa é sua principal recompensa;
- **Distribute** (Partilha) – os empreendedores sociais compartilham o controle do projeto ou do negócio com os demais colaboradores ou parceiros, os quais representam peças fundamentais para o sucesso.

No entanto, empreender socialmente implica igualmente repensar o significado da qualidade de vida, não pelo processo de acumulação de bens materiais, mas pela oportunidade de realização do ser humano. Empreendedores sociais são agentes de transformação social que priorizam o foco de atenção para os grandes dilemas da nossa sociedade.

De modo geral, o empreendedor social aponta tendências e traz soluções inovadoras para problemas sociais e ambientais ao enxergar problemas ainda não reconhecidos pela sociedade, sob uma perspectiva diferenciada. Por meio da sua atuação e da própria mobilização, ele acelera o processo de mudanças e inspira uma legião de pessoas para o engajamento em torno de uma causa comum.

Os negócios sociais integram a lógica dos diferentes setores econômicos e oferecem produtos/serviços de qualidade à população excluída do mercado tradicional, ajudando a combater a pobreza e reduzir as desigualdades sociais (NETO; FROES, 2002).

2.4 Diferenças entre empreendedorismo social e privado

Empreendedores sociais e privados partem de algumas motivações em comum, tais como, implementação de novas ideias, aumento a qualidade de vida e busca pelo reconhecimento. De modo geral, empreendedorismo é o envolvimento de pessoas e processos, que juntos transformam ideias em oportunidades. Porém, existem diferenças entre empreendedorismo privado e social:

O empreendedorismo privado é de natureza individual, centrado na produção de bens e serviços para o mercado. Seu foco é o mercado, onde busca o lucro e satisfaz as necessidades de seus clientes. O empreendedorismo social é coletivo, pois envolve todos os membros da comunidade num esforço comum de participação, integração e desenvolvimento. (NETO; FROES, 2002, p.11-12).

No entanto,

A linha que separa o conceito de empreendedor privado do conceito de empreendedor social é tênue. O empreendedor privado apresenta uma atitude com foco no mercado, no desenvolvimento das organizações e na maximização do lucro, que quando aliada à sua capacidade de inovar pode assegurar o sucesso do empreendimento. A esta forma de empreendedorismo atribui-se uma natureza individual. Já o empreendedor social é coletivo e o seu desempenho é medido pelo impacto social das suas ações. Neste caso ocorre o envolvimento da comunidade onde se insere através da sua participação, integração e desenvolvimento, com o intuito de solucionar carências sociais. (MELO; NETO, 2002 *apud* FÉLIX; ALVES; SIRGHI, 2012, p.15).

Portanto, o empreendedorismo privado resulta em bem estar individual e é estimulado a produzir produtos ou serviços para atender as necessidades dos clientes, o que depende para o sucesso do projeto, enquanto que o empreendedorismo social, na essência, objetiva o bem estar coletivo, tendo como sucesso o impacto social, ou seja, a solução para as pessoas beneficiadas com o projeto em questão.

Segundo Neto e Froes (2002), quando surgem ideias, os empreendedores privados registram ou até mesmo patenteiam a marca, transformando-as em apropriações individuais. Já os empreendedores sociais divulgam suas ideias para serem aplicadas em outras comunidades, cidades e regiões. Existem vários exemplos, um deles é o caso do soro caseiro que foi desenvolvido com sucesso e rapidamente divulgado para toda a população. Sendo assim,

O empreendedorismo social difere do empreendedorismo propriamente dito em dois aspectos:

1° não produz bens e serviços para vender, mas para solucionar problemas sociais;

2° não é diferenciado para mercados, mas para segmentos populacionais em situações de risco social (exclusão social, pobreza, miséria e risco de vida) (NETO; FROES, 2002, p. 09).

Já a finalidade de agir do empreendedor privado é o mercado promissor, enquanto o do empreendedor social é a comunidade, que ao enfrentar problemas, busca por soluções de origem social para alcançar objetivos. De um lado, há o mercado e do outro, a comunidade, mas ambos geram necessidades e demandas. Para o empreendedorismo social, são chamados de beneficiários diretos e indiretos, enquanto que para o empreendedorismo privado, são os clientes e consumidores.

O que o empreendedor social busca, na verdade, não é o sucesso de vendas, como o faz o empreendedor privado. Sua medida de sucesso é o impacto social. Ou seja, o número de pessoas beneficiadas com a solução proposta no programa ou projeto de empreendedorismo social. O empreendedor social mede o seu retorno com base na melhoria da qualidade de vida de seus beneficiários, no seu progresso material-pessoal. No empreendedorismo privado, a economia é uma dimensão supervalorizada. Dela depende fundamentalmente o sucesso do projeto. No empreendedorismo social, a economia está a serviço da comunidade. Está é que cria seus empreendimentos e se vale da economia local e regional para viabilizá-los (NETO; FROES, 2002, p.10).

Portanto, as medidas adotadas pelo empreendedor social e privado diferem-se tanto na busca pelo sucesso quanto pela economia.

O quadro 2, resume as diferenças entre o empreendedorismo social e privado:

Quadro 2: Diferença entre empreendedorismo social e privado

| Empreendedorismo social | Empreendedorismo privado |
|---------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------|
| 1) é coletivo; | 1) é individual; |
| 2) produz bens e serviços para a comunidade; | 2) produz bens e serviços para o mercado; |
| 3) tem o foco na busca de soluções para os problemas sociais; | 3) tem o foco no mercado; |
| 4) sua medida de desempenho é o impacto social; | 4) sua medida de desempenho é o seu lucro; |
| 5) visa resgatar pessoas da situação de risco social e promovê-las. | 5) visa satisfazer a necessidade dos clientes e ampliar as potencialidades do negócio. |

Fonte: NETO e FROES (2002, p.11).

As diferenças são claras, pois, o empreendedorismo social é coletivo, produz bens e serviços para a comunidade, busca soluções para os problemas sociais por meio das necessidades da comunidade, a medida de desempenho é o impacto social, visando resgatar as pessoas da situação de risco e quando possível, desenvolver a capacidade e conhecimento para oferecer inclusão social.

O empreendedorismo privado é individual, produz bens e serviços para o mercado, que é o seu foco, busca o lucro e satisfação das necessidades de seus clientes.

3. O EMPREENDEDORISMO SOCIAL NO BRASIL

O empreendedorismo no Brasil, começou a tomar forma nos anos 90, diante da economia em processo de estabilidade (DORNELAS, 2008). No que diz respeito ao empreendedorismo social, entende-se que é um tema em construção e precisa ser melhor explorado.

O crescimento dos problemas sociais que gerou o paradigma da exclusão social de hoje no Brasil, vem exigindo de todos os atores políticos e sociais uma nova atitude. Uma atitude de mudança, inovadora em sua natureza e essência, voltada para o desenvolvimento sustentável das comunidades em geral e, sobretudo, das comunidades de baixa renda (NETO; FROES, 2002, p. 28).

Diante do atual cenário de desigualdades que imperam em praticamente todo o país, onde o Estado mostra-se impossibilitado de promover a distribuição equitativa de recursos, o empreendedor social apresenta-se como um agente que pode auxiliar no processo de extinção das discrepâncias existentes entre os cidadãos, promovendo por meio de suas ações um desenvolvimento sustentável na sociedade em que está inserido.

Para que essas ações tenham sucesso e o desafio seja vencido, é necessário ultrapassar as barreiras de indiferença política, cultural, econômica e social. Existem alguns pré-requisitos que devem ser atendidos,

1. Redesenho da relação entre comunidade, governo e setor privado;
2. Mudança de paradigmas de atuação em benefício de comunidades menos privilegiadas;
3. Oferecimento de oportunidades concretas de transformação a setores tradicionalmente excluídos das principais agendas nacionais;
4. Surgimento de uma nova crença de gerar fórmulas de 'empoderamento', devidamente adaptadas a realidades sociais diferenciadas e capazes de se converter em caminho de sucesso no combate à pobreza e à degradação humana e ambiental;
5. Desenvolvimento de caminhos inovadores de promoção de equidade social, cultural, econômica, e ambiental pela otimização dos recursos e competências que possibilitem atividades financeiramente viáveis e ambientalmente sustentáveis;
6. Mudança de padrões da sociedade;
7. Estabelecimento de novas parcerias com os demais setores da sociedade;
8. Fortalecimento do espaço público que implique o acesso de todos e que, sobretudo, contemple a melhoria da qualidade de vida de diversos atores;
9. Estabelecimento de 'ações afirmativas';

10. Novos processos de geração de riquezas e de valores em forma de vida digna;
11. Estabelecimento de padrões éticos em trabalhos comunitários (NETO; FROES, 2002, p. 28).

Para que as mudanças aconteçam, é necessário que seja redesenhado o processo do empreendedorismo social entre setor privado, governo e comunidade, para que estabeleça um novo modelo de parceria, pois com essas parcerias ocorre um ganho de visibilidade e manutenção de ações assertivas, que abrange segmentos de toda a população em condição de risco social, sendo, desempregados, idosos, doentes terminais, deficientes físicos, entre outros.

De acordo com Neto e Froes (2002), o resultado esperado é de uma comunidade mais ativa e bem informada, contudo, com essas ações, o espaço público é tonificado e as decisões são tomadas em conjunto por todos os envolvidos e sobrevém o desenvolvimento social da comunidade local. Mas somente isso não resolve, é indispensável que ocorra uma transformação social de valores éticos, sociais e morais, fundamentado em projetos eficientes que busquem soluções para os problemas sociais atuais.

3.1 Casos de empreendedorismo social no Brasil

No Brasil, diversos exemplos de empreendedorismo social têm ajudado a promover importantes transformações positivas, que podem ser analisados a partir de consultas a algumas organizações. O exemplo que será apresentado é a Ashoka¹.

A Ashoka é uma organização mundial, sem fins lucrativos, pioneira no campo da inovação social oferecendo apoio aos empreendedores sociais, pessoas com ideias criativas e inovadoras capazes de provocar transformações com amplo impacto social. Foi criada em 1980 pelo norte-americano Bill Drayton, seus primeiros focos foram Índia e Brasil e hoje está presente em mais de 85 países.

Todos os empreendedores sociais da Ashoka são eleitos por um rigoroso processo de busca e seleção com etapas nacionais e internacionais. Esses empreendedores sociais são líderes no campo em que atuam e estão inspirando políticas públicas a fim de realizar mudanças.

¹ Ashoka. Disponível em: www.ashoka.org.br.

Para a Ashoka o conceito de empreendedorismo social é:

O termo empreendedor social foi cunhado por Bill Drayton – fundador e CEO da Ashoka – ao perceber a existência de indivíduos que combinam pragmatismo, compromisso com resultados e visão de futuro para realizar profundas transformações sociais. O empreendedor social aponta tendências e traz soluções inovadoras para problemas sociais e ambientais, seja por enxergar um problema que ainda não é reconhecido pela sociedade e/ou por vê-lo por meio de uma perspectiva diferenciada. Por meio da sua atuação, ele(a) acelera o processo de mudanças e inspira outros atores a se engajarem em torno de uma causa comum. É com esta perspectiva que a Ashoka fomenta uma cultura de empreendedorismo social na qual a figura do empreendedor é extremamente relevante, mas não é o a única. A Ashoka acredita numa sociedade na qual todas as pessoas possam realizar seu potencial de agentes de mudanças².

Conforme os demais conceitos apresentados no tópico anterior, a Ashoka também acredita que o empreendedor social busca mudanças para uma melhor qualidade de vida em prol da sociedade, com soluções inovadoras para os problemas sociais.

A Ashoka tem um programa de mapeamento para estimular a inovação como principal ferramenta a tecnologia e a comunicação, sendo ele o *Changemakers*³. O objetivo desse programa é de conectar à rede Ashoka com inovadores que são pessoas de visão de transformação, ou seja, que queiram mudar a realidade da sociedade, através de ferramentas online. Esse mapeamento em primeiro momento identifica as principais barreiras e prováveis soluções no setor que serve para desenvolver a rede, no qual, estão além de barreiras e impactos alcançados, as pessoas envolvidas e as principais oportunidades de expansão.

O próximo passo é a realização de um desafio que funciona como uma chamada aberta, sendo *online*, nesse processo é possível expandir o mapeamento para que inovadores conheçam novos projetos, possam receber e oferecer comentários, tendo acesso a ferramentas que fomentam seus financiamentos.

Afora os desafios, o *Changemakers*, da mesma forma, realiza cursos *online* e *workshops* para inovadores sociais, que serve de encontro para um comprometimento maior, que a Ashoka chama de rede ativada.

² Conceito de empreendedorismo social para a organização Ashoka. Disponível em: <http://brasil.ashoka.org/conceito-0>. Acesso em 22.10.2015.

³ Programa *Changemakers* da organização Ashoka. Disponível em: <http://brasil.ashoka.org/changemakers>. Acesso em 22.10.2015.

Em seguida, será apresentado um exemplo de material produzido pela Ashoka e o programa *Changemakers*:

- **Mapa de soluções Inovadoras** – Gestão de Negócios Sociais e Inclusivos – Ashoka e Instituto Walmart Brasil. O Instituto Walmart Brasil foi criado em 2005 e é responsável pela estratégia e gestão do investimento social Walmart Brasil, no qual realiza projetos que fortalecem a relação da empresa com a comunidade. A organização é dedicada à preparação de jovens para o mundo do trabalho e ao fortalecimento de organizações sociais vizinhas as unidades da rede Walmart.

Viver Melhor Comunidade busca fortalecer organizações sociais vizinhas a unidades de negócio com capacitações e doações [...] ao atuar com as organizações sociais, o IWM tem como objetivo melhorar as condições de vida de comunidade em situação de vulnerabilidade social⁴.

No programa Viver Melhor Comunidade, a meta do Instituto Walmart Brasil é de tonificar organizações sociais próximas as lojas, escritórios e centros de distribuição do Walmart Brasil. Para que esse processo seja feito, o Walmart investe em capacitação e promove doações. Esta plataforma reúne três iniciativas:

- **Caravana do Instituto Walmart**, que tem o objetivo de qualificar e desenvolver as organizações vizinhas às unidades da rede Walmart a partir de encontros, ações de formação e apoio financeiro a projetos selecionados por meio de editais. É uma ação itinerante que pretende descobrir um país que demonstra por meio de mobilização comunitária, da movimentação de parcerias e da propagação da solidariedade;

- **Programa Boas Ações**, que reúne iniciativas liberadas pelas lojas da rede Walmart em benefício das comunidades onde estão presentes. Um dos destaques é o apoio a bancos de alimentos, com a doação de produtos que estão fora dos padrões de comercialização, mas que ainda estão adequados para o consumo e também são feitas campanhas entre os clientes e funcionários para arrecadar produtos para doação;

⁴ Plataforma do Walmart Brasil. Disponível em: <http://www.walmartbrasil.com.br/noticias/viver-melhor-comunidade-busca-fortalecer-organizacoes-sociaisvizinhas-a-unidades-de-negocio-com-capacitacoes-e-doacoes/>. Acesso em 23.10.2015.

- **Ações de Voluntariado**, é o projeto “Dia na Comunidade” e é realizado anualmente desde 2007. Abre espaço na agenda de funcionários para a realização de atividades voluntárias.

Esses dados foram levantados através do endereço eletrônico da Ashoka, para exemplificar um projeto de empreendedorismo social.

3.2 Empreendedorismo Social e as hortas da cidade de Americana

De acordo com a revisão bibliográfica realizada até o momento, foi possível perceber que os autores têm se utilizado de referências que tratam de definições básicas sobre o empreendedorismo social. Esse fato parece apontar que as pesquisas sobre essa temática estão em um estágio inicial de investigação.

Porém, do que foi levantado nos tópicos anteriores, pode-se analisar que todo o cenário sobre o que é empreendedorismo social, pode ser identificado como fenômeno capaz de auxiliar as questões relativas ao desenvolvimento da sociedade.

Em Americana, no ano de 2003, o vereador Davi Gonçalves Ramos e o prefeito Dr. Erich Hertz Júnior em exercício criaram “o programa de horta comunitária no Município de Americana”.

Conforme Artigo 12º da Lei Nº 3.927, anexo A, seu objetivo era captar mão-de-obra desempregada, oferecer ocupação para portadores de deficiência e homens e mulheres da terceira idade, aproveitar áreas desabitadas e manter terrenos limpos e utilizados. A implantação dessas Hortas deve ser em áreas públicas municipais, áreas declaradas de utilidade pública e ainda não utilizadas, em terrenos particulares, em faixas de servidão de passagem aérea da Companhia Paulista de Força e Luz - CPFL. Os procedimentos são cadastrar as localizações das áreas a serem trabalhadas, em caso de terrenos particulares, consulta ao proprietário e órgão gerenciador após a formalização e permissão do uso das áreas, à sua oficialização.

Durante a pesquisa realizada nas hortas da cidade de Americana pelo projeto de iniciação científica, foi possível observar que alguns dos proprietários das Hortas têm conhecimento dessa lei. A maioria das hortas estão localizadas em terrenos que pertencem ao município e algumas são de terrenos particulares.

Existem proprietários de hortas que são beneficiados com isenção de imposto de renda. Essa isenção é oferecida para terrenos com mais de 500 m², e desconto

na água fornecida pelo Departamento de Água e Esgoto - DAE, porém, há alguns proprietários que fizeram a inscrição junto ao órgão responsável e estão aguardando uma posição da prefeitura para adquirir esses benefícios. Essa medida foi adotada para que não sejam implantadas Hortas em qualquer terreno sem o conhecimento da prefeitura.

Para entender melhor como funciona esse processo e identificar se esse projeto se encaixa nos padrões do empreendedorismo social, foi necessário desenvolver uma pesquisa de campo, que será apresentada no capítulo quatro.

4. ANÁLISE DOS QUESTIONÁRIOS

O tipo de pesquisa elaborada e aplicada nas hortas urbanas da cidade de Americana é a pesquisa de campo. “Pesquisa de campo é investigação empírica realizada no local onde ocorre ou ocorreu um fenômeno ou que dispõe de elementos para explicá-lo. Pode incluir entrevistas, aplicação de questionários, testes e observação praticante ou não” (VERGARA, 2011, p. 43). Trata-se de uma observação de fatos e levantamento, análise e interpretação de dados. Com base em uma fundamentação teórica consistente, compreender e explicar o que foi pesquisado.

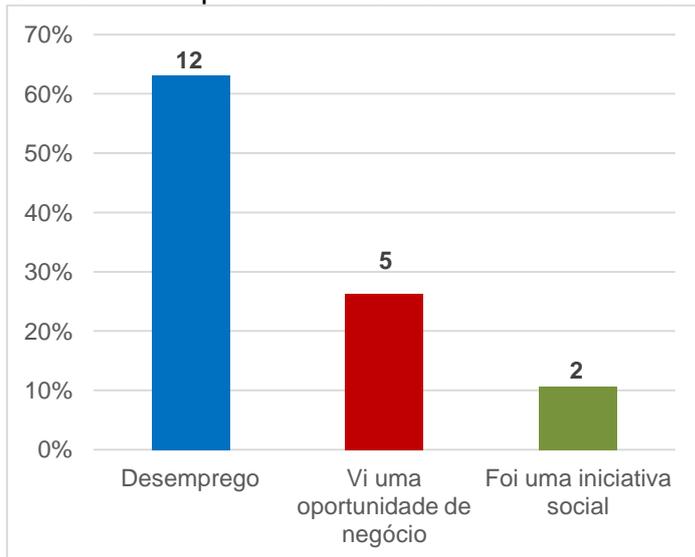
A pesquisa elaborada para a coleta de informações do presente trabalho é composta por 10 perguntas de cunho objetivo. A base para elaboração do questionário, foram os requisitos apontados pelos autores Neto e Froes (2002), tais como, perfil, desafios e vantagens do empreendedorismo social. Essa pesquisa é de natureza quantitativa e cada questão é formada por três alternativas de respostas.

O questionário foi aplicado nas Hortas da cidade de Americana, as mesmas pesquisadas no projeto de iniciação científica. Foram obtidas respostas de 19 hortas e os dados coletados foram representados em gráficos. O modelo de questionário desenvolvido e aplicado pode ser visualizado no apêndice A.

As hortas escolhidas para essa pesquisa foram as mesmas da iniciação científica, pois foi por meio delas que surgiu o interesse em ampliar o estudo referente a um dos assuntos relacionados no projeto e não contemplados devido a sua complexidade e extensão. A seguir, examina-se o que o estudo quantitativo expressou em relação às perguntas aplicadas.

Pergunta: 1) O que motivou a trabalhar com horta?

- a) Desemprego;
- b) Vi uma oportunidade de negócio;
- c) Foi uma iniciativa social.

Gráfico 1: O que motivou a trabalhar com horta?

Fonte: Dados da pesquisa elaborada pela autora.

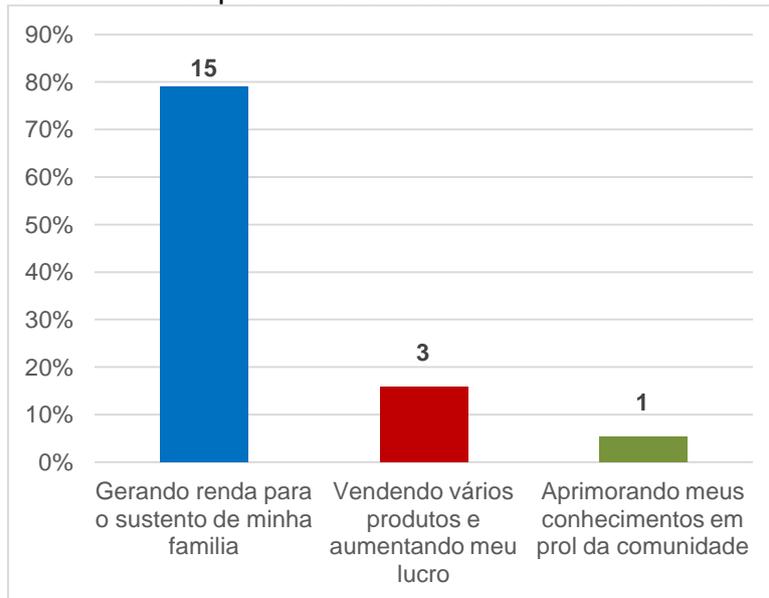
Durante o projeto de iniciação científica não foi possível identificar o momento em que as hortas começaram a se instalar na cidade. Sendo assim, a pesquisa concentrou a instauração dessas hortas através da Lei de 2003. Consequentemente, certificou-se que uma das razões para o desenvolvimento das hortas foi a crise da indústria têxtil nos anos 90, o que causou desemprego na região.

Nos dias atuais, mesmo com a distância de tempo, pode-se observar a importância dessa fonte de trabalho, pois, como apresentado no gráfico 1, o que motivou essas pessoas a trabalharem com hortas foi o desemprego, que representa 63% dos produtores terem nas hortas sua única fonte de renda; 26% viram uma oportunidade de negócio e 11% iniciou o trabalho através de um projeto social.

Pergunta: 2) De que maneira você contribui com a comunidade local?

- a) Gerando renda para o sustento de minha família;
- b) Vendendo vários produtos e aumentando meu lucro;
- c) Aprimorando meus conhecimentos em prol da comunidade.

Gráfico 2: De que maneira você contribui com a comunidade local?



Fonte: Dados da pesquisa elaborada pela autora.

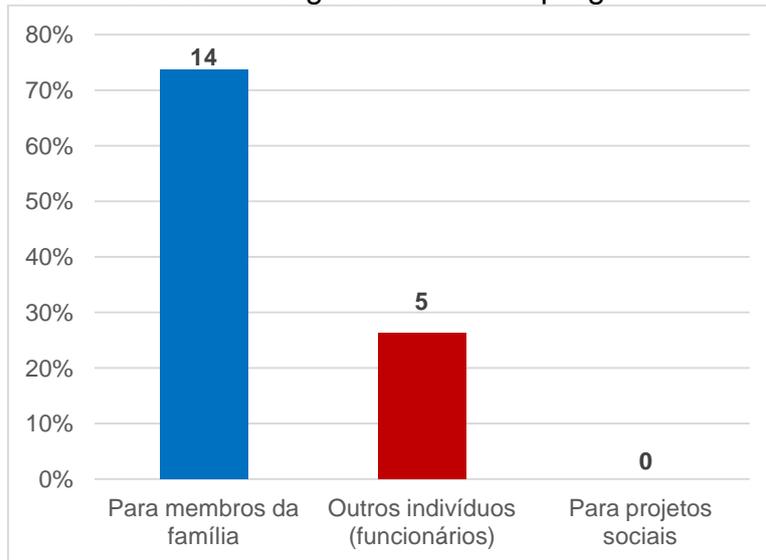
Nesta questão foi abordado de que maneira os responsáveis pelas hortas contribuem com a comunidade local, nesse sentido, podemos observar que de todos os entrevistados, quem tem uma preocupação maior com essas questões, são as pessoas envolvidas em projetos sociais. É possível observar no gráfico 2, que 79% das hortas geram renda para o sustento dos próprios familiares, 16% busca ter uma variedade de produtos para aumentar as vendas e 5% procura aperfeiçoar e melhorar seus conhecimentos para repassar a comunidade.

Pode-se citar como exemplo o Sr. Antônio, vice coordenador de uma cooperativa no bairro Zanaga na cidade de Americana, o mesmo participa de vários cursos e palestras referentes a produtos orgânicos, qualidade de vida, sustentabilidade, entre outros, e a cada aprendizado o Sr. Antônio repassa para as pessoas da cooperativa e da comunidade.

Pergunta: 3) Sua horta gera renda e emprego?

- a) Para membros da família;
- b) Outros indivíduos (funcionários);
- c) Para projetos sociais.

Gráfico 3: Sua horta gera renda e emprego?



Fonte: Dados da pesquisa elaborada pela autora.

No contexto relacionado a verificar se a horta gera emprego e renda, nosso levantamento apontou que 74% dessas estruturas de produção são administradas e cultivadas por membros da família, ou seja, não possuem funcionários devido ao custo de manter os mesmos e 26% possuem funcionários com ou sem registro, conforme o gráfico 3.

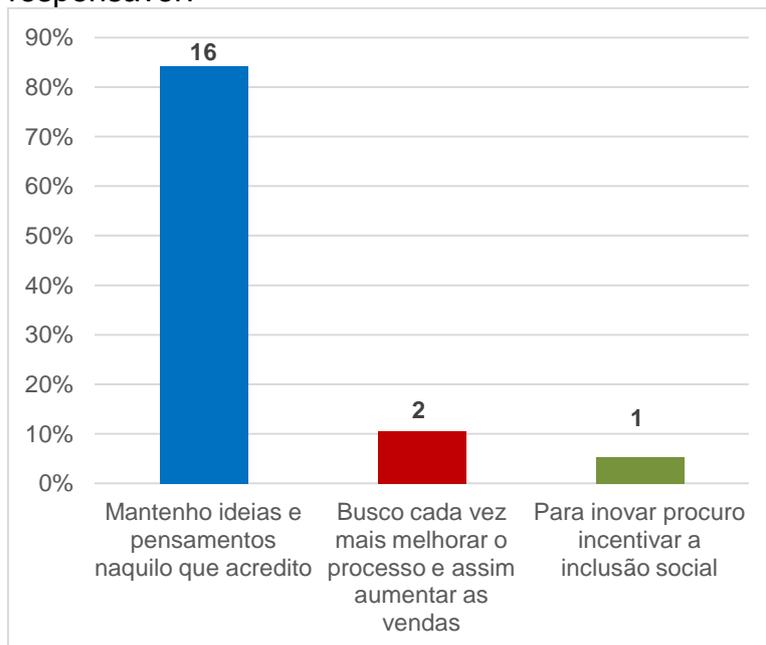
De acordo com a pesquisa, pode-se analisar que os empreendimentos nas hortas são bem diversificados, sendo assim, tem-se casos de pessoas que enxergaram e conquistaram um negócio rentável com as hortas, podendo assim contratar pessoas para trabalhar e gerar lucro; tem-se as pessoas da terceira idade que complementam a renda com esse tipo de atividade e tem-se os beneficiados pela Lei de 2003 que, reunidos ou não em cooperativas, recebem benfeitorias para manter seu sustento e ter uma melhor qualidade de vida.

Conseguiu-se citar como exemplo a Sra. Sandra, ela faz parte da cooperativa do bairro Zanaga na cidade de Americana e complementa a renda da família com o trabalho na horta, mas não é somente com as vendas, pois, boa parte do que ela produz é para consumo da própria família e assim tem menos gastos com alimentos.

Pergunta: 4) Como você incentiva a participação das pessoas para um comportamento responsável?

- a) Mantenho ideias e pensamentos naquilo que acredito;
- b) Busco cada vez mais melhorar o processo e assim aumentar as vendas;
- c) Para inovar procuro incentivar a inclusão social.

Gráfico 4: Como você incentiva a participação das pessoas para um comportamento responsável?



Fonte: Dados da pesquisa elaborada pela autora.

Ao assumir essa responsabilidade, o indivíduo está sujeito a enfrentar um possível fracasso ou sucesso e despertar um comportamento responsável nas pessoas não é uma tarefa fácil. Nas organizações, os gestores enfrentam vários processos para obter o sucesso com sua equipe e os demais envolvidos para atender as expectativas dos clientes.

Sabendo que os processos, por menores que sejam, não são possíveis de serem realizados sozinhos, tenta-se entender de que maneira os responsáveis pelas hortas incentivam a participação das pessoas para um comportamento responsável. No gráfico 4, pode-se observar que 84% mantém ideias e pensamentos naquilo que acreditam, 11% busca cada vez mais melhorar o processo e assim aumentar as vendas e 5%, para inovar, procura incentivar a inclusão social.

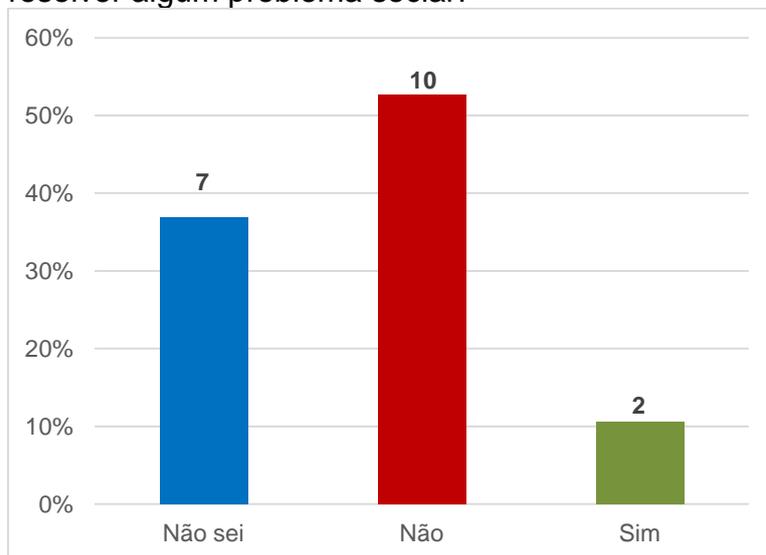
Como exemplo de inclusão social, podemos citar a cooperativa no bairro Zanaga na cidade de Americana que percebe a importância de manter a

cooperativa, pois é através desse projeto que pessoas aposentadas e deficientes físicos tem uma oportunidade de trabalho e com isso se manter ativos para não adoecer.

Pergunta: 5) No seu trabalho na horta você coloca em prática alguma ideia nova para resolver algum problema social?

- a) Não sei;
- b) Não;
- c) Sim.

Gráfico 5: No seu trabalho na horta você coloca em prática alguma ideia nova para resolver algum problema social?



Fonte: Dados da pesquisa elaborada pela autora.

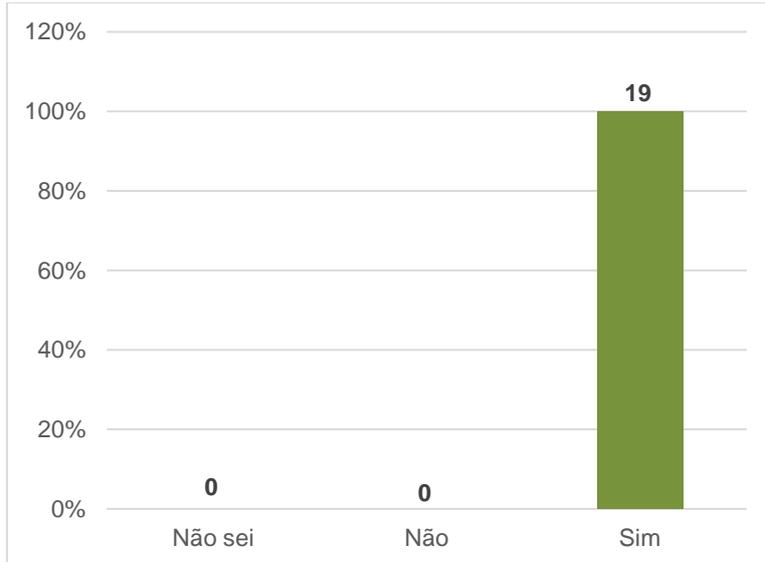
Por mais que o Brasil apresente um crescimento e desenvolvimento nos últimos anos é fato que existem problemas que afetam a vida dos brasileiros, tais como: desemprego, violência e criminalidade, poluição, saúde, educação, desigualdade social, entre outros. Porém, para tentar diminuir essas questões, existem pessoas dispostas a contribuir com novas ideias para amenizar tais problemas.

No gráfico 5, pode-se verificar se os responsáveis pelas hortas colocam em prática alguma ideia nova para resolver algum problema social, assim, 53% responderam que não, 37% não sabem e apenas 11% contestaram que sim.

Pergunta: 6) Você vê a necessidade de transformar a realidade social existente?

- a) Não sei;
- b) Não;
- c) Sim.

Gráfico 6: Você vê a necessidade de transformar a realidade social existente?



Fonte: Dados da pesquisa elaborada pela autora.

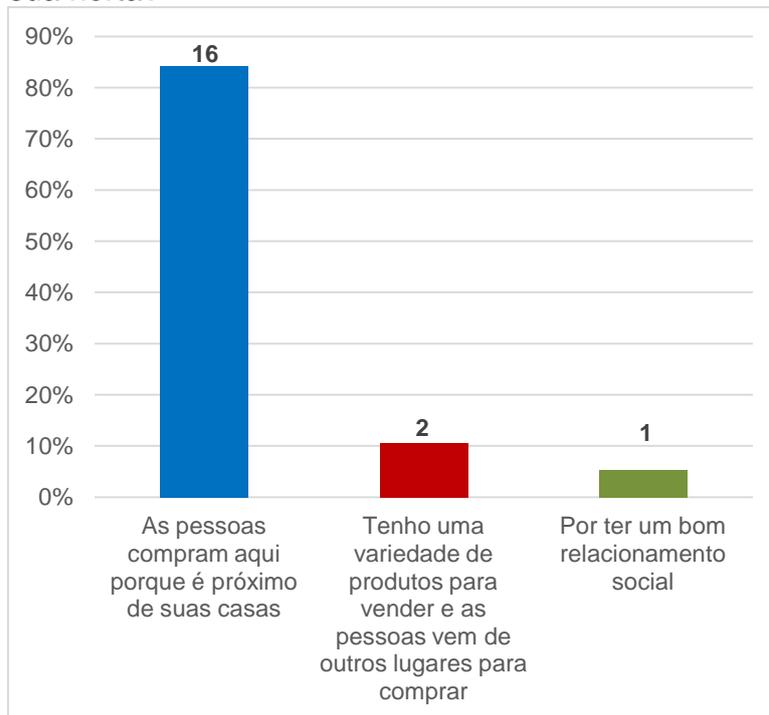
Outra consideração que pode-se deduzir dentro do contexto de problemas sociais, é o fato de haver a necessidade de transformar a realidade social existente. Dessa maneira, ficou claro no gráfico 6, que 100% dos entrevistados enxergam que é imprescindível uma transformação da sociedade atual, para assim elevar a qualidade de vida das pessoas da comunidade.

Mesmo as pessoas que não participam de projetos sociais têm a visão de que o Brasil enfrenta vários problemas sociais e que mudar essa realidade é um ganho para todos.

Pergunta: 7) Afora o preço, por qual razão você acredita que as pessoas compram em sua horta?

- a) As pessoas compram aqui porque é próximo de suas casas;
- b) Tenho uma variedade de produtos para vender e as pessoas vem de outros lugares para comprar;
- c) Por ter um bom relacionamento social.

Gráfico 7: Afora o preço, por qual razão você acredita que as pessoas compram em sua horta?



Fonte: Dados da pesquisa elaborada pela autora.

Durante a pesquisa de iniciação científica, pode-se verificar que nas hortas o produto mais vendido é o alface, e os responsáveis pelas hortas mantêm os preços parecidos ou com uma diferença pequena em relação aos concorrentes, visto que, isso não se torna um diferencial, pois, o custo da produção desse produto é o mesmo tanto para quem produz em menor ou em maior quantidade e para os demais produtos. O preço varia de acordo com a quantidade produzida, porém, esses produtos representam um faturamento menor e não influenciam nas vendas, esse processo é diferente em hortas maiores.

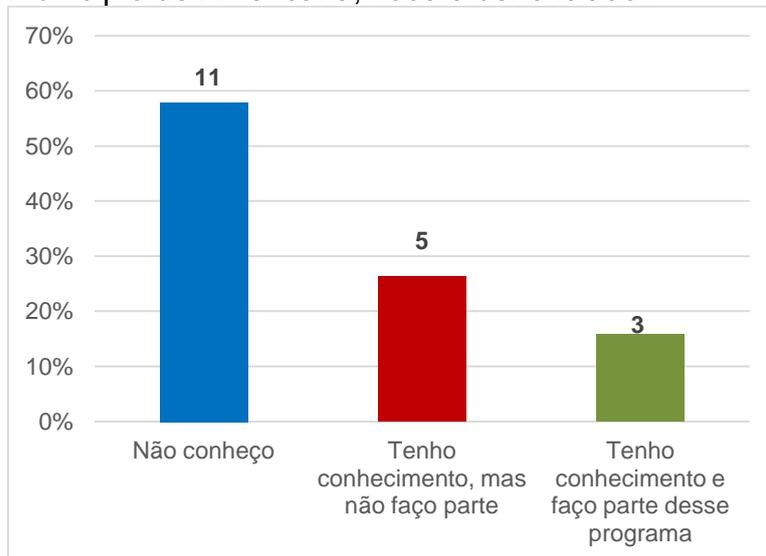
Sendo assim, outro aspecto levantado nesta monografia foi que, afora o preço, por qual razão as pessoas compram nas hortas e no gráfico 7, fica evidente

que 84% das pessoas compram porque é próximo de suas casas, 11% acreditam que tem uma variedade de produtos para vender e as pessoas vem de outros lugares para comprar e 5% por ter um bom relacionamento social atrai as pessoas.

Pergunta: 8) Você tem conhecimento sobre o programa de horta comunitária criado no município de Americana, você é beneficiado?

- a) Não conheço;
- b) Tenho conhecimento, mas não faço parte;
- c) Tenho conhecimento e faço parte desse programa.

Gráfico 8: Você tem conhecimento sobre o programa de horta comunitária criado no município de Americana, você é beneficiado?



Fonte: Dados da pesquisa elaborada pela autora.

De acordo com o que se viu durante a pesquisa de iniciação científica a legislação existente para beneficiar as hortas está sem uma direção certa, por conta dos problemas enfrentados pelo poder público da cidade de Americana, tentou-se contato em vários departamentos para entender melhor como o projeto funciona e quantas hortas são beneficiadas, mas não obtive-se respostas.

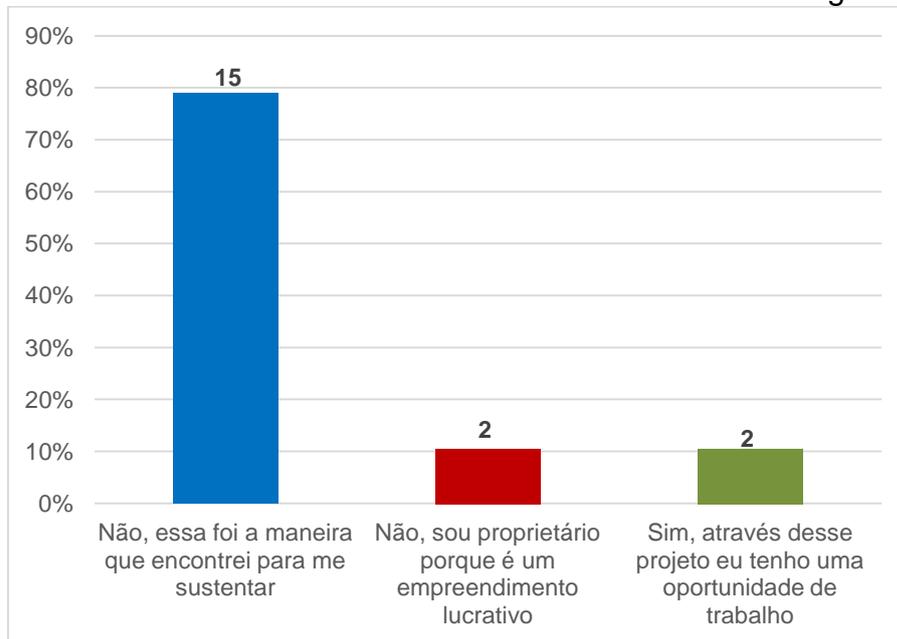
Partindo dessa evidência, perguntou-se aos responsáveis pelas hortas se eles têm conhecimento sobre o programa de horta comunitária criado no município de Americana e se são beneficiados. 58% não conhecem, 26% tem conhecimento, mas não fazem parte do projeto e desse percentual alguns entraram com o pedido e

estão aguardando uma resposta da prefeitura, e 16% tem conhecimento e faz parte desse programa, de acordo com o que representa o gráfico 8.

Pergunta: 9) Você iniciou o trabalho com horta através de algum programa social?

- a) Não, essa foi a maneira que encontrei para me sustentar;
- b) Não, sou proprietário porque é um empreendimento lucrativo;
- c) Sim, através desse projeto eu tenho uma oportunidade de trabalho.

Gráfico 9: Você iniciou o trabalho com horta através de algum programa social?



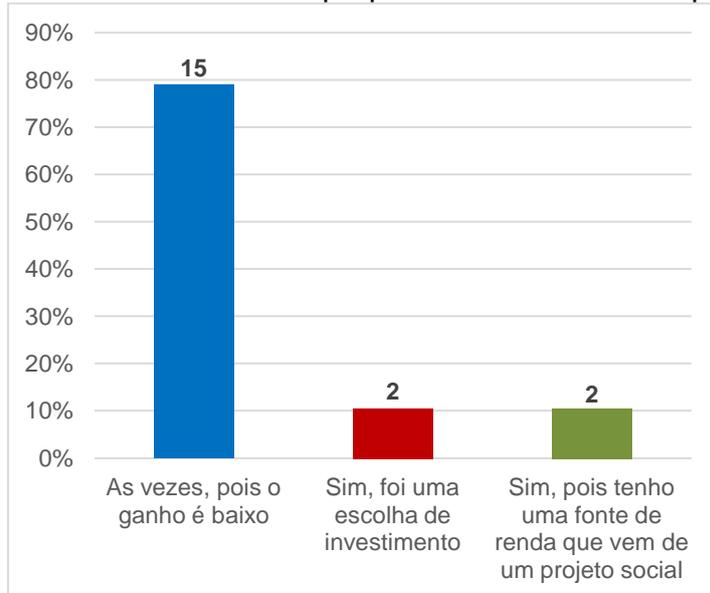
Fonte: Dados da pesquisa elaborada pela autora.

Pode-se inferir que em relação a pergunta do gráfico 1, o fato de trabalhar com as hortas foi para a maioria dessas pessoas a falta de outras oportunidades e a necessidade de sustentar a si próprio e membros da família, porém, de acordo com o gráfico 9, foi questionado se foi através de algum programa social que se tornaram proprietários de horta. Sendo assim, 79% responderam não, pois, essa foi a maneira que encontraram de sustento, 11% também disseram que não, mas viram que se tratava de empreendimento lucrativo e 11% expressaram que sim, através desse projeto tem uma oportunidade de trabalho.

Pergunta: 10) A horta te proporciona uma melhor qualidade de vida?

- a) Às vezes, pois o ganho é baixo;
- b) Sim, foi uma escolha de investimento;
- c) Sim, pois tenho uma fonte de renda que vem de um projeto social.

Gráfico 10: A horta te proporciona uma melhor qualidade de vida?



Fonte: Dados da pesquisa elaborada pela autora.

Para uma boa qualidade de vida das pessoas, existe um envolvimento das condições do bem físico, psicológico, emocional e dos relacionamentos sociais, para obter uma vida digna e isso não quer dizer padrão de vida, sendo esse, uma medida dos bens e serviços que a pessoa possui, mas sim o direito que as pessoas têm de ter o mínimo necessário para viver e o trabalho é um dos aspectos importante para que isso ocorra.

De acordo com o gráfico 10, esse assunto foi abordado e perguntou-se aos proprietários se a horta proporciona uma melhor qualidade de vida. 79% disseram que as vezes, pois o ganho é baixo e serve somente para o sustento da família; 11% responderam que sim, foi uma escolha de investimento para ter seu próprio negócio e 11% também manifestaram que sim, visto que tem uma fonte de renda que vem de um projeto social.

4.1 Avaliação dos Resultados

Durante a pesquisa, encontrou-se diversas situações envolvendo as pessoas que trabalham com as hortas na região urbana da cidade de Americana. Um dos itens abordados na iniciação científica e que não foi contemplado na pesquisa dessa monografia, foi o fato que para trabalhar com o cultivo das hortas não é necessário um grau elevado de escolaridade; todos são alfabetizados mas poucos possuem o ensino médio. Diante disso, nesta nova pesquisa, deparou-se com pessoas que têm facilidade de comunicação e que expressam sentimentos e vontades para ajudar outras pessoas.

Para Degen (2009, p. 418), “quando não há empregos ou as pessoas não têm a formação necessária para o empreendedorismo por oportunidade, o empreendedorismo por necessidade e o auto emprego são a única solução para sobreviverem”. Assim, dentre as hortas pesquisadas, verificou-se que a maioria trabalha com as hortas por não ter outras opções e esse tipo de negócio tem a participação de familiares que edificam relações sociais entre si, por isso, acredita-se que essas pessoas se tornaram empreendedores por necessidade.

Segundo Degen (2009, p. 45), “os Estados Unidos, o Brasil e a Argentina têm as maiores reservas de terras cultiváveis ainda não desenvolvidas. Portanto, a agricultura ou agronegócio representa um mundo de oportunidades para o candidato a empreender”. Alguns proprietários de hortas observaram esse empreendimento como sendo um negócio promissor, possuem funcionários e uma variedade grande de clientes que não são só as pessoas da comunidade, mas bares, restaurantes, mercados, entre outros, podemos dizer que são empreendedores privados.

Existem cooperativas entre esses pequenos produtores que atingem o objetivo do programa de hortas comunitárias criado na cidade de Americana e, com o projeto que foi realizado, proporcionou um contato mais próximo com a Horta localizada em um quarteirão inteiro no bairro Zanaga. O terreno de aproximadamente 7.000 m² pertence à prefeitura e é dividido em pequenos terrenos.

Cada terreno tem um responsável que produz os diversos produtos agrícolas e para fazer parte dessa cooperativa é necessário fazer um cadastro na prefeitura, porém, no presente momento, todos os terrenos estão ocupados e existe uma fila de espera pela oportunidade de fazer parte desse projeto.

Fora o questionário, a autora teve uma conversa informal com algumas pessoas dessa cooperativa e, a partir do que ouviu entendeu que, a gestão atual da prefeitura não tem feito muita coisa além dos cadastros. Conheceu-se o vice-coordenador desse projeto, o Sr. Antônio, que forneceu informações a mais do que o contido nos questionários.

O Sr. Antônio veio do interior da Bahia para a cidade de Americana nos anos 90 e, assim que chegou, iniciou sua trajetória na horta. Ele disse que sempre acreditou que por meio dos produtos naturais, é possível ter uma melhor qualidade de vida e em sua horta são cultivados produtos orgânicos. Ele tem cadastros em diversas fundações e uma delas é a fundação Mokiti Okada⁵. O Sr. Antônio faz cursos e participa de palestras e transmite tudo o que ele aprende para as pessoas da cooperativa e da comunidade.

Afirmou que essa cooperativa é importante, pois, por meio do trabalho nas hortas, as pessoas têm uma ocupação, principalmente quem é aposentado ou deficiente físico. Logo, tendo essa oportunidade, podem complementar a renda, desenvolver um trabalho no dia a dia e, assim, ocorre a inclusão social desses indivíduos. De acordo com o que foi apresentado nos tópicos anteriores, referente ao empreendedorismo social e à pesquisa aplicada, concorda-se que nessa cooperativa há possibilidade de acontecer o empreendedorismo social.

⁵ Fundação Mokiti Okada. Disponível em: <http://www.fmo.org.br/fmo2/index.html>. Acesso em: 06.11.2015.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O levantamento teórico realizado para este trabalho proporcionou desenvolver uma pesquisa que possibilitasse identificar a presença do empreendedorismo social nas hortas da cidade de Americana, as mesmas pesquisadas na iniciação científica. Diante da desigualdade no país, com relação à qual, o governo mostra-se incapaz de promover a distribuição equilibrada de recursos, o empreendedorismo social pode auxiliar no processo de desigualdade entre os cidadãos, promovendo por meio de suas ações um desenvolvimento na sociedade em que está inserido.

A revisão bibliográfica referente a esse assunto mostrou utilidade para elaboração dos questionários desta monografia, os quais foram representados por meio de gráficos, o que facilitou a leitura dos resultados.

Esta pesquisa demonstrou o quanto é complexo o empreendimento de Hortas urbanas e viu-se que a realidade para cada uma das pessoas é diferente, para a maioria, é um trabalho por falta de opção, para uma parte menor, trata-se de um investimento por escolha que propicia ganhos significativos e para outras pessoas, representa uma oportunidade de trabalho adquirida em um projeto social, em que ocorre uma inclusão social.

De acordo com o que foi apresentado nos tópicos anteriores referente ao empreendedorismo social, concorda-se que na cooperativa no bairro Zanaga da cidade de Americana, é possível que haja a presença do empreendedorismo social.

Como visto, o empreendedorismo social tem o objetivo de diminuir os problemas sociais, melhorar a qualidade de vida das pessoas com a formação de uma sociedade mais justa e mais equilibrada e assim tornar as pessoas e a comunidade melhor. Essa cooperativa é um projeto pequeno que beneficia 33 famílias, mas é por meio de atitudes assim e a somatória de pequenos empreendimentos que pode ser possível minimizar os problemas sociais.

Sendo assim, é de suma importância que esse assunto tenha continuidade em outros trabalhos acadêmicos, para que abranja um número maior de hortas, o que não foi possível realizar nesta monografia. Retratando mais a realidade vivida pelas pessoas que dependem das hortas para sobreviver.

REFERÊNCIAS

ASHOKA, Brasil. Disponível em: <www.ashoka.org.br>. Acesso em: 21.10.2015.

ASHOKA, Brasil. **Conceito de empreendedorismo social**. Disponível em: <<http://brasil.ashoka.org/conceito-0>>. Acesso em: 22.10.2015.

ASHOKA, Brasil. **Programa *Changemakers* da organização Ashoka**. Disponível em: <<http://brasil.ashoka.org/changemakers>>. Acesso em: 22.10.2015.

BARBOSA, Aline dos Santos; DIAS, Marcello Romani; WALCHHUTTER, Seimor. **Estado da arte em Empreendedorismo Social: Análise dos Artigos mais Referenciados pelos pesquisadores**. Seminários em administração, ISSN 2177-3866, outubro 2014. Disponível em: <<http://semead6.tempsite.ws/17semead/resultado/trabalhosPDF/99.pdf>>. Acesso em: 05.08.2015.

DEES, J. Gregory (2001) “**The Meaning of ‘Social entrepreneurship’**” (versão revista e reformulada 30 de maio 2001), <http://www.uc.pt/feuc/ceces/ficheiros/dees>, obtido em 30 de dezembro de 2011, pp.1.

DEGEN, Ronald Jean. **O Empreendedor: empreender como opção de carreira**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2009. Capítulo 4 e 19.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo**. 3ª Edição. Rio de Janeiro: Campus/Elsevier, 2008. Capítulo 2.

FÉLIX, Sérgio; ALVES, Leopoldina; SIRGHI, Victoria. **Manual de Empreendedorismo Social: uma abordagem sistémica**. Leiria, Portugal, Airo, 2012. Capítulo 2 e 3.

FUNDAÇÃO, Mokiti Okada - M.O.A. São Paulo. Disponível em: <<http://www.fmo.org.br/fmo2/index.html>>. Acesso em: 06.11.2015.

GRISI, F.C. **Empreendedorismo social: Uma pesquisa exploratória de ações de diddeminação no Brasil**, Tese de Mestrado, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, 2008.

LEI Nº 3.927, DE NOVEMBRO DE 2003. Autor do Projeto de Lei C. M. nº 127/2003 – Poder Legislativo – Vereador Davi Gonçalves Ramos – **“Cria o Programa de Horta Comunitária no Município de Americana.”** - Ref. Prot. nº 47.863/2003. Disponível em: <http://www.americana.sp.gov.br/v6/americanaV6_index.php?ta=5&it=72&a=legislacao>. Acesso em: 19.05.2015.

MANCINI, Renata Foltran; YONEMOTO, Hiroshi Wilson. Considerações acerca do empreendedorismo social no desenvolvimento da sociedade sustentável. ETIC - ENCONTRO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA - ISSN 21-76-8498, Vol. 6, No 6 (2010). Disponível em: <<http://intertemas.unitoledo.br/revista/index.php/ETIC/article/viewArticle/2543>>. Acesso em: 04.08.2015.

MARTIN, R. L.; OSBERG, S. **Social Entrepreneurship the case for definition**, *Spring*. Stanford Social innovation Review, 29-39, 2007.

NETO, Francisco de Paulo de Melo; FRÓES, Cesar. **Empreendedorismo Social: a transição para a sociedade sustentável**. 3ª Edição. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2002.

OLIVEIRA, Edson Marques. **Empreendedorismo Social no Brasil: atual configuração, perspectivas e desafios – notas introdutórias**. Rev. FAE, Curitiba, v.7, n.2, p.9-18, jul./dez. 2014. Disponível em: <http://www.fae.edu/publicacoes/pdf/revista_da_fae/fae_v7_n2/rev_fae_v7_n2_02.pdf?&sa=U&ei=feWmT6CIgojKswbskvGSBQ&ved=0CBgQFjAEOIIB&usg=AFQjCNGxhC5UAxr9__cY_XKBHbs3VwEBgw>. Acesso em: 04.08.2015.

PARENTE, Cristina; COSTA, Daniel; SANTOS, Mónica; CHAVES, Rosário Rito. **Empreendedorismo Social: contributos teóricos para a sua definição**. Lisboa, 26 e 27 de Maio de 2011. Disponível em: <<http://repositorio-aberto.up.pt/handle/10216/61185>>. Acesso em: 04.08.2015.

PLATAFORMA, Walmart Brasil. **Viver melhor comunidade**. 2015. Disponível em: <<http://www.walmartbrasil.com.br/noticias/viver-melhor-comunidade-busca-fortalecer-organizacoes-sociaisvizinhas-a-unidades-de-negocio-com-capacitacoes-e-doacoes/>>. Acesso em: 23.10.2015.

REIS, T. **Unleashing the new resources and entrepreneurship for the common good: A scan, synthesis and scenario for action**, Battle Creek, MI: W.K. Kellogg Foundation, 1999.

VERGARA, **Projetos e Relatórios de Pesquisa em Administração**. 13. ed. São Paulo: Atlas, 2011. Capítulo 4.

APÊNDICE A – Questionário aplicado

Formulário de pesquisa

Estou realizando essa pesquisa para finalizar o meu Trabalho de Conclusão de Curso – TCC, na Faculdade de Tecnologia de Americana (FATEC), será a respeito se as Hortas da cidade de Americana estão inseridas no contexto do Empreendedorismo social. Todos os dados serão de sigilo absoluto. Necessito de sua colaboração para responder este questionário. Antecipadamente agradeço a sua atenção.

1. O que motivou a trabalhar com horta?

- a – () Desemprego.
- b - () Vi uma oportunidade de negócio.
- c – () Foi uma iniciativa social.

2. De que maneira você contribui com a comunidade local?

- a – () Gerando renda para o sustento de minha família.
- b - () Vendendo vários produtos e aumentando meu lucro.
- c – () Aprimorando meus conhecimentos em prol da comunidade.

3. Sua horta gera renda e emprego?

- a – () Para membros da família.
- b – () Outros indivíduos (funcionários).
- c – () Para projetos sociais.

4. Como você incentiva a participação das pessoas para um comportamento responsável?

- a – () Mantenho ideias e pensamentos naquilo que acredito.
- b – () Busco cada vez mais melhorar o processo e assim aumentar as vendas.
- c – () Para inovar procuro incentivar a inclusão social.

5. No seu trabalho na horta você coloca em prática alguma ideia nova para resolver algum problema social?

a – () Não sei.

b – () Não.

c – () Sim.

6. Você vê a necessidade de transformar realidade social existente?

a – () Não sei.

b – () Não.

c – () Sim.

7. Afora o preço, por qual razão você acredita que as pessoas compram em sua horta?

a – () As pessoas compram aqui porque é próximo de suas casas.

b – () Tenho uma variedade de produtos para vender e as pessoas vem de outros lugares para comprar.

c – () Por ter um bom relacionamento social.

8. Você tem conhecimento sobre o programa de horta comunitária criado no município de Americana, você é beneficiado?

a – () Não conheço.

b – () Tenho conhecimento, mas não faço parte.

c – () Tenho conhecimento e faço parte desse programa.

9. Você iniciou o trabalho com horta através de algum programa social?

a – () Não, essa foi a maneira que encontrei para me sustentar.

b – () Não, sou proprietário porque é um empreendimento lucrativo.

c – () Sim, através desse projeto eu tenho uma oportunidade de trabalho.

10. A horta te proporciona uma melhor qualidade de vida?

a – () Às vezes, pois o ganho é baixo.

b – () Sim, foi uma escolha de investimento.

c – () Sim, pois tenho uma fonte de renda que vem de um projeto social.

ANEXO A – LEI Nº 3.927**LEI Nº 3.927, DE 18 DE NOVEMBRO DE 2003.**

Acrescentado dispositivo ao art. 12 e alterada redação do art. 13 pela Lei nº 5032, de 07/07/2010.

Autor do Projeto de Lei C. M. nº 127/2003 – Poder Legislativo – Vereador Davi Gonçalves Ramos

"Cria o Programa de Horta Comunitária no Município de Americana."

Dr. Erich Hetzl Júnior, Prefeito Municipal de Americana em exercício, no uso das atribuições que lhe são conferidas por lei, faz saber que a Câmara Municipal aprovou e ele sanciona e promulga a seguinte lei:

Artigo 1º - Fica instituído o programa de Horta Comunitária no Município de Americana, com os seguintes objetivos:

- I - aproveitar mão-de-obra desempregada;
- II - proporcionar terapia ocupacional para portadores de deficiência e homens e mulheres da terceira idade;
- III - aproveitar áreas devolutas;
- IV - manter terrenos limpos e utilizados.

Parágrafo Único - A Prefeitura Municipal de Americana, através da Secretaria de Promoção Social, é o organismo gerenciador do programa referido no caput deste artigo.

Artigo 2º - A implantação das hortas comunitárias poderá se dar:

- I - em áreas públicas Municipais;
- II - em áreas declaradas de utilidade pública e ainda não utilizadas;
- III - em terrenos ou glebas particulares;

IV - em faixas de servidão de passagem aérea da CPFL.

§ 1º - A utilização em áreas dos incisos III e IV deste artigo se dará com a anuência formal do proprietário.

§ 2º - Quando utilizada a área do inciso IV, deverão ser atendidas as especificações da CPFL.

Artigo 3º - Cada área poderá ser trabalhada por uma pessoa ou por um grupo de pessoas, que se cadastrarão individualmente ou coletivamente no órgão encarregado da gerência do programa.

Artigo 4º - O processo de implantação de uma horta comunitária obedecerá os seguintes procedimentos:

- I - localização, por parte dos cadastrados, da área a ser trabalhada;
- II - consulta ao proprietário, em caso de terrenos particulares, para isso podendo se utilizar da Unidade de Cadastro Técnico Municipal da Secretaria de Planejamento e Controladoria;
- III - oficialização da área junto ao órgão gerenciador, após formalizada a permissão do uso para o fim determinado nesta lei.

Artigo 5º - Quando utilizado como terapia ocupacional, o programa de hortas comunitárias deverá ser iniciado a partir das Unidades de Saúde do Município, através dos profissionais especializados na área de saúde mental, que, neste caso, se constituirão coordenadores da atividade.

Artigo 6º - O produto das hortas comunitárias poderá ser comercializado livremente pelos produtores, podendo a Prefeitura Municipal de Americana adquiri-lo para abastecer a Merenda Escolar e as Creches Municipais.

Artigo 7º - Tratando-se de imóvel urbano sem ligação de água, a Prefeitura Municipal fica autorizada a efetuar a ligação, através do DAE - Departamento de Água e Esgoto, exigindo do proprietário apenas o pagamento dos custos dos equipamentos necessários.

Artigo 8º - Para permitir a realização do programa de hortas comunitárias a Prefeitura Municipal de Americana fica autorizada a celebrar convênios com órgãos Estaduais ou Federais para orientação dos trabalhos e fornecimento de sementes.

Artigo 9º - A Prefeitura Municipal de Americana poderá dar ampla publicidade ao programa de Hortas Comunitárias através da veiculação de cartazes explicativos nos ônibus ou afixados nas unidades públicas de saúde, educação e entidades assistenciais.

Artigo 10 - A Prefeitura Municipal de Americana dará amplo conhecimento do programa de hortas comunitárias aos sindicatos, associações de amigos de bairros e igrejas, com sede no Município, com os quais poderá celebrar convênios para o atendimento de desempregados.

Parágrafo Único - A Prefeitura Municipal poderá celebrar convênio com os sindicatos visando o atendimento dos desempregados da referida categoria.

Artigo 11 - Fica o Poder Executivo autorizado a criar a "Comissão Gestora do Programa de Hortas Comunitárias de Americana" – COGESPHOCA, para definição das políticas públicas de gestão, assessoramento, orientação e aprovação da necessária distribuição de água, sementes e outros implementos agrícolas com recursos oriundos de convênios firmados pela Municipalidade, preordenados à implantação de políticas de abastecimentos.

Artigo 12 - A Comissão Gestora (COGESPHOCA) será constituída por representantes de cada um dos seguintes órgãos:

- I - 1 (um) servidor lotado na Secretaria de Desenvolvimento Econômico;
- II - 2 (dois) servidores lotados na Secretaria de Promoção Social, devendo um deles estar exercendo a função de assistente social;
- III - 1 (um) servidor lotado na Secretaria de Educação, na área de merenda escolar;
- IV - 1 (um) servidor lotado na Secretaria de Meio Ambiente;
- V - 1 (um) servidor lotado na Unidade de Parques e Jardins da Secretaria de Obras e Serviços Urbanos;
- VI - 1 (um) servidor lotado no Departamento de Água e Esgoto – DAE;

- VII - 1 (um) servidor lotado na Secretaria de Saúde;
- VIII - 1 (um) representante do CREA (Conselho Regional de Engenharia e Arquitetura), habilitado em Agronomia;
- IX - Escola Superior de Agricultura Luiz de Queiroz (ESALQ/USP);
- X - SEBRAE – SAI;
- XI - Coordenadoria de Assistência Técnica Integrada (CATI);
- XII - 1 (um) representante dos pequenos produtores de hortaliças de Americana.
(Inciso XIII acrescido pelo art. 1º da Lei n° 5032, de 07/07/2010).

§ 1º - Acordados os nomes dos integrantes da Comissão a Secretaria de Promoção Social deverá comunicá-los, por ofício, ao Gabinete do Prefeito, para a publicação da portaria de nomeação.

§ 2º - Na falta de indicação de um representante por quaisquer dos segmentos governamentais relacionados no caput deste artigo, a substituição far-se-á na forma que dispuser o Regimento Interno da Comissão Gestora (COGESPHOCA), mantido o caráter público da representação.

Artigo 13 - Para o atendimento das finalidades do Programa de Horta Comunitária a Comissão Gestora poderá propor ao Poder Executivo a concessão aos beneficiários da presente lei, com relação às áreas ou terrenos explorados com Hortas Comunitárias:

(Alterado pelo art. 2º da Lei n° 5032, de 07/07/2010).

- I - redução que vai de 50% (cinquenta por cento) a 90% (noventa por cento) do valor da tarifa de consumo de água estabelecida em lei;
- II - redução de 80% (oitenta por cento) até 90% (noventa por cento) do valor da tarifa de coleta de esgoto estabelecida em lei;
- III - redução de 50% (cinquenta por cento) do valor do imposto sobre a propriedade predial e territorial urbana (IPTU).

Parágrafo Único - Para a redução prevista nos incisos I e II deste artigo a Comissão Gestora levará em conta a natureza social do beneficiário, o número de pessoas envolvidas na horta comunitária e outros critérios de interesse social e coletivo a

serem determinados pela Comissão Gestora. *(Incluído o artigo 13-A pela Lei nº 5478, de 22/05/13).*

Artigo 14 - As pessoas ou grupos de pessoas interessados em aderir aos benefícios deste Programa poderão protocolar junto à Secretaria de Promoção Social pedido que atenda aos seguintes requisitos:

- I - nome da entidade de representação (cooperativa, sindicato, associação ou entidade coletiva) acompanhada da respectiva documentação e de cópia autenticada e comprovante de endereço do cidadão ou cidadã que permanecerá responsável perante a Prefeitura Municipal de Americana;
- II - relação dos nomes dos demais trabalhadores interessados e a cópia simples dos seus respectivos documentos de identificação (ou RG, ou CPF, ou Carteira de Trabalho), tudo acompanhado de declaração na qual atestem que se enquadrem em pelo menos um dos incisos do artigo 1º desta lei;
- III - indicação, localização e caracterização da área a ser utilizada no programa que atenda uma das hipóteses enumeradas no artigo 2º desta lei;
- IV - breve descrição dos objetivos dos interessados para que a Comissão Gestora possa verificar da possibilidade de a Prefeitura fornecer os insumos faltantes (água, sementes, adubos, orientação fitossanitária e demais implementos agrícolas), para que se implemente a "produção de alimentos";
- V - outros documentos que venham a ser solicitados pela Comissão Gestora que deverão ser atendidos no prazo de 30 dias, prorrogável a critério da Comissão mediante justificativa sob pena de perda dos direitos e benefícios conferidos pela presente lei.

Artigo 15 - Define-se como Horta Comunitária:

- I - o imóvel que possui área superficial que vai de 500m² (quinhentos metros quadrados) a 10.000m² (dez mil metros quadrados) e não contenha construção de natureza permanente;
- II - seja utilizada para cultivo de mais de 70% (setenta por cento) da área total do imóvel, dividida em canteiros;
- III - sejam cultivadas, anualmente, de forma ininterrupta, no mínimo de 6 (seis) espécies distintas de hortaliças.

Parágrafo Único - O benefício de que trata esta lei também poderá ser concedido nas hipóteses de dois ou mais imóveis contíguos a serem explorados como hortas por um mesmo produtor, desde que, além dos requisitos previstos nesta lei, suas áreas, somadas, atendam o estabelecido no inciso I deste artigo.

Artigo 16 - O requerimento deve ser protocolado na Secretaria de Promoção Social para ser analisado pela Comissão Gestora do Programa, a qual poderá solicitar informações complementares, para o correto enquadramento da horta no programa municipal. Aprovado o pedido o Secretário de Promoção Social expedirá ato, do qual se dará ciência incontinenti ao cidadão-requerente indicado como responsável.

Artigo 17 - Nos imóveis de que trata esta lei, enquanto utilizados para a exploração de hortas, somente serão autorizados os seguintes tipos de construção:

- I - de uma cobertura leve, com área máxima de 15,00m² (quinze metros quadrados);
- II - de um sanitário de uso exclusivo do produtor, com área máxima de 3,70m² (três metros e setenta centímetros quadrados), desde que ligado à rede pública de coleta de esgoto.

§ 1º - Fica expressamente proibida a construção de fossas sépticas nos imóveis de que trata esta lei.

§ 2º - Se o imóvel for de propriedade do Município e estiver sendo utilizado mediante permissão de uso, as construções previstas nesta lei, realizadas pelo permissionário, serão incorporadas à Municipalidade, ao término da permissão.

Artigo 18 - Do imóvel definido pelos interessados se apresentará, quando for o caso, os seguintes documentos:

- I - em se tratando de área pública, os interessados diligenciarão, previamente, junto às Administrações Regionais, para que estas apresentem brevíssimo laudo de verificação, pelo qual se avaliará das condições fundiárias do imóvel e do atendimento às diretrizes do Termo de Cooperação firmado entre a Prefeitura Municipal de Americana e o CREA (Conselho Regional de Engenharia e Arquitetura);

- II - no caso de área privada os interessados deverão trazer instrumento jurídico hábil a comprovar a autorização do respectivo proprietário, acompanhado de título justo que comprove o seu domínio sobre a área, que não poderá ser inferior a 3 (três) anos;
- III - para as áreas agravadas com servidão da CPFL os interessados deverão trazer documento que comprove a anuência da empresa e do proprietário concessionário, bem como a inexistência de restrições que impossibilitem o uso desejado;
- IV - para hortas que já estejam funcionando sob os auspícios de escola pública, bastará que seja apresentada declaração do Diretor ou Diretora pela qual se responsabilize com a continuidade do trabalho, assinalando que este poderá ser simplesmente impulsionado pelo apoio deste Programa Municipal.

Parágrafo Único - Na hipótese do inciso I, a Secretaria de Negócios Jurídicos providenciará a elaboração do decreto de permissão de uso, quando este se fizer necessário.

Artigo 19 - Nenhum documento municipal, emitido com o fim de implementar as ações governamentais determinadas pela lei que cria o Programa de Hortas Comunitárias, terá valor de prova para a contagem de prescrição aquisitiva ou extintiva de direitos fundiários ou laborais.

Artigo 20 - O CREA (Conselho Regional de Engenharia e Arquitetura), habilitado em Agronomia ou outro órgão equivalente será responsável pela elaboração de projeto técnico de planificação que garanta a implantação da horta e o acompanhamento da produção agrícola, tudo para uma eficiente organização do programa de segurança alimentar.

Artigo 21 - As disposições da presente lei aplicam-se à Lei nº 2.252, de 06 de dezembro de 1988.

Artigo 22 - Esta lei entrará em vigor na data de sua publicação, ficando revogadas as disposições em contrário, em especial a Lei nº 3.445, de 06 de julho de 2000.

Prefeitura Municipal de Americana, aos 18 de novembro de 2003.

Dr. Erich Hetzl Júnior
Prefeito Municipal
em exercício

Publicada na mesma data na Secretaria de Administração.

Dr. Carlos Fonseca
Secretário Municipal
de Administração

Ref. Prot. nº 47.863/2003