

**Promoção do Desenvolvimento Econômico Local –
Pesquisa Socioeconômica e Estímulo à Organização Comunitária
no Jardim Santo André – São Paulo
Contrato N 402/07 - PJ
RELATÓRIO FINAL**

Novembro de 2008



DIEESE

Departamento Intersindical de Estatística e Estudos Socioeconômicos

Rua Ministro Godói, 310 – Parque da Água Branca – São Paulo – SP – CEP 05001-900

Fone: (11) 3874 5366 – Fax: (11) 3874 5394

E-mail: en@dieese.org.br

<http://www.dieese.org.br>

Direção Nacional

João Vicente Silva Cayres – Presidente - SIND Metalúrgicos ABC

Carlos Eli Scopim – Vice-presidente - STI Metalúrgicas Mecânicas Osasco

Tadeu Moraes de Sousa – Secretário- STI Metalúrgicas São Paulo Mogi Região

Direção Técnica

Clemente Ganz Lúcio – Diretor Técnico

Francisco de Oliveira – Coordenação de Pesquisa

Ademir Figueiredo – Coordenador de Desenvolvimento e Estudos

Nelson de Chueri Karam – Coordenador de Educação

Silvestre Prado de Oliveira – Coordenador de Relações Sindicais

Claudia Fragozo dos Santos – Coordenadora Administrativa e Financeira

SUMÁRIO

APRESENTAÇÃO	8
INTRODUÇÃO	10
I PARTE O TRABALHO DESENVOLVIDO NO JARDIM SANTO ANDRÉ	14
1. Novo contato com os empreendedores populares	14
1.1. Pesquisa Complementar	14
1.2. Reunião com lideranças locais	16
1.3. Concepção e elaboração do material de apoio	17
1.4. Pré-teste da metodologia e dos materiais de apoio	19
1.5 Avaliação da metodologia e dos materiais de apoio	20
1.6. Sistematização e análise dos dados coletados	21
1.7. O trabalho de geoprocessamento	31
1.8. Comentários gerais sobre o trabalho de campo	32
2.Grupo de Debate	39

3. Oficina de Trabalho Dieese/DGTR	49
4. Curso de Capacitação	52
5. Seminário Desenvolvimento da Economia Popular no Jardim Santo André – Santo André /SP	57
II PARTE SISTEMATIZAÇÃO DA EXPERIÊNCIA REALIZADA NO JARDIM SANTO ANDRE	62
1. Pesquisa e estudo para promoção do desenvolvimento local, empreendedorismo e economia solidária no Município de Santo André (Contrato anterior)	62
1.1. Definindo o trabalho	62
1.2. O desenvolvimento do processo	64
1.3. A pesquisa	65
1.4. Oficina de Trabalho e os resultados da pesquisa	66
2. Promoção do Desenvolvimento Econômico Local – Pesquisa Socioeconômica e estímulo à organização comunitária no Jardim Santo André (Contrato atual)	68
2.1. Objetivos	68
2.2. Oficina de Trabalho	69
2.3. A pesquisa	70
2.4. Seminário sobre Economia Popular e Desenvolvimento Local	71

2.5. Oficina de Trabalho sobre Economia Popular e Desenvolvimento Local	72
2.6. Novo contato com os empreendedores populares	74
2.7. Oficina de Trabalho	76
2.8. Grupo de Debate	77
2.9. Curso de Capacitação	79
2.10. Seminário Desenvolvimento da Economia Popular no Jardim Santo André	80
CONSIDERAÇÕES FINAIS	82

ANEXOS	91
1 – Questionário Complementar	
2 – Sínteses do questionário complementar	
3 – Material de apoio com os resultados das pesquisas	
4 – Listagem síntese com dados dos empreendimentos populares	
5 – Listagem base para o geoprocessamento	



6 – Lideranças do Jardim Santo André convidadas para a reunião	
7 – Reunião com lideranças do Jardim Santo André	
8 – Convites para a reunião do Grupo de Debate	
9 – Empreendedores populares convidados para a reunião do Grupo de Debate	
10 - Participantes da reunião do Grupo de Debate	
11 – Programação e relato da reunião do Grupo de Debate	
12 – Apresentação do resultado das pesquisas na reunião do Grupo de Debate	
13 – Programação da Oficina de Trabalho – Dieese/DGTR	
14 – Participantes da Oficina de Trabalho - Dieese/DGTR	
15 – Programação do Curso de Capacitação	
16 – Empreendedores populares convidados para o Curso de Capacitação	
17 – Convite para o Seminário Desenvolvimento da Economia Popular no Jardim Santo André	
18 – Programação do Seminário Desenvolvimento da Economia Popular no Jardim Santo André	



19 – Empreendedores populares convidados para o Seminário Desenvolvimento da Economia Popular no Jardim Santo André	
20 – Lideranças populares convidadas para o Seminário Desenvolvimento da Economia Popular no Jardim Santo André	
21 – Participantes do Seminário Desenvolvimento da Economia Popular no Jardim Santo André	
22 – Apresentação do resultado das pesquisas no Seminário Desenvolvimento da Economia Popular no Jardim Santo André	
23 – Relato do Seminário Desenvolvimento da Economia Popular no Jardim Santo André	
24 – Avaliação do Seminário Desenvolvimento da Economia Popular no Jardim Santo André	
25 – Material com síntese do trabalho realizado	
26 – Convite para reunião com o DGTR	
27 – Reuniões realizadas	

APRESENTAÇÃO

O presente relatório insere-se no âmbito do Contrato N.º. 402/07-PJ celebrado entre a Prefeitura Municipal de Santo André e o Departamento Intersindical de Estatística e Estudos Socioeconômicos – Dieese para execução de serviços de consultoria sobre geração de trabalho e renda e estímulo à organização comunitária, com base no empreendedorismo, economia solidária e desenvolvimento socioeconômico local.

O projeto *Promoção do Desenvolvimento Econômico Local - Pesquisa socioeconômica e estímulo à organização comunitária no Jardim Santo André – São Paulo* tem como objetivo contribuir para o desenvolvimento econômico em áreas de pobreza urbana através da realização de pesquisas socioeconômicas que identifiquem potencialidades existentes no bairro e de assessoria para a organização de redes de empreendimentos populares e solidários.

Além disso, é objetivo desse projeto estabelecer o diálogo com as comunidades sobre temas do desenvolvimento local e contribuir para a constituição, articulação e capacitação de atores sociais locais de forma a incentivá-los a participar, efetivamente, do processo de construção de uma proposta de desenvolvimento socioeconômico.

Este relatório apresenta os resultados obtidos na terceira e última etapa de execução do Plano de Trabalho. A primeira parte é composta por cinco capítulos. O capítulo 1 relata o processo de organização para a realização de um novo contato com os empreendedores populares do Jardim Santo André, abordando o desenvolvimento da pesquisa complementar em suas diferentes etapas (elaboração, pré-teste e avaliação do questionário complementar e do material de apoio - que com tinha dados das pesquisas e que foi entregue aos empreendedores no momento da visita, reunião com lideranças locais, sistematização e análise dos dados coletados na pesquisa complementar, processo de geoprocessamento das informações e análise do trabalho de campo).



O segundo capítulo trata da organização e realização da reunião do Grupo de Debate. A Oficina de Trabalho, que contou com a participação de técnicos do Dieese e do Departamento de Geração de Trabalho e Renda da Prefeitura Municipal de Santo André, é abordada no terceiro capítulo. O quarto capítulo traz informações sobre o Curso de Capacitação e, finalmente, o quinto capítulo relata os resultados do Seminário Desenvolvimento da Economia Popular no Jardim Santo André.

A segunda parte deste relatório traz a sistematização da experiência desenvolvida no Jardim Santo André, considerando a pesquisa realizada entre 2006 e 2007 – *Pesquisa e estudo para a promoção do desenvolvimento local, empreendedorismo e economia solidária no Município de Santo André* - e a atual pesquisa. Nas Considerações Finais são indicadas possíveis diretrizes para o desenvolvimento de ações por parte da Prefeitura de Santo André junto aos empreendimentos populares da região, visando melhorar as condições de trabalho e renda e também encontrar soluções para os problemas econômicos da comunidade.

É preciso salientar o fato de a pesquisa ter sido realizada durante ano eleitoral. A última fase do trabalho que foi desenvolvida em meses próximos ao processo eleitoral gerando impactos negativos para o andamento das ações e seus resultados. A coordenação da pesquisa esteve ciente dessas limitações e procurou definir as atividades a serem desenvolvidas considerando esse fato. No entanto, nem sempre é possível prever todas as conseqüências de uma conjuntura como esta.

A análise criteriosa da execução das duas primeiras fases do Plano de Trabalho, considerando os diferentes fatores envolvidos, indicou a necessidade de alterações na estratégia metodológica adotada e nas atividades a serem desenvolvidas, visando atingir os objetivos propostos. Cada uma dessas alterações foi amplamente debatida com os representantes do DGTR e estes, por sua vez, aprovaram os encaminhamentos sugeridos. As mudanças ocorridas em relação ao projeto inicial serão oportunamente detalhadas ao longo do presente relatório.

INTRODUÇÃO

A execução do projeto *Pesquisa e estudo para a promoção do desenvolvimento local, empreendedorismo e economia solidária no Município de Santo André*, realizado de dezembro de 2006 a abril de 2007 pelo Dieese, possibilitou a coleta, sistematização e análise de informações e identificação do perfil de 150 dos empreendedores populares, características dos empreendimentos e a dinâmica de sua inserção local. Por sua vez, a pesquisa *Promoção do Desenvolvimento Econômico Local - Pesquisa socioeconômica e estímulo à organização comunitária no Jardim Santo André – São Paulo*, realizada entre outubro de 2007 e novembro de 2008, identificou a dinâmica de consumo dos moradores do Jardim Santo André, através da realização de entrevistas junto à cerca de 500 moradores do bairro, e desenvolveu diferentes atividades buscando incentivar os atores sociais a participarem da construção de uma proposta de desenvolvimento socioeconômico para a região.

Ao elaborar o perfil socioeconômico dos moradores, seus hábitos de consumo e articular essas informações com os dados coletados durante a realização da primeira pesquisa (citada acima), pretendeu-se identificar as oportunidades locais, avaliar a potencialidade dos empreendimentos populares que existem no bairro e propiciar o debate acerca da possibilidade da articulação entre eles, visando o fomento do processo de desenvolvimento socioeconômico local.

A Oficina de Trabalho sobre Economia Popular e Desenvolvimento Local, realizada no dia 8 de maio de 2008, teve como principal objetivo propiciar um espaço no qual os empreendedores populares e consumidores entrevistados, pudessem se encontrar e trocar experiências, conhecer e debater o resultado das pesquisas e propor alternativas de articulação que favorecessem o desenvolvimento socioeconômico do bairro.

Apesar da baixa presença na Oficina de Trabalho (apenas três empreendedores populares participaram) foram apontadas questões fundamentais que, posteriormente, foram incorporadas ao trabalho como, por exemplo, a elaboração de um material de apoio

contendo os principais resultados da pesquisa para ser entregue aos empreendedores populares residentes no Jardim Santo André; as reuniões a serem realizadas deveriam respeitar as divisões regionais do bairro e acontecerem em locais próximos à moradia dos empreendedores populares; a necessidade de estabelecer contato com lideranças locais para apresentar o trabalho e pedir apoio.

O resultado da Oficina de Trabalho sobre Economia Popular e Desenvolvimento Local indicou a necessidade de alterar o processo de articulação do Grupo de Debate, rever a metodologia proposta e as atividades que seriam realizadas na continuidade do projeto, de forma a atingir seus objetivos. Durante o desenvolvimento da primeira e da segunda fase do presente plano de trabalho constatou-se que seria preciso realizar uma conversa mais detalhada com os empreendedores populares sobre os objetivos da pesquisa e verificar seu interesse e disponibilidade em participar do Grupo de Debate, mobilizando-os para o debate acerca do desenvolvimento socioeconômico da região.

Nesse contexto, definiu-se que a coordenadora da pesquisa e uma consultora contratada fariam um novo contato com os 150 empreendedores populares residentes no Jardim Santo André pesquisados na primeira fase da pesquisa. Esse procedimento buscou dar maior qualidade ao contato, visto essas profissionais conhecerem o histórico do processo de desenvolvimento deste Plano de Trabalho em sua totalidade e serem especialistas em educação popular e em trabalho com grupos.

O objetivo dessa nova visita aos empreendedores populares era aprofundar algumas questões, já abordadas anteriormente durante a realização da primeira pesquisa, e outras que contribuíssem para identificar o posicionamento do empreendedor popular quanto ao potencial da comunidade e dos empreendedores locais em se organizarem e se articularem.

Optou-se pela aplicação de um novo questionário junto aos 150 entrevistados anteriormente e este instrumento tinha por objetivo dar voz ao empreendedor popular, para que contasse um pouco de sua história e agregasse mais elementos qualitativos à pesquisa. Na ocasião das entrevistas foi entregue um material que apresentava os principais resultados da



pesquisa e um convite para participação do Grupo de Debate a ser realizado com os empreendedores populares com o objetivo de qualificar os dados das pesquisas e ajudá-los a compreender e se apropriar dos resultados da mesma, além de estimular o debate sobre estratégias de organização para favorecer o desenvolvimento dos empreendimentos populares locais.

Na fase de preparação ao trabalho de campo e aplicação do questionário complementar foi realizada uma reunião com diversas lideranças locais com o objetivo de conhecê-las e colocá-las a par do trabalho desenvolvido no Jardim Santo André, bem como contar com seu apoio e sua participação.

As informações referentes ao Jardim Santo André coletadas no momento da aplicação do questionário complementar junto aos empreendedores populares, bem como as produzidas durante todo o processo de desenvolvimento da pesquisa, foram dispostas em um mapa (através do geoprocessamento destas) para facilitar a visualização por parte dos empreendedores e moradores/consumidores envolvidos no debate sobre o bairro. Esse mapa foi apresentado como material de apoio na reunião do Grupo de Debate e no Seminário Desenvolvimento da Economia Popular no Jardim Santo André.

Para dar suporte e maior consistência ao trabalho de campo e aos Grupos de Debate foi realizada a Oficina de Trabalho que contou com a participação de representantes do Departamento de Geração de Trabalho e Renda – DGTR da Prefeitura de Santo André e do Departamento Intersindical de Estatísticas e Estudos Socioeconômicos – Dieese. Na ocasião foram debatidos e analisados os dados das pesquisas realizadas no Jardim Santo André.

O Seminário Desenvolvimento da Economia Popular no Jardim Santo André, realizado em novembro, contou com a participação de técnicos do Departamento de Geração de Trabalho e Renda - DGTR, da Incubadora Pública de Economia Popular e Solidária – IPEPS, da Central de Serviços Autônomos – CAS, do Fórum Municipal de Trabalho e Economia Solidária – FOMTES, lideranças locais, empreendedores populares pesquisados na primeira



fase da pesquisa, consumidores/moradores do Jardim Santo André, pesquisadores da UNICAMP, representantes da Prefeitura de Várzea Paulista e representantes do Dieese. O principal objetivo deste evento foi debater propostas de ações para promoção do desenvolvimento econômico local e a elaboração um documento no qual constassem as formas de envolvimento por parte dos empreendedores populares e da Prefeitura de Santo André no sentido de concretizá-las. Este documento foi, posteriormente, entregue aos 150 empreendedores populares pesquisados como forma de possuírem o registro do resultado do trabalho desenvolvido ao longo da execução deste projeto.

I PARTE

O TRABALHO DESENVOLVIDO NO JARDIM SANTO ANDRÉ

1. Novo contato com os empreendedores populares

1.1. Questionário complementar

A metodologia adotada nesse projeto tem como pressupostos a valorização de práticas participativas, o reconhecimento dos atores sociais como fundamentais para apoiar a tomada de decisão do gestor público e, para tanto, a necessidade de terem acesso à informação e a espaços de debate, nos quais prevaleçam a argumentação, a negociação e a abertura de espaços de convergência.

Sendo assim, a opção por estabelecer um novo contato com os empreendedores populares entrevistados na *Pesquisa e Estudo para a Promoção do Desenvolvimento Local, Empreendedorismo e Economia Solidária no Município de Santo André*, teve como objetivos efetuar o resgate e o fortalecimento do processo desencadeado até o momento, divulgar os dados mais relevantes obtidos nas pesquisas, atualizar e complementar informações obtidas na primeira entrevista e levantar novos elementos que elucidassem o funcionamento dos empreendimentos populares. Além disso, pretendia-se convidá-los para participar do Grupo de Debate. Nesse contexto, optou-se por elaborar um novo questionário no qual as questões fossem encadeadas de forma a facilitar o diálogo e a abordagem das principais reflexões desejadas. Este questionário serviu como guia para a conversa, não resultando num banco de dados novo. Os conteúdos recolhidos destas conversas foram sistematizados para orientar as demais ações que foram desenvolvidas, conforme se verificará mais adiante.

Assim, a elaboração desse questionário (Ver Anexo 1 - Questionário complementar) buscou complementar informações como, por exemplo, em relação às mulheres empreendedoras (estado civil e número de filhos menores). A inclusão dessas questões deveu-se ao fato de

ter sido constatado que, embora nas respostas ao questionário aplicado na pesquisa anterior a mulher fosse indicada como sendo responsável pelo empreendimento, na realidade quem respondia pelo mesmo era o marido. Sendo assim, essas questões buscavam esclarecer o grau de envolvimento da mulher no empreendimento e seu real papel social.

Algumas questões quantitativas também foram acrescentadas, entre elas, o número de pessoas que trabalham no empreendimento e o grau de parentesco com o responsável pelo empreendimento. Caso fossem da família, foi indagado se o trabalho era remunerado. No caso de filhos menores de idade foi perguntado se estudavam.

As questões qualitativas percorreram aspectos da constituição e funcionamento do empreendimento popular: por que abriu o próprio negócio; vantagens e dificuldades em ser e continuar sendo um empreendedor popular; motivos que promoveram melhorias ou piora no empreendimento; existência de concorrência com o grande e com o pequeno empreendimento local; impacto da concorrência nos negócios; formas adotadas para tornar-se mais competitivo; dificuldades com fornecedores e clientes.

Tendo como foco a realização do Curso de Capacitação, previsto no Plano de Trabalho, e buscando conhecer as formas de administração dos empreendimentos foram colocadas perguntas sobre o controle dos gastos e dos ganhos e formas de identificar o lucro ou o prejuízo obtido ao final do mês. Foi questionado ainda se o empreendedor havia realizado algum curso sobre gestão de negócios e, em caso negativo, se tinha interesse em participar do Curso de Capacitação previsto para ser realizado em novembro.

Ao final do questionário foram incluídas questões que diziam respeito à possibilidade de articulação entre os empreendedores populares do bairro e de organização da comunidade como um todo. Estas visavam compreender a forma como o empreendedor via a região e qual era sua relação com as pessoas do entorno.

Uma das medidas tomadas para o desenvolvimento das novas visitas foi efetuar uma nova divisão do Jardim Santo André, respeitando a proximidade geográfica dos empreendimentos populares e a ausência de obstáculos topográficos, com o intuito de facilitar o acesso à área e orientar a realização do trabalho de campo. Desta nova divisão, resultaram seis áreas, sendo as três primeiras correspondentes à primeira área abordada na *Pesquisa e Estudo para a Promoção do Desenvolvimento Local, Empreendedorismo e Economia Solidária no Município de Santo André* e as três últimas à segunda área pesquisada (Ver mapa no Anexo 12 – Apresentação do resultado das pesquisas na reunião do Grupo de Debate).

1.2. Reunião com lideranças locais

Outra medida tomada no processo de retorno ao trabalho de campo e visita aos empreendedores populares foi a de realização de uma reunião com as lideranças do Jardim Santo André. Algumas haviam sido mencionadas pelos participantes da Oficina de Trabalho sobre Economia Popular e Desenvolvimento Local, porém julgou-se necessário avaliar a existência de outras que não haviam sido citadas.

Dessa maneira, foi realizada uma reunião com o DGTR para identificação de lideranças locais e suas possíveis reações quanto à presença da equipe de pesquisa no Jardim Santo André. Considerou-se necessário um encontro com as pessoas mais conhecidas e atuantes da região para explicar e apresentar os resultados das pesquisas, além de explanar o trabalho de campo, solicitando seu apoio e sua participação.

A reunião com as lideranças locais foi realizada no dia 06 de agosto, no Centro Educacional de Santo André – CESA, situado no Jardim Santo André (Ver Anexo 6 – Lideranças do Jardim Santo André convidadas para a reunião). Durante a apresentação dos slides com os resultados das pesquisas, foram levantadas questões de entendimento e os participantes fizeram comentários sobre a situação do consumo e dos empreendimentos populares no Jardim Santo André. Em seguida localizaram no mapa do bairro as regiões nas quais atuam.

As pessoas presentes (cerca de onze) levantaram aspectos interessantes quanto à análise de alguns pontos abordados na pesquisa, por exemplo, explicaram que o consumo de hortifruti ocorre principalmente em uma feira livre realizada à noite no bairro. Mas, no entanto, vários feirantes são provenientes de outras regiões, o que não traz benefícios para os empreendedores populares que atuam no Jardim Santo André, pois estes poderiam vender os produtos em seus estabelecimentos ou mesmo na própria feira (Ver Anexo 7 – Reunião com lideranças do Jardim Santo André).

De forma geral, a participação foi muito boa. As lideranças locais não identificaram problemas para a continuidade da pesquisa e colocaram-se à disposição para ajudar no que fosse necessário. Ressaltaram, porém, por ser época eleitoral e muitas lideranças serem candidatas à Câmara Municipal poderiam surgir dificuldades. Nesses casos, apontaram a necessidade de elucidar os objetivos do Projeto junto a esses candidatos para dirimir qualquer dúvida ou constrangimento.

1.3. Concepção e elaboração do material de apoio

Durante a Oficina de Trabalho sobre Economia Popular e Desenvolvimento Local, os empreendedores populares presentes sugeriram a confecção de um material que contivesse dados das duas pesquisas realizadas. Esse material de apoio foi elaborado e entregue durante as novas visitas aos empreendedores populares residentes no Jardim Santo André e entrevistados durante a realização da *Pesquisa e estudo para a promoção do desenvolvimento local, empreendedorismo e economia solidária no Município de Santo André*.

Considerou-se que os principais eixos temáticos do material de apoio deveriam ser: interconcorrência e falta de complementaridade nos empreendimentos populares do Jardim Santo André; demanda x oferta x oportunidades; acesso ao fornecedor; desmobilização e forma de organização da comunidade e indicar algumas possibilidades de estabelecer uma articulação entre os empreendedores populares locais. Deveria ser redigido em linguagem

informal - facilitando a compreensão das informações apresentadas - e visualmente atraente. O corpo de texto deveria estar colocado perguntas norteadoras e que contribuíssem na reflexão.

Dentre o rol de informações constantes nas pesquisas, foram selecionadas aquelas mais impactantes e que pudessem ajudar de maneira mais contundente com os objetivos propostos: tempo de existência do empreendimento popular, horas semanais trabalhadas pelo empreendedor popular, renda mensal dos empreendedores populares e dos moradores/consumidores do Jardim Santo André e principais motivos de compra dos moradores do Jardim Santo André.

Para suscitar a reflexão sobre a situação dos empreendimentos populares no Jardim Santo André e suas possibilidades de crescimento, foi colocada uma pergunta norteadora: O que você acha? Em seguida apresentavam-se as seguintes questões: É possível competir com o grande empreendedor? Qual a vantagem que o consumidor tem em comprar no pequeno empreendimento local? Existem muitos empreendedores com o mesmo tipo de negócio no bairro, eles atendem às necessidades dos moradores? É possível criar uma articulação entre os empreendedores populares locais para atender a essas necessidades sem serem concorrentes?

Adiante foi apresentada uma alternativa para solucionar parte dessas questões tendo sido escolhido como exemplo a compra coletiva de produtos, uma vez que pode contribuir na redução dos preços (atacado), na facilidade de entrega e nas formas de pagamento. Se o custo do produto é reduzido, o preço final também poderá ser, tornando o empreendimento popular mais competitivo. O material de apoio também apresentou possíveis vantagens individuais e coletivas na articulação entre os empreendedores populares residentes no Jardim Santo André. Neste sentido, foi feita a pergunta: O que eu ganho com isso?

É importante destacar que a composição do material de apoio levou em consideração as sugestões dos empreendedores populares presentes à Oficina de Trabalho sobre Economia Popular e Desenvolvimento Local, sem perder de vista a continuidade do projeto e seus

objetivos (Ver Anexo 3 - Material de apoio com o resultado das pesquisas). Neste sentido, os instrumentos produzidos – o material de apoio e o questionário complementar – subsidiaram as visitas aos empreendedores populares do Jardim Santo André, representando a socialização de algumas das informações colhidas no bairro, ao mesmo tempo em que visava sensibilizá-los para a participação no processo de debates sobre o desenvolvimento socioeconômico do Jardim Santo André e aumentar sua compreensão em relação à dinâmica dos empreendimentos populares.

1.4. Pré-teste da metodologia e dos materiais de apoio

Para constatar que a metodologia escolhida e os instrumentos elaborados (questionário complementar e material de apoio) atendiam aos objetivos propostos foi realizado um pré-teste através de entrevista a alguns empreendedores populares do Jardim Santo André. Essas visitas foram feitas em dupla (coordenadora da pesquisa e consultora contratada) para que qualquer adequação ou alteração pudesse ser discutida e avaliada a partir da mesma experiência. O trabalho em conjunto também contribuiu para que a atuação fosse afinada, evitando grandes diferenças na forma de estabelecer o contato e encaminhar a entrevista, fato importante para reduzir o impacto da condução das perguntas no resultado apresentado.

Durante a realização do pré-teste a observação concentrou-se em três aspectos principais: receptividade, adequação dos materiais de apoio e entendimento da proposta. No quesito receptividade foi considerada a recepção por parte do empreendedor popular, a disponibilidade em responder às questões e o envolvimento gradual com o tema. Quanto à adequação dos materiais, foi observado se o questionário complementar abordava todas as questões necessárias, se havia algum aspecto que deveria ser incluído ou excluído e se a ordem das perguntas permitia o encadeamento lógico esperado. No material impresso a atenção esteve voltada à adequação da linguagem ao público a que se destinava, observando se o conteúdo era auto-explicativo e de fácil entendimento e se a proposta estava clara o suficiente para ser compreendida por quem a lesse.

Ao final do pré-teste constatou-se que os entrevistados tinham clareza a respeito do motivo da visita das pesquisadoras, em relação aos objetivos do trabalho que estava sendo realizado e sobre o convite que estava sendo feito. Desta forma, não foi necessário revisar, nem alterar o processo.

1.5. Avaliação da metodologia e dos materiais de apoio

O momento político em que o trabalho de campo teve início trouxe algumas dificuldades no contato com os empreendedores populares. Por tratar-se de época de eleições municipais e de ser uma área muito povoada e carente, a campanha dos candidatos é bastante forte. Nesse contexto, houve muita desconfiança em relação aos objetivos das visitas das pesquisadoras. Em algumas entrevistas, o empreendedor parecia esperar o momento em que fosse feita a propaganda de algum candidato e ficavam surpresos ao constatar que, de fato, não se tratava disso.

Durante o transcorrer das visitas a desconfiança foi um elemento sempre presente. Essa situação parecia piorar no momento em que o material impresso era entregue. Ao primeiro contato visual com o material o empreendedor pensava se tratar de material de campanha. Mas, após a explicação de seu conteúdo se mostrava interessado na explicação. A atenção ao que era dito certamente tinha relação com o fato de o conteúdo do material tratar de aspectos abordados durante a entrevista, reforçando-os. A entrega do material de apoio tinha como um de seus objetivos possibilitar que o empreendedor popular o lesse e divulgasse junto a outros empreendedores.

Atenuadas as situações geradas pelo momento político, não foi identificado nenhum tipo de problema quanto à receptividade do empreendedor popular à visita das pesquisadoras. Aparentemente, as diferenças na recepção estiveram mais relacionadas às características pessoais e a maneira como o empreendedor popular vê seu próprio empreendimento, a comunidade e as possibilidades de melhorias para todos.

O questionário complementar foi um importante instrumento para dar voz ao empreendedor. As questões colocadas motivaram-no a falar sobre seu empreendimento, suas perspectivas, seu relacionamento com a comunidade e também sobre sua vida. Em muitos casos, esse desabafo ajudou a esclarecer alguns pontos das pesquisas anteriores e a entender melhor a realidade em que estão inseridos. Nesses momentos, o fato de ser uma dupla de entrevistadores permitiu que o empreendedor popular sempre tivesse uma interlocução, o que o deixava mais confortável e seguro ao dar suas respostas. O trabalho em dupla permitiu, assim, um maior aproveitamento das informações concedidas, uma vez que enquanto uma pesquisadora anotava as respostas às perguntas feitas, a outra anotava aquilo que o empreendedor falava espontaneamente.

Constatou-se que trabalhando em dupla estabeleceu-se uma melhor interação com o empreendedor, gerando uma maior clareza dos objetivos do trabalho que estava sendo desenvolvido e um maior interesse em participar dos Grupos de Debate. Porém, considerando o pouco tempo disponível para o trabalho de campo, tornou-se inviável que as visitas fossem realizadas em dupla durante todo o tempo. Nesse sentido, estas ocorreram somente nos empreendimentos mais afastados ou em áreas consideradas menos seguras.

1.6. Sistematização e análise dos dados coletados

Em julho de 2008, antes do início das novas visitas aos empreendedores populares, dois pesquisadores retornaram à área e localizaram geograficamente cada empreendimento pesquisado anteriormente, durante a realização da *Pesquisa e estudo para a promoção do desenvolvimento local, empreendedorismo e economia solidária no Município de Santo André* (Ver Anexo 5 - Listagem base para o geoprocessamento). Nesse trabalho identificaram que dezoito dos empreendimentos populares entrevistados já não estavam mais em funcionamento.

Assim, a nova visita teve por objetivo entrevistar 132 empreendimentos populares. No entanto, no momento de realizar a nova visita, quinze endereços não foram encontrados e

vinte e quatro não estavam mais em atividade. Um curto intervalo de tempo (cerca de dois meses) separou a localização espacial dos empreendimentos e a realização das visitas, no entanto, apesar de alguns empreendimentos terem sido localizados durante a realização do levantamento e mapeamento, eles não foram encontrados no momento das visitas empreendidas pelas pesquisadoras.

É importante enfatizar que a localização dos empreendimentos populares não é tarefa fácil nessa área e existem várias razões para isso. O nome das ruas nem sempre é visualizado e, em alguns casos, uma mesma rua é conhecida por nomes diferentes. A numeração não segue nenhuma lógica e foi alterada recentemente pela Eletropaulo, pois o serviço de energia elétrica foi regularizado em parcela significativa da área. É importante lembrar também que se trata de área de ocupação irregular e que apenas recentemente tem recebido benefícios de infra-estrutura urbana. Desta forma, algumas ruas que eram anteriormente conhecidas pelo número da quadra, agora possuem nomes que nem sempre são reconhecidos pelos moradores.

O fechamento dos empreendimentos em tão curto espaço de tempo deve ser analisado tendo como parâmetro a grande rotatividade e o dinamismo característicos desse tipo de economia. A rotatividade pode estar relacionada ao fechamento do empreendimento, à venda ou à mudança de endereço.

Considerando o tipo de negócio desenvolvido pelos empreendimentos populares em atividade, temos que (Ver Anexo 2 - Síntese do questionário complementar):

- 62% são estabelecimentos comerciais, com destaque para os bares (21% do total dos empreendimentos), comércio de gêneros alimentícios (19%), comércio varejista (9%) e comércio de variedades (6%).
- 23% são prestadores de serviços, com destaque para os serviços de estética (8%), serviços automotivos (7%) e serviços em geral (5%).

- 13% são indústrias, no caso, considerou-se a produção e a transformação de mercadorias: confecção, produtos de limpeza, marcenaria, artesanato, sorvete e chocolate.
- Muitos empreendimentos populares mesclam atividades e poderiam ser classificados em mais de um setor da economia, para a definição do setor considerou-se a atividade mais importante e geradora da maior renda no empreendimento.
- Dos empreendimentos classificados como confecção e costura (9% do total dos empreendimentos), cinco produzem roupas (indústria) e quatro prestam serviços de ajustes.
- Os empreendimentos populares classificados como construção civil (8% do total dos empreendimentos), abrangem todos aqueles que exercem serviços (pedreiro, encanador, pintor), transformam matéria prima (marcenaria, instalador de box de banheiro) e comercializam materiais de construção.
- Os empreendimentos que têm os produtos de limpeza como carro-chefe (4% do total dos empreendimentos) foram uma surpresa. Esperava-se encontrar um número maior desse tipo de estabelecimento entre os entrevistados, pois há muitos desses empreendimentos na área visitada. No entanto, apenas um empreendimento popular produz os produtos de limpeza, os outros apenas comercializam.

Os brechós têm papel importante na economia popular por constituir um dos principais locais de comércio de roupas, mas apenas 3% estavam entre os empreendimentos a serem pesquisados. Uma das empreendedoras populares entrevistadas observou que há muitos brechós que recebem doações de roupas e as revendem por preços muito baixos dificultando a sobrevivência daqueles que têm que adquirir as mercadorias por meio de compra.

Dos noventa e três empreendimentos ainda em funcionamento, localizados e identificados, sessenta e nove foram entrevistados (Ver Anexo 4 - Listagem síntese com dados dos empreendimentos populares). Os principais aspectos que impossibilitaram a entrevista de vinte e quatro dos empreendimentos populares alvo da primeira pesquisa foram:

- O empreendimento estava fechado, mas possuía identificação externa. No caso dos bares, por exemplo, a maioria só abre a partir do final da tarde. Em alguns casos, a informação de que o empreendimento estava em funcionamento vinha da população local. Em muitos desses empreendimentos foi feita mais de uma tentativa de contato.
- O empreendimento estava aberto, mas o empreendedor responsável não estava e quem no momento da entrevista cuidava do negócio não possuía as informações necessárias para responder ao questionário.
- O empreendimento estava fechado temporariamente, principalmente devido a problemas de saúde do responsável.
- O empreendedor popular não se interessou pela temática e recusou responder ao questionário.

O desemprego é o principal motivo apresentado para a abertura do empreendimento popular, seguido pela possibilidade de complementação de renda, principalmente entre os aposentados e aqueles que apresentam problemas de saúde.

Trabalhar no mesmo local da residência foi um dos motivos mais lembrados pelas mulheres, especialmente para atender ao desejo dos maridos de que estas não trabalhem fora de casa, somada a possibilidade de continuar com os afazeres domésticos e cuidar dos filhos. A participação das mulheres nos empreendimentos populares entrevistados continua bastante significativa, 57%, sendo que dessas, 77% são casadas, seja formalmente ou não.

Alguns dos empreendedores populares entrevistados iniciaram suas atividades há muito tempo, muitos deles há mais de dez anos (34%). Chamou atenção o fato de haver empreendimentos que estão em funcionamento desde a década de 1980. Quando perguntados sobre o porquê de continuarem a ser empreendedores populares, o fator mais citado foi garantir a sobrevivência, ajudando na renda familiar. Garantir a sobrevivência permeia todos os motivos apresentados, mas alguns empreendedores fizeram questão de destacá-lo.

Alguns empreendedores apontaram como motivo preponderante para a abertura do negócio a possibilidade de ter mais autonomia e não ficar à mercê das imposições de um superior. Quase todas as respostas referiram-se aos aspectos financeiros, porém as respostas relativas a não ter patrão e gostar do que faz apresentam aspectos qualitativos interessantes.

Metade dos entrevistados considerou que seu empreendimento melhorou nos últimos anos, fato identificado pelo aumento das vendas e da clientela. Em suas respostas, justificaram essa melhora pela estabilidade econômica no país. Dentre aqueles que avaliam que seu empreendimento piorou (30%), consideram que a concorrência é o principal problema, pois divide a clientela. Também foi citado que algumas pessoas, ao perceberem que um empreendimento está “*dando certo*”, resolvem abrir seu próprio empreendimento, próximo ao outro e com o mesmo tipo de negócio.

A concorrência também foi a maior dificuldade apontada pelos entrevistados, seguida pelas dificuldades financeiras que impossibilitam melhorias, aquisição de equipamentos e compra de mais e melhores produtos. O calote é outra dificuldade citada e nem sempre de fácil solução, especialmente numa economia que tem o “fiado” como uma de suas características. Como conseqüência, a perda financeira já foi muito grande para alguns empreendedores populares, levando-os a só aceitar pagamento a vista. Um empreendedor diz ter sofrido ameaças por causa disso, mas insistiu porque só assim valeria a pena manter o empreendimento. Outros continuam a vender fiado, pois entendem as dificuldades da clientela e acreditam que só assim garantirão a sobrevivência do empreendimento.

Para entender melhor a concorrência que os empreendedores populares enfrentam, foram introduzidas no questionário algumas questões a esse respeito. Quando perguntados se enfrentam concorrência, 65% disseram que enfrentam concorrência muito forte, 12% consideram que a concorrência não é nem muita, nem pouca e 23% afirmam não sofrer concorrência. Dessas respostas é possível perceber que há, dependendo do tipo de negócio desenvolvido pelo empreendimento, maior ou menor concorrência. Para identificar quem são os concorrentes dos empreendedores populares, perguntou-se se a concorrência se dá com o grande ou com o pequeno comerciante local. Algumas respostas sinalizavam que concorrem tanto com o grande quanto com o pequeno empreendedor, mas a grande maioria (80%) afirmou que seu principal concorrente é o empreendedor popular como ele. Essa informação reforça a idéia de haverem muitos empreendimentos populares com o mesmo tipo de negócio e, portanto, concorrentes entre si.

Deve-se destacar a participação do grande comércio local que, na *Pesquisa e estudo para a promoção do desenvolvimento local, empreendedorismo e economia solidária no Município de Santo André*, aparece como o principal local de compras dos moradores entrevistados. Apesar disso, estes não são reconhecidos pelos empreendedores populares como o principal concorrente. Em parte essa situação pode ser explicada pelo fato de que muitos empreendedores populares quando iniciaram seus negócios já contavam com a existência desses concorrentes. Entretanto, possivelmente os empreendedores populares não percebem esta concorrência porque seus negócios efetivamente não disputam com o grande comércio, eles tem sido na verdade uma rede complementar de distribuição dos produtos desses estabelecimentos, na medida em que estes são também seus fornecedores. A pesquisa de consumo mostrou que os empreendimentos populares promovem o acesso miúdo e diário às mercadorias (um ovo, um litro de leite, etc.), que são compras características de uma população que necessita planejar sua vida com a renda do dia, não da semana nem do mês, pelo simples fato de que sua renda é diária. Os empreendimentos também respondem àquelas compras para repor pequenas quantidades de produtos que acabaram antes do dia da compra do mês, ou de produtos perecíveis que as famílias não têm como estocar. Portanto é coerente que o grande concorrente seja o

outro empreendimento popular e não o grande comerciante. Ou seja, a economia popular acontece em circuitos muito curtos, à vezes ao nível da vizinhança.

Quando perguntados se e como a concorrência afeta seu empreendimento, muitos responderam que o maior impacto era a queda das vendas e do movimento devido à disputa por clientes. No entanto, um número significativo de empreendedores populares afirma não sofrer com a concorrência, pois acreditam que há espaço para todos e que a concorrência os incentiva a buscar melhorias. Isto pode ser reflexo imediato da expectativa que os empreendedores tem de resultado de seus negócios, sendo este considerado bom se foi suficiente para sustentar a família.

Os entrevistados foram perguntados o que faziam para atrair seus clientes, para ganhar da concorrência. A resposta mais freqüente gerou em torno do bom atendimento. Os aspectos mais citados foram: fazem amizade; brincam, ouvem o cliente e dão conselhos; são humildes; tem paciência e tentam sempre ser muito simpáticos. Outro grupo de respostas bastante citado foi a qualidade dos produtos comercializados e do serviço prestado, entre eles, a entrega rápida e no prazo; limpeza e cuidado com a produção; oferta de produtos procurados; variedades e novidades.

As respostas que correspondiam a vantagens financeiras oferecidas aos clientes (ofertas, promoções e vender fiado) tiveram quase a mesma freqüência do que aqueles que dizem não fazer nada para conquistar o cliente. É possível constatar, nesse sentido, como esse tipo de economia funciona e quais suas limitações. Esses empreendimentos compram suas mercadorias, muitas vezes, nos mesmos locais que o consumidor, ou seja, em grandes empreendimentos no próprio bairro. Procuram promoções e fazem estoque. Compram a vista, pois a maioria não tem vínculo com instituições financeiras, não possuem talão de cheques ou cartão de crédito. Deve-se considerar também que o principal motivo para essa situação é o fato de muitos empreendedores populares serem devedores e terem o “*nome sujo na praça*”. Alguns buscam as compras em seu próprio carro, outros recorrem à entrega no seu domicílio e pagam por esse serviço. Essa realidade demonstra as dificuldades desses empreendimentos em reduzir seus custos e, conseqüentemente, seus preços para

atrair o cliente. A única alternativa que encontram é fazerem aquilo que está ao seu alcance, ou seja, serem atenciosos com o “freguês” e bons profissionais.

Como citado anteriormente, as mercadorias são, de forma geral, compradas diretamente no grande comércio localizado no bairro ou em regiões próximas ao Jardim Santo André. Não é comum a presença do representante comercial, ou seja, aquele que vai até o estabelecimento retirar o pedido para posterior entrega. Os que mais utilizam esse serviço são os bares, com a entrega de cervejas e refrigerantes.

Muitas vezes os empreendedores populares enfrentam dificuldades em relação à entrega das mercadorias, pois é alegado que existe o perigo de assalto aos caminhões de entrega, visto que os empreendimentos populares se localizam em áreas de favela. Outro argumento utilizado é que, de forma geral, a compra é pequena e não compensa a entrega. Apesar dessa situação, quando os empreendedores populares foram indagados se enfrentavam alguma dificuldade com os fornecedores, 82% responderam que não. A fala de um empreendedor popular é bastante significativa e demonstra certo conformismo com a situação: *“Compro no atacado, pago a vista e preciso trazer na mão”*.

A nova entrevista buscou identificar qual a participação da família no cotidiano do empreendimento e, quando esta ocorria, se era remunerada. Essa informação é bastante importante e interessante, pois como esses empreendimentos funcionam na própria residência constatou-se que 53% dos empreendimentos contam com o trabalho de, no máximo, dois membros da família (94%), especialmente os cônjuges (42%), e 70% deles não recebem nada por isso.

Por se tratarem de empreendimentos que funcionam no local de moradia, foi perguntado se as despesas da família e do empreendimento eram contabilizadas separadamente. 42% dos empreendedores populares entrevistados responderam afirmativamente. No entanto, cabe aqui uma ressalva: contabilizar as despesas, em muitos casos, significa fazer uma anotação rudimentar das entradas do empreendimento. Pouquíssimos dentre esses empreendedores fazem um controle efetivo da contabilidade do seu negócio, o que parece natural na medida

em que as motivações destes são relacionadas ao provimento de recursos para a sobrevivência e reprodução familiar e não para acumulação de capital. Aqueles que não fazem nenhum controle não o consideram importante, pois o empreendimento é pequeno e tem “*poucas entradas*”. Por isso, quando perguntados se desejavam fazer algum curso que abordasse aspectos relaciona dos à gestão do empreendimento, apenas vinte e cinco empreendedores disseram que sim, isto é, 31% dos entrevistados (Ver Anexo 16 - Empreendedores populares convidados para o Curso de Capacitação).

O questionário era encerrado com perguntas referentes à relação entre os empreendedores e destes com a comunidade, e buscava opinião dos entrevistados a respeito da possibilidade de articulação entre os empreendedores e mobilização da comunidade. Nesse sentido as respostas são bastante significativas, pois apesar da concorrência existente, a maioria dos entrevistados afirma estabelecer relações cordiais com os outros empreendedores e uma grande parte considera viável a articulação entre eles.

Assim,

- 77% dos entrevistados dizem ter boa relação com os outros empreendedores populares do bairro.
- 58% consideram possível articular algum tipo de associação entre os pequenos empreendedores do Jardim Santo André, por considerarem que é importante para todos e para o bairro. Mas, salientam que é preciso haver união, confiança e incentivo e que é necessário ter alguém (externo, de fora) comandando e assessorando todo o processo.
- 42% dos empreendedores populares não acreditam em uma articulação entre eles e justificam dizendo que as pessoas são muito individualistas e que falta união.
- 90% dos entrevistados consideram boa sua relação com a comunidade e 22% vêem alto potencial do bairro em relação à organização popular na busca de melhorias, mas destacam a falta de informação e a necessidade de ajuda.

Essas últimas perguntas do questionário ofereceram a oportunidade para que as pesquisadoras explicassem aos empreendedores populares o objetivo do trabalho que estava sendo realizado, seus próximos passos e a importância de sua participação.

A aplicação do novo questionário também possibilitou a atualização de dados coletados durante a realização da *Pesquisa e estudo para a promoção do desenvolvimento local, empreendedorismo e economia solidária no Município de Santo André*, em 2007, como, por exemplo, em relação às empreendedoras. O percentual de mulheres responsáveis pelo empreendimento sofreu uma pequena queda (na primeira pesquisa eram 61%, na nova totalizou 57%), foi possível saber também que destas 77% são casadas.

Outro dado que apresentou alteração foi em relação aos empreendedores que trabalham sozinhos, pois na primeira pesquisa eles perfaziam um total de 76%, na segunda visita eram apenas 47%. Esse dado pode indicar a ampliação do negócio e a conseqüente necessidade de ajuda, principalmente por membros da família (53% dos empreendedores contam com ajuda de familiares).

A nova pesquisa permitiu também coletar informações mais detalhadas sobre a dinâmica dos empreendimentos populares, especificamente no que se refere aos motivos para o seu surgimento (complementar a renda, alternativa ao desemprego, mulheres trabalhando “em casa”); sua manutenção (mesmo diante das dificuldades os empreendedores julgam que vale a pena manter o empreendimento, pois este ajuda a manter a família); a situação do empreendimento nos últimos anos (cerca de 50% afirmam que melhorou); o enfrentamento da concorrência como sendo um dos principais problemas a serem resolvidos (65% de citações); a interferência desta e as formas que os empreendedores encontram para atrair e manter a clientela (bom atendimento, qualidade dos produtos e serviços, promoção e preços mais baixos).

É possível afirmar que o instrumental de pesquisa aplicado e as novas visitas realizadas contribuíram para ampliar o diálogo com os empreendedores populares. As perguntas estimularam as falas, quebrando algumas eventuais resistências e abordando aspectos inesperados, mas de fundamental importância, pois o conjunto das informações coletadas

propiciou uma melhor compreensão a respeito da dinâmica dos empreendimentos populares, sua inserção no bairro e na economia local, além possibilitar a discussão e proposição de ações que possam ser implementadas pela Prefeitura de Santo André, visando o desenvolvimento socioeconômico da região do Jardim Santo André.

1.7. O trabalho de geoprocessamento

O geoprocessamento foi o tipo de mapeamento escolhido para representar cartograficamente os empreendimentos populares do Jardim Santo André. Por tratar-se de um processamento informatizado de dados georreferenciados, permite que o mapa contenha as informações consideradas necessárias e importantes para representar a realidade que se quer analisar. Desta maneira, é possível ir além da localização geográfica do empreendimento. Para a construção desse mapeamento, porém, é necessário organizar e classificar todas as informações que devem ser visualizadas.

Para dar encaminhamento ao geoprocessamento primeiramente foi realizada uma visita a área por dois pesquisadores, incumbidos de verificar se o empreendimento ainda existia e se o tipo de negócio era o mesmo, e identificar e anotar a localização exata do empreendimento popular no mapa da região. Para essa atribuição os pesquisadores estavam munidos de planilha contendo o endereço, a referência de localização e o tipo de negócio de todos os empreendimentos populares entrevistados na primeira pesquisa, numerados e divididos por área, bem como, um mapa da região.

Para que as informações contidas no geoprocessamento representassem da melhor maneira possível a realidade dos empreendimentos populares do Jardim Santo André, foram levantados todos os tipos de negócios existentes dentre os entrevistados. A partir dessa base, foram agrupados por setor de atividade e por tipo de produto/serviço. Considerando que o objetivo do projeto é a articulação entre os empreendedores populares, optou-se por realizar o agrupamento por tipo de produto, para depois subdividi-lo por setor de atividade (Ver Anexo 5 - Listagem base para o geoprocessamento).

O novo mapa da região com a localização atualizada dos empreendimentos, a classificação e categorização dos tipos de negócios foi encaminhado para o geoprocessamento. O uso desse tipo de mapeamento serviu para apresentar aos empreendedores populares a distribuição geográfica dos empreendimentos da região, mostrando onde cada um se localiza e quais empreendimentos encontram-se no seu entorno. Foi possível, ainda, conhecer quais tipos de negócios são mais frequentes ou mais ausentes em determinada área, levando a uma reflexão sobre a concorrência e a capacidade de atendimento às demandas de consumo da população.

Os mapas resultantes do geoprocessamento foram utilizados durante a reunião do Grupo de Debate e no Seminário Desenvolvimento da Economia Popular no Jardim Santo André (Ver Anexo 22 - Apresentação do resultado das pesquisas no Seminário Desenvolvimento da Economia Popular no Jardim Santo André).

1.8. Comentários gerais sobre o trabalho de campo

A visita aos empreendedores populares residentes no Jardim Santo André foram efetuadas pela coordenadora da pesquisa e pela consultora contratada, na busca de dar maior qualidade ao contato e teve por objetivo efetuar um resgate de todo o processo desenvolvido até aquele momento, apresentar os resultados mais relevantes das duas pesquisas, solicitar informações adicionais sobre o empreendimento e sobre o empreendedor e mobiliza-los para a participação nos Grupos de Debate.

As visitas foram iniciadas com o pré-teste, nos dias 25 e 26 de agosto e concluídas em outubro. A área visitada é composta por 130 empreendedores populares entrevistados na *Pesquisa e estudo para a promoção do desenvolvimento local, empreendedorismo e economia solidária no Município de Santo André*, realizada entre 2006 e 2007.

Nesse retorno, três aspectos foram bastante impactantes: a dificuldade na localização dos empreendimentos – quinze não foram encontrados; o fechamento dos empreendimentos – vinte e quatro não existem mais, e a ausência do empreendedor no local – vinte e quatro empreendimentos fechados ou sem a presença do responsável, mas com identificação externa. Dessa maneira, sessenta e nove empreendedores foram entrevistados.

Em contraste com os muitos empreendimentos que encerraram suas atividades, há uma grande quantidade de empreendimentos que não foram alvo da *Pesquisa e estudo para a promoção do desenvolvimento local, empreendedorismo e economia solidária no Município de Santo André*, por estarem fora dos critérios estabelecidos para participarem da pesquisa (identificação externa, empreendimento e moradia na mesma construção, máximo de dois funcionários remunerados) ou por terem sido iniciados após a realização da primeira pesquisa. O grande número de empreendimentos populares presentes na região e que não são objeto desta pesquisa deve ser observado com bastante atenção na análise de possíveis ações de articulação entre os empreendedores populares, uma vez que a economia local possui outros atores sociais que não estarão sendo contemplados.

A região selecionada para a visita foi subdividida em seis áreas de acordo com critérios de facilidade de acesso e é marcada pela forte presença prédios do CDHU que, em alguns pontos estão concentrados e em outros mais espaçados. A presença desses prédios contribui para que haja uma boa infra-estrutura urbana em diversos trechos do bairro. Chama a atenção a grande quantidade de construções precárias nas proximidades dos prédios, muitas delas são empreendimentos populares, principalmente bares, instalados para atender ao grande número de consumidores.

Existem na região ruas maiores e mais importantes como, por exemplo, a Avenida Loreto, a Rua do Pedroso, a Rua Dominicanos e a Rua Toledana. Nelas está concentrado o comércio mais estruturado e de maior porte da região, apesar de serem encontrados também pequenos estabelecimentos e alguns empreendimentos populares. A Rua Dominicanos é bastante sinuosa e confusa, pois nos entroncamentos é difícil identificar sua continuidade. De maneira geral, as ruas transversais apresentam muita sinuosidade e são bastante

estreitas. Aparentemente foram traçadas para dar acesso às moradias que já existiam e, por isso, não houve nenhuma organização na circulação, dificultando a localização e orientação geográfica, a circulação de pessoas e de mercadorias. Talvez isso explique o comentário de um empreendedor popular que afirmou que “*nessa rua o comércio é fraco*”. De forma geral, região é fortemente marcada pela precariedade.

Os moradores denominam toda a área como favela, mas fazem diferenciação entre o alto do morro e a parte mais baixa, enfatizando o gradativo aumento da pobreza conforme se afasta da avenida principal. A maioria dos empreendimentos populares entrevistados está localizada nas ruas principais, que são longas. Em alguns trechos há uma maior concentração de empreendimentos, mas muitos dos empreendimentos populares estão espalhados pelas outras ruas. Essa distribuição faz com que os empreendedores populares quase não se conheçam, uma vez que o contato se dá com aqueles que estão nas proximidades. Aqueles que estão mais próximos à Avenida do Pedroso pouco identificam os empreendimentos que existem em direção ao morro. Os que estão nas áreas mais elevadas têm outra percepção, pois transitam mais pelo bairro e tem uma visão mais abrangente, ao menos nas ruas principais.

De forma geral, os empreendedores populares entrevistados foram bastante receptivos, mesmo mantendo uma postura de defesa, pois desconfiavam de que pudesse se tratar de propaganda eleitoral. Tentou-se, desde o início das entrevistas, deixar claro que não havia nenhuma relação com as eleições municipais. Mas, mesmo assim, a dúvida se manteve. No entanto, isso não impediu que os empreendedores fossem, em sua grande maioria, bastante educados e atenciosos.

Apesar da boa receptividade geral, houve dificuldade por parte dos entrevistados em compreender as possibilidades e potencialidades de uma articulação entre os empreendedores populares locais. Foi necessário exemplificar para que cada empreendedor vislumbrasse como seria essa articulação, considerando o seu tipo de negócio e as possíveis “vantagens” para si e para a comunidade. Apesar das explicações fornecidas pelas pesquisadoras, muitos consideraram inviável essa articulação e outros não acreditaram que essa proposta pudesse trazer melhorias ao seu empreendimento.

Apesar das dificuldades enfrentadas, pois havia casos em que era notório o desinteresse por parte de alguns empreendedores populares, foi possível observar, por outro lado, que ao final da entrevista havia assimilação da proposta por parte outros.

No entanto, de maneira geral, os empreendedores populares entrevistados demonstraram desmotivação e desânimo. Foi marcante o discurso individualista e a dificuldade de identificar potencialidades na articulação com seus pares. A inviabilidade da articulação pode ser justificada pela imagem que esses empreendedores populares têm dos outros empreendedores locais, pois consideram que seus pares são bastante acomodados e que uma proposta dessa natureza exige uma liderança atuante e muita dedicação. Não acreditam que os empreendedores populares sejam capazes de tanto empenho e mobilização. O individualismo foi uma característica bastante citada pelos entrevistados que acreditam que todos querem melhorar e crescer, mas a concorrência e a competitividade predominante entre eles impedem que haja uma ação coletiva.

Durante todo desenvolvimento do trabalho de campo foi muito citada a abertura de novos empreendimentos populares próximos a outros semelhantes. De forma geral, os entrevistados julgam que isso ocorre porque os novos empreendedores acreditam que se alguém está sendo bem sucedido com aquele empreendimento ele também o será, esquecendo-se que a clientela é uma só. Salientam que há carência de serviços e comércio que poderiam ser contemplados por esses novos empreendedores populares.

Uma questão que merece ser destacada é a desconfiança do empreendedor popular em relação a seus pares. *“Como me articular com alguém que não sei se é honesto e responsável?”*, *“Como saber se o outro empreendedor popular tem condições de arcar com um compromisso econômico?”* É importante destacar que o empreendedor popular identifica no outro os empecilhos para construir articulações entre eles, seja por ser individualista, seja por não ser confiável.

As características do bairro e da região do Jardim Santo André também foram citadas para justificar a impossibilidade de uma articulação entre os empreendedores populares. “*Como eu posso ser melhor num lugar que não pode ser melhor?*” Nesse sentido, é possível afirmar que cada um dos entrevistados vê os outros empreendedores populares, a comunidade e o próprio bairro como vê a si mesmo. Essa identificação, no entanto, nem sempre é positiva, pois se percebe em muitos momentos um distanciamento do empreendedor popular em relação à comunidade, uma sensação de não pertencimento àquele grupo ou mesmo àquela realidade. No horizonte de muitos está a busca por melhorias individuais que favoreçam sua saída do bairro. Todas essas questões apontam para a presença de um preconceito e de uma não aceitação por parte dos empreendedores populares em relação ao local em que residem e onde está localizado seu empreendimento.

Conforme constatado na *Promoção do Desenvolvimento Econômico Local - Pesquisa socioeconômica e estímulo à organização comunitária no Jardim Santo André – São Paulo*, os moradores fazem suas compras praticamente nos mesmos lugares que os empreendedores populares compram seus produtos. Quando consomem no bairro privilegiam a proximidade, comprando em pequenas quantidades. Dessa maneira, grande parte do consumo dos moradores ocorre nos grandes empreendimentos, que no geral não são de propriedade de moradores do bairro. Em um bairro como o Jardim Santo André, cuja renda média mensal é baixa (cerca de R\$700,00) e cujos moradores compram preferencialmente nos grandes mercados, resta uma parcela ínfima dessa renda para o consumo no pequeno empreendimento local, o que provoca pouca circulação do dinheiro e poucas possibilidades de crescimento econômico local. Este fato se agrava quando constatado que pouquíssimo do que se vende localmente é produzido localmente. Os empreendimentos comerciais locais, ao venderem o que se produz fora, não geram um circuito econômico local, apenas uma circulação de moeda.

O desafio que se coloca é pensar como fomentar o desenvolvimento econômico em uma região marcada pela pobreza urbana, na qual o consumidor não valoriza o comércio local, e produz poucos bens para o consumo local e enfrentar o desânimo dos empreendedores

populares em relação ao seu potencial de articulação para o enfrentamento e superação dessa situação.

Em muitas das entrevistas, foi possível perceber uma expectativa da ação do Estado para resolver as questões mais prementes da comunidade. Parte dessas ações é, de fato, responsabilidade do Estado, porém há também a antiga visão de paternalismo permeando esses discursos e levando a um perigoso imobilismo: não há o que fazer, o Estado tem que prover. No entanto, muitos dos empreendedores populares consideraram que há potencial de mobilização por parte da comunidade para buscar melhorias, em especial, para solicitar ações à Prefeitura. É importante destacar que apesar da Prefeitura de Santo André dispor de programas de apoio a estes trabalhadores/empreendedores, eles ainda são desconhecidos da comunidade pesquisada e, portanto, não são demandados a darem respostas às suas necessidades.

Alguns dos entrevistados têm impressões positivas a respeito da proposta de articulação entre empreendedores populares do Jardim Santo André, pois já tiveram experiências de compras coletivas de sucesso em outras localidades ou mesmo no próprio bairro. Acreditam ser possível implantar essa ação, especialmente entre os empreendedores que possuem o mesmo tipo de negócio. Outros percebem na comunidade potencial de crescimento e buscam modificar seu empreendimento conforme a demanda dos moradores. De qualquer maneira, a forma de ver o empreendimento e o potencial de crescimento do próprio empreendimento e da comunidade como um todo, parece estar relacionada à motivação que levou o empreendedor a iniciar seu negócio e a transformação que este acarretou em sua vida.

A grande maioria dos empreendedores populares entrevistados iniciou seu negócio devido ao desemprego, como possibilidade de gerar ou complementar renda. Nesse sentido, o empreendimento é visto como uma atividade transitória e quando a situação de desemprego desaparece muitos são fechados. Esse fato pode explicar o grande número de empreendimentos populares objeto de entrevistas na *Pesquisa e estudo para a promoção do desenvolvimento local, empreendedorismo e economia solidária no Município de Santo*

André, realizada em 2006-2007, e que hoje estão fechados ou funcionam apenas em horários alternativos – de acordo com a disponibilidade do empreendedor popular.

Há empreendimentos que foram abertos como forma de complementar a renda de aposentadoria – seja por idade ou por invalidez, ambos os casos muito freqüentes no Jardim Santo André, e muitos desses empreendedores buscam melhorar seu empreendimento. No entanto, há os que apesar de estarem bastante insatisfeitos com o resultado adquirido não têm interesse em melhorar. Por outro lado, alguns empreendedores acham que têm mais problemas do que vantagens e pretendem encerrar as atividades. Todas essas situações são bastante comuns também entre aqueles que abriram o empreendimento popular por outros motivos, além dos destacados acima, e transmitem conformismo com a situação, falta de perspectiva e demonstraram desinteresse em qualquer proposta de ação coletiva.

Muitos dos entrevistados apontaram como motivos para iniciar seu empreendimento ter seu próprio negócio e não ter patrão, e buscar maiores possibilidades de ascensão. No caso das mulheres é muito comum os empreendimentos terem sido abertos pelos maridos, ou com grande apoio deles, pois, além de poder conciliar o trabalho com os afazeres domésticos e o cuidado com os filhos, também atendem à exigência dos maridos de não “trabalhar fora”. É importante salientar que essas empreendedoras foram as que demonstraram maior interesse em discutir ações que possam promover melhorias no empreendimento e na comunidade.

Apesar de todas as situações citadas acima, para a maioria dos entrevistados o empreendimento é considerado uma atividade permanente. A motivação para abertura dos negócios e a forma como o empreendedor popular avalia e lida com seu negócio interferem diretamente na continuidade do empreendimento. Porém, é preciso considerar que a existência de muitos empreendimentos populares fechados e a grande quantidade de novos empreendimentos abertos no período de tempo entre o início da pesquisa (2006) e os dias de hoje, demonstram haver uma alta rotatividade na economia popular.

Para que seja possível uma articulação entre os empreendedores populares do Jardim Santo André é importante avaliar o grau de solidariedade entre eles. Há experiências bem sucedidas que incluem empreendedores populares com o mesmo tipo de negócio e que se ajudam mutuamente. Mas, a relação de solidariedade precisa ser construída e trabalhada de maneira constante.

Pode-se afirmar que a cidadania é algo bastante vago entre os empreendedores e comunidade local. A percepção de direitos e a expectativa de mudanças das condições de trabalho e de vida, do ambiente são bastante restritas e se revelaram em vários momentos do trabalho de campo. O desânimo e a desmotivação e, muitas vezes a resignação às atuais condições, revelam uma perda de horizontes. As pessoas não se sentem capazes de sair daquela situação e não elaboram coletivamente os problemas que enfrentam e tampouco identificam para onde encaminharem suas reivindicações. O auto-emprego, o não ter patrão parece remeter ao próprio empreendedor a responsabilidade pelos fracassos ou limites que enfrentam. Os empreendedores populares não se enxergam como um coletivo e, portanto, não buscam coletivamente caminhos de mudança.

2. Grupo de Debate

O Plano de Trabalho propõe a organização de dois Grupos de Debate, com aproximadamente vinte e cinco pessoas em cada um, e a realização de duas reuniões mensais num período de quatro meses. Nesse sentido, pretendia-se entrar em contato com alguns empreendedores populares que comparecessem a Oficina de Trabalho sobre Economia Popular e Desenvolvimento Local e verificar seu interesse e disponibilidade em compor esses grupos.

Os Grupos de Debate foram concebidos para que os empreendedores populares residentes no Jardim Santo André e entrevistados pela *Pesquisa e estudo para a promoção do desenvolvimento local, empreendedorismo e economia solidária no Município de Santo André*, pudessem se conhecer, dialogar e pensar alternativas de articulação entre eles, a fim

de gerar melhorias em cada empreendimento e na comunidade como um todo. Para isso, havia a necessidade analisar os tipos de empreendimentos que existem na área – com o apoio de mapas com essas informações, abordando a interconcorrência, a capacidade desses empreendimentos populares atenderem a demanda de consumo local e a ausência de bens e serviços na região que pudessem ser oferecidos.

No entanto, o processo desenvolvido para a organização da Oficina de Trabalho sobre Economia Popular e Desenvolvimento Local, em maio de 2008, apontou dificuldades que seriam enfrentadas no momento de articular empreendedores populares residentes no Jardim Santo André, entrevistados na primeira pesquisa, para comporem os Grupos de Debate propostos no Plano de Trabalho.

Os empreendedores populares receberam com indiferença o convite para participar da Oficina de Trabalho, apesar de grande parte dos convidados ter afirmado seu interesse em estar presente ao evento. Foi possível constatar que, apesar de o convite ter sido feito em nome do Dieese, os empreendedores populares se sentiam constrangidos em recusar a participar, pois acreditavam se tratar de um convite feito pela Prefeitura.

Foi avaliado que se o encaminhamento proposto no Plano de Trabalho fosse mantido havia o risco de inviabilizar a realização dos Grupos de Debate e a criação de espaço de articulação entre os empreendedores populares para a elaboração de um Plano de Ação para a região do Jardim Santo André, no qual deveriam ser apontadas alternativas para o desenvolvimento socioeconômico da região que pudessem ser apoiadas e/ou implementadas pela Prefeitura Municipal de Santo André.

Desta forma, o DGTR aprovou a proposta apresentada pela coordenação da pesquisa de realizar as reuniões dos Grupos de Debate após a Oficina de Trabalho sobre Economia Popular e Desenvolvimento Local. Foi definido também que as reuniões do Grupo de Debate não seriam realizadas como proposto no Plano de Trabalho (formação de dois grupos, com a realização de oito reuniões com cada um deles), visto a dispersão por parte dos empreendedores populares. Para enfrentar essa situação, foi aprovada a estratégia de

efetivar um novo contato com os 150 empreendedores populares residentes no Jardim Santo André e pesquisados na primeira pesquisa, conforme já explanado no capítulo anterior. Essa medida se fez necessária ao ser constatado que para a articulação desses empreendedores ser satisfatória e atingir seus objetivos era preciso realizar um trabalho mais individualizado, através do qual fosse feito um resgate do processo desencadeado até o momento e seus resultados, a fim de sensibilizar e mobilizar os empreendedores para a participação nos Grupos de Debate. Assim, deveria ser realizada uma reunião em cada área selecionada com grupos constituídos a partir das visitas.

O Jardim Santo André foi dividido em pequenas regiões com o objetivo de visitar os empreendedores residentes em casa uma delas, articular reuniões do Grupo de Debate em locais de fácil acesso para estes e propiciar o debate de forma a respeitar a heterogeneidade e a especificidade de cada uma dessas áreas.

Alguns critérios para a seleção e convite dos empreendedores populares para participarem dos Grupos de Debate foram surgindo ao longo do processo de trabalho, como por exemplo, representarem diferentes tipos de atividade e tamanhos de empreendimentos; comercializarem produtos apenas no Jardim Santo André e produtos que tenham surgido na coleta de dados da pesquisa de campo; interesse em participar; disponibilidade de tempo e capacidade de articulação, exercendo algum tipo de liderança.

No entanto, verificou-se, ao longo da realização das entrevistas, que o grau de interesse demonstrado pelos empreendedores populares era pequeno. Assim, buscando viabilizar a realização do Grupo de Debate, optou-se por convidar todos os empreendedores que demonstrassem interesse e disponibilidade em participar.

A fim de evitar grande intervalo de tempo entre a realização das entrevistas e do Grupo de Debate, este foi organizado concomitantemente. Durante as visitas, buscou-se identificar o melhor dia da semana e horário para as reuniões, de forma a garantir a presença do maior número de empreendedores populares. A segunda-feira pela manhã foi indicada pelos

empreendedores como o melhor momento para realizar a reunião, por ser “*de pouco movimento*” e um período utilizado para execução de serviços externos.

Definidos o dia e o horário, foi necessário escolher o local para a realização da reunião. Foi realizado um levantamento junto a pessoas da prefeitura que conhecem a região do Jardim Santo André e foram identificados alguns locais onde as reuniões dos Grupos de Debate poderiam ocorrer como, por exemplo, equipamentos públicos municipais e estaduais, associações comunitárias e instituições religiosas.

A princípio foi discutido que as reuniões dos Grupos de Debate poderiam ocorrer em equipamentos públicos municipais e estaduais, associações comunitárias, instituições religiosas, entre outras. Mas, considerando que poderia haver ausências devido a questões relacionadas à religião ou por divergências políticas – uma vez que parte das associações de bairro está alinhada com alguns candidatos a vereador e partidos políticos – deliberou-se pela realização dos Grupos de Debate em equipamentos públicos, especialmente nos municipais.

Na área visitada há uma creche municipal em localização bastante acessível. No entanto, quando da solicitação de disponibilização de uma sala, soube-se que durante o dia todos os espaços são ocupados. Desta forma, só seria possível realizar a reunião no período da noite. Avaliando que o horário não correspondia ao que os empreendedores populares consideram o mais adequado e atentando à segurança de todos, foi descartada essa possibilidade.

Foi disponibilizado um salão paroquial que é bastante utilizado para eventos da prefeitura e, aparentemente, não traria problemas em relação às divergências religiosas. Este se localiza na subida do morro e apresenta infra-estrutura urbana bastante precária (sem asfaltamento). A circulação local ocorre do morro para o vale, em direção à Avenida do Pedroso, o contrário só se dá por aqueles que residem nas áreas mais altas. Sendo assim, considerou-se que a localização e as características do entorno poderiam significar impedimento para

os empreendedores que residem nas áreas mais baixas a comparecer à reunião e, assim, o espaço foi descartado.

Em conversas com os empreendedores populares, procurou-se descobrir se havia algum empreendimento na região que pudessem servir para a realização da reunião do Grupo de Debate. Nada foi encontrado, porém foi sugerido um salão de festas recém-inaugurado, localizado na Avenida Loreto, em área com boa infra-estrutura urbana e de fácil acesso. Em visita ao salão verificou-se sua adequação para a reunião.

Definido o local para a realização do Grupo de Debate, foram confeccionados os convites (Ver Anexo 8 - Convites para a reunião do Grupo de Debate) e contratada uma pessoa para entregá-los aos empreendedores populares entrevistados e residentes da primeira área visitada (Ver Anexo 9 - Empreendedores populares convidados para a reunião do Grupo de Debate).

Visando atender aos objetivos propostos para o Grupo de Debate, foi adotada uma metodologia de trabalho que incentivasse a participação e o envolvimento do empreendedor popular nas discussões, bem como, que contribuísse na identificação de seu lugar na comunidade e na economia local. Os recursos adotados para o desenvolvimento da reunião foram o *data-show*, para apresentação dos principais resultados da pesquisa, e as tarjetas, para visualização das questões debatidas e sua sistematização.

A programação da reunião foi assim definida: apresentação dos objetivos da reunião, apresentação dos empreendedores populares (nome, onde mora e tipo de negócio), localização dos empreendimentos dos participantes no mapa, apresentação dos principais resultados das pesquisas, debate, sistematização do debate e encaminhamentos (Ver Anexo 11 - Programação e relato da reunião do Grupo de Debate).

A reunião do Grupo de Debate da primeira área visitada ocorreu no dia 22 de setembro de 2008 e para recepcionar os empreendedores populares foi oferecido café, doces e salgadinhos.

contratados na padaria de um dos empreendedores entrevistados. A água e o suco foram comprados em mercado de outro empreendedor popular.

Participaram onze empreendedores populares, dos sessenta convidados (Ver Anexo - 10 - Participantes da reunião do Grupo de Debate). A grande maioria mora muito próxima do local da reunião possui empreendimentos mais estruturados e foram convidados nos dias que a antecederam. Estiveram presentes também dois representantes do Departamento de Geração Trabalho e Renda e um do Banco do Povo.

Poucos dentre os empreendedores populares se conheciam e muitos estavam bastante tímidos e até mesmo constrangidos. Essa timidez foi notória em sua apresentação, a voz era baixa e poucas palavras foram pronunciadas. Durante a apresentação dos *slides*, nenhuma pergunta foi feita e pareceram bastante dispersos.

Para contribuir e incentivar o debate foi solicitado que observassem no mapa a distribuição dos empreendimentos no bairro e pensassem nas possibilidades de articulação entre eles, sob diferentes aspectos: mesma atividade, atividades complementares, novas atividades, novas atividades já apontadas, por exemplo, horta comunitária, coleta seletiva de lixo, jornal para divulgação dos prestadores de serviços, central de serviços autônomos, identificar se existem outras alternativas e oportunidades a serem criadas. Diante de todas as possibilidades levantadas, solicitou-se que eles identificassem as ações que caberiam à Prefeitura, a fim de garantir a execução da proposta.

A única proposta efetiva desse Grupo de Debate foi a confecção de jornal para divulgação dos empreendimentos populares locais. O resultado do debate apontou para uma proposta na qual caberia aos empreendedores populares contribuir com a distribuição no próprio empreendimento e em área pré-definida; colocar os jornais no ponto final dos ônibus e contatar pessoa para fazer a distribuição dos jornais nas feiras. Para a realização dessa proposta, solicitam à Prefeitura que forneça suporte para colocar os jornais nos centros, pontos de ônibus, Pronto Socorro e Postos de Saúde e que autorize a distribuição em locais públicos.

Outras reivindicações foram feitas à Prefeitura entre elas, controlar e garantir que os feirantes que atuam em uma feira realizada à noite no bairro sejam moradores do Jardim Santo André; reduzir da taxa para comercializar em feiras; organizar de uma feira do Jardim Santo André com maior variedade de produtos; realizar cursos de capacitação com posterior acompanhamento dos participantes.

A discussão sobre a feira livre do Jardim Santo André foi longa e polarizada por uma empreendedora popular que se dizia autora do projeto da feira noturna. Muito do debate girou em torno da dificuldade em conseguir respostas e ações da Prefeitura, devido ao excesso de burocracia.

Dentre os comentários gerais, destacam-se, por exemplo, o fato de muitas pessoas acharem que a reunião estava relacionada com as eleições; a constatação por parte dos empreendedores de que há muito egoísmo e falta união entre eles; considerarem que a articulação pode ser viável para empreendimentos do mesmo segmento e que há falta de um comércio mais variado no bairro.

A maioria das falas refletiu uma grande dificuldade de pensar em ações coletivas, pois desejam ter seus problemas particulares resolvidos. Esperam que a Prefeitura resolva todos os problemas que enfrentam, mas não conseguem definir de que forma a Prefeitura poderia ajudá-los. Por outro lado, desconfiam da Prefeitura quando esta apresenta propostas – como no caso da pesquisa. Perguntam-se: *“O que a Prefeitura quer de mim?”*, *“Por que estaria preocupada com os pobres?”*.

É interessante destacar que a cada proposta apresentada os empreendedores presentes à reunião apontavam diversos problemas e empecilhos. Esse fato indica que se encontram resignados, descrentes, desconfiados, com medo de se arriscar, pois não conseguem pensar que o concorrente possa vir a ser parceiro. Por essa razão não querem se associar e rejeitam a proposta de articulação entre empreendedores populares.

A reunião durou cerca de duas horas. Apesar do curto espaço de tempo, as pessoas se mostravam impacientes, fato que pode ser justificado, pois durante o período em que os empreendedores participavam da reunião, seus empreendimentos estavam fechados, ou seja, não estavam vendendo.

Alguns dos participantes reclamaram que pouca gente havia comparecido e que isso demonstrava o desinteresse por parte dos outros empreendedores. Nesse sentido, a coordenadora da pesquisa enfatizou que era preciso valorizar os que estavam presentes e que, para uma primeira reunião, o resultado havia sido bastante satisfatório.

Ao final da reunião, quando os participantes já se sentiam mais à vontade, disseram que pensaram que esse encontro se tratava de “comício” por causa da eleição e que, por esse motivo, cogitaram em não participar. Informaram que muitos empreendedores populares não compareceram por esse mesmo motivo.

A análise a respeito do processo de mobilização e da realização da reunião do Grupo de Debate indicou a necessidade de revisar os procedimentos adotados até então. A primeira questão que se apresentou foi em relação à época eleitoral em que foram efetuadas as visitas aos empreendedores populares do Jardim Santo André e a reunião do Grupo de Debate. O fato dos participantes terem desconfiado de que o objetivo da reunião era propaganda eleitoral gerou algumas reflexões: a receptividade à proposta poderia ser diferente fora da época eleitoral? Poderia haver mais participantes se não houvesse esse tipo de desconfiança? Para tentar sanar essas dúvidas, deliberou-se por adiar as visitas que seriam realizadas na segunda área delimitada e a reunião do Grupo de Debate com os empreendedores populares residentes na região, evitando assim a sobreposição do trabalho de entrevistas com o período de propaganda eleitoral.

Uma segunda questão que surgiu ao longo da realização da reunião do Grupo de Debate e que precisou ser revista foi a utilização do mapa do geoprocessamento. Foi solicitando aos empreendedores populares presentes que acrescentassem outras informações às que estavam dispostas no mapa e que eram fruto do seu conhecimento da realidade local. Esse

trabalho visava verificar as potencialidades de articulação entre os empreendedores populares locais e possíveis ações para concretização de um processo associativo.

Porém, constatou-se que todas as informações disponíveis precisavam estar visualizadas de forma a facilitar o entendimento e identificação por parte do empreendedor popular da localização dos empreendimentos, bem como para que ele obtivesse dados que subsidiassem o debate e a elaboração de propostas de articulação entre eles. Assim, o mapa em geoprocessamento foi reelaborado e utilizado como material de apoio no Seminário Desenvolvimento da Economia Popular no Jardim Santo André – Santo André /SP.

Durante a apresentação dos slides com os resultados das pesquisas houve dispersão por parte dos empreendedores. Provavelmente encontraram dificuldades em manter a concentração, visto a falta de hábito em participar de reuniões, de se colocarem em público e exporem suas idéias. Avaliou-se a possibilidade de tornar mais dinâmico o encontro utilizando em próximas reuniões as tarjetas com as principais informações das pesquisas.

Alguns problemas foram enfrentados pela equipe de pesquisadores no momento de realizar as visitas na segunda área do Jardim Santo André. O seqüestro e cárcere privado de uma jovem moradora de um dos prédios do CDHU do Jardim Santo André e o destaque que o fato teve na mídia, fez com que a região ficasse tomada por policias e equipes de jornalismo durante uma semana. Essa situação gerou uma grande comoção entre os moradores e, mesmo após seu desfecho, a população ainda se manteve bastante atenta a qualquer movimentação no bairro. Nesse contexto, avaliou-se não ser prudente empreender nenhuma atividade naquele momento na região, o que tornou inviável o trabalho da equipe de pesquisadoras durante duas semanas.

Desta forma, os empreendedores populares residentes na segunda área a ser pesquisada do Jardim Santo André foram visitados na semana posterior ao segundo turno das eleições. Acreditava-se que, ao marcar a reunião para depois do segundo turno do processo eleitoral

os empreendedores deixariam as desconfianças em relação ao convite de lado e compareceriam ao encontro.

No entanto, outro fator, que não o processo eleitoral ou a situação de violência vivenciada no bairro, interferiu de forma decisiva na reunião do segundo de Grupo de Debates. De um total de quarenta e três empreendedores populares listados para serem entrevistados nessa área, apenas quatorze foram visitados, pois doze empreendimentos populares haviam encerrado suas atividades e oito não foram localizados. O restante dos empreendimentos não foi entrevistado por se encontrarem fechados ou por seu responsável não estar no estabelecimento no momento da visita.

O pequeno número de empreendimentos populares entrevistados nessa área levou a uma reflexão quanto à viabilidade da realização da reunião do Grupo de Debate. No primeiro trabalho de campo foram entrevistados e convidados a participar do Grupo de Debate cerca de sessenta empreendedores populares e onze compareceram. Utilizando a regra da proporcionalidade, dentre os quatorze entrevistados na segunda fase, estariam presentes duas ou três pessoas. Diante dessa constatação, avaliou-se que, com a possibilidade de haver um público tão reduzido, as discussões e o levantamento de propostas de articulação estariam comprometidos. Nesse sentido, optou-se por entrar em contato com os empreendedores entrevistados e convidados para a o Grupo de Debate, cancelar esta reunião e convidá-los a participar do Seminário Desenvolvimento da Economia Popular no Jardim Santo André – Santo André/SP. Destaca-se que também esta mudança ocorreu em comum acordo com o DGTR/PSA.

3. Oficina de Trabalho Dieese/DGTR

A Oficina de Trabalho realizada no dia 05 de setembro de 2008 teve por objetivo a divulgação, análise e debate dos resultados da *Pesquisa e estudo para a promoção do desenvolvimento local, empreendedorismo e economia solidária no Município de Santo André* e da primeira fase da pesquisa *Promoção do Desenvolvimento Econômico Local - Pesquisa socioeconômica e estímulo à organização comunitária no Jardim Santo André – São Paulo* (Ver Anexo - 13 - Programação da Oficina de Trabalho – Dieese/DGTR) e contou com a participação de técnicos do Departamento de Estatística e Estudos Socioeconômico - DIEESE e do Departamento de Geração de Trabalho e Renda - DGTR (Ver Anexo 14 - Participantes da Oficina de Trabalho - Dieese/DGTR)

Após a apresentação dos dados das duas pesquisas iniciaram-se os debates. Enfatizamos aqui os principais aspectos abordados.

A pesquisa constatou o pouco interesse, por parte dos empreendedores populares, na discussão e articulação de estratégias coletivas para a melhoria das condições de vida e de trabalho no local onde vivem, assim como o baixo interesse em participar de cursos de capacitação em gestão de negócios. Esses fatores foram apontados como sendo reflexos de uma realidade na qual os empreendedores vêm se distanciando de seus sonhos. Assim, o conceito de cidadania precisa ser resgatado, pois parece haver uma naturalização da pobreza que limita o horizonte das pessoas em relação à transformação. Nesse sentido, no Curso de Capacitação para além de serem abordados aspectos como crédito e plano de negócios, deveriam constar assuntos relacionados ao resgate e fortalecimento da cidadania.

No questionário aplicado na primeira fase da pesquisa no Jardim Santo André a questão que tratava do fornecedor partia do princípio de que existia uma relação estabelecida, formal e contínua entre esse e o empreendedor. No entanto, o resultado da atual pesquisa apontou em outra direção. De forma geral, o empreendedor popular faz suas compras no mercado varejista ou atacadista, sempre em busca do menor preço e de promoções e, muitas vezes, em supermercados localizados no próprio bairro. Desta forma, é necessária uma maior

investigação sobre este tema, buscando elementos que esclareçam o tipo de relação comercial que se estabelece entre empreendedores populares e fornecedores.

Os participantes da Oficina também apontaram a necessidade de aprofundar o debate sobre o papel que o Estado tem tido em relação a essa parcela da população. É preciso investigar se é uma relação de tutela, fiscalização ou negação. Qual o papel que o Estado, por meio de políticas públicas, deveria desempenhar para favorecer o desenvolvimento das pessoas das áreas de pobreza urbana?

Houve grande discussão a respeito do crédito, com destaque ao papel do Banco do Povo na região do Jardim Santo André. A pesquisa realizada pelo Dieese constatou que os empreendedores populares consideram o crédito muito importante, no entanto temem o endividamento e evitam o empréstimo. Foi enfatizada a necessidade de uma maior participação dos representantes do Banco do Povo nas próximas etapas do Projeto e em futuras atuações da Prefeitura na área, de forma a esclarecer os empreendedores populares em relação ao crédito.

Outro dado fornecido pela pesquisa refere-se à grande presença de mulheres como responsáveis pelos empreendimentos populares. Diante desse fato, foi indicada a necessidade de um maior aprofundamento dessa questão, visando à construção de propostas que permitam a implementação de uma política específica para a mulher empreendedora.

Foi constatada a necessidade de organização e articulação comunitária, pois apesar da existência de diversas associações de moradores no Jardim Santo André, a grau de mobilização dos moradores do bairro é insignificante.

A pesquisa de consumo procurou investigar junto aos moradores do Jardim Santo André se havia produtos ou serviços que inexistiam no bairro. Nada significativo foi apontado e, desta forma, não foi possível apresentar alternativas aos empreendedores (nem para mudar de atividade, nem abrir novos negócios). No entanto, a pesquisa apontou o que, onde e como

as pessoas consomem, porque compram e de quem compram. Essas informações são de fundamental importância, pois permitem pensar estratégias visando à melhoria e ampliação das ofertas de produtos comercializados, a manufatura de produtos ou de serviços oferecidos pelos empreendedores populares locais. Instigam à organização comunitária e associativa para superar as dificuldades de harmonizar e favorecer um circuito econômico local. Além disso, verificou-se que é necessário criar mecanismos e espaços para a divulgação no bairro dos produtos e serviços oferecidos pelos empreendedores populares, sensibilizando os moradores para o consumo local.

Alguns participantes da Oficina de Trabalho indagaram qual a experiência em relação à economia popular que poderia ser utilizada como parâmetro. Uma das possibilidades apresentadas foi o Banco Palmas, em Fortaleza. Este é um Banco Comunitário que estimula a incubação e constituição de empreendimentos, realiza o mapeamento de consumo, desperta o consumo das famílias localmente e promove o desenvolvimento local. Nesse caso, a iniciativa partiu da comunidade e apenas recentemente obteve apoio do Estado. Apesar de não terem superado a situação de pobreza e desemprego como um todo, a metodologia e a estratégia criadas devem ser conhecidas e observadas, pois apresentam muitas virtudes que num contexto/ambiência mais adequado podem apresentar resultados importantes.

Um dos participantes enfatizou que não é possível pensar apenas na questão local, pois as grandes mudanças econômicas e sociais é que permitem expandir o horizonte de sonhos. No entanto, foi observado que apesar da importância da abordagem macro, há necessidade de o poder público conhecer e compreender a realidade e enfoque sócio-cultural dos empreendedores populares e da população local. Em alguns momentos pensar pequeno significa pensar grande, porque essas intervenções podem atingir um número significativo de pessoas. O governo local também tem que ser responsável pelo desenvolvimento. Nesse sentido, há necessidade de apoio, por parte da Prefeitura, para que uma articulação entre os empreendedores populares possa ocorrer, se manter e se fortalecer.

Foi apontada a necessidade de pensar em um projeto que dê continuidade a este. Mas, independentemente da continuidade da proposta de trabalho desenvolvida no Jardim Santo André, é necessário pensar de forma mais ampla a concretização de políticas públicas a nível nacional e, nesse sentido, as questões apresentadas aqui servem para pensar o restante do país.

4. Curso de Capacitação

A nova entrevista realizada no Jardim Santo André explicitou uma situação já prevista, exatamente por ser uma das características dos empreendimentos populares, ou seja, 58% dos entrevistados não fazem nenhum controle financeiro do seu empreendimento. É possível apontar diferentes razões para isso, entre elas, desconhecimento do processo de controle contábil; em empreendimentos menores não há separação das despesas do empreendimento e despesas familiares; alguns empreendedores alegam que não vêem necessidade, outros que não têm tempo e há ainda os que não se preocupam com isso, pois não têm a quem prestar contas. Entre aqueles que dizem fazer controle financeiro, é perceptível a precariedade, visto que fazem anotações em pedaços de papel, o controle não é diário e não abrange todas as entradas e saídas. De todos os empreendedores populares entrevistados, apenas dois recorrem aos serviços de contadores e, nesses casos, tratam-se de empreendimentos formalizados.

É importante salientar que, mesmo antes da pesquisa coletar essas informações, o Curso de Capacitação já estava previsto no Plano de Trabalho. Sabia-se dessa realidade, mas não era conhecida sua dimensão. Mesmo assim, quando foi perguntado se tinham interesse em participar do curso, apenas 30% deles deram respostas afirmativas, isto é, vinte e cinco empreendedores populares.

O Curso de Capacitação estava planejado, inicialmente, para se realizar em três dias. Identificou-se, porém, que há muita dificuldade para que o empreendedor popular se ausente de seu empreendimento. Mesmo nos casos em que há o auxílio da família é

comum o empreendimento ficar fechado quando o responsável não está. Como, de forma geral, o faturamento é baixo, qualquer período sem funcionar afeta o orçamento. Observando essa realidade e tentando garantir a presença dos empreendedores populares interessados, optou-se por realizar o Curso de Capacitação em um único dia.

A precariedade da gestão dos empreendimentos reflete, em parte, a forma como o empreendedor popular vê o seu próprio negócio. 57% dos empreendimentos visitados existem há mais de cinco anos, mesmo assim, o empreendedor popular encara sua atividade como transitória, ocasional, “quebra galho”. Nesse contexto, o desafio que se coloca é sensibilizá-los para a necessidade de organização e gerenciamento de seu empreendimento.

As dificuldades enfrentadas pelo empreendedor popular para administrar seu negócio refletem também uma visão de isolamento quanto à realidade local, pois considera seu empreendimento apenas como a alternativa encontrada para garantir sua sobrevivência e sustento. Não identifica o papel que possui na economia e na comunidade do bairro, nem percebe que sua atividade contribui na circulação de mercadorias e de dinheiro, e que pode ter um papel ainda mais contundente se o empreendimento for bem gerido e melhorado.

Em atenção a essas questões, o Curso de Capacitação foi planejado com o objetivo de contribuir na ampliação da visão dos empreendedores em relação ao seu papel na economia local, criar um espaço para que trocassem experiências e tivessem acesso à conhecimentos que possibilitassem gerir seus empreendimentos, buscando alcançar melhorias para estes e para a comunidade como um todo.

Para o desenvolvimento do Curso de Capacitação optou-se por uma metodologia baseada no diálogo, que utilizasse como ponto de partida para o debate de novas informações o histórico e o conhecimento do empreendedor popular a respeito de sua realidade e da forma como gerencia seu empreendimento.

Nesse sentido, a programação do Curso de Capacitação foi assim estabelecida (Ver Anexo 15 – Programação do Curso de Capacitação):

- 1º Momento: Identificação - destinado ao entrosamento dos participantes e troca de informações sobre seus empreendimentos.
Perguntas norteadoras: Por que é empreendedor? Por que concordou em participar do Curso de Capacitação? O que espera desse curso? O que quer aprender e debater?
- 2º Momento: Reconhecimento - destinado para que o empreendedor se veja como empreendedor popular no contexto do debate.
Perguntas norteadoras: O que é ser empreendedor? O que é ser empreendedor popular? O que é ser empreendedor popular no Jardim Santo André – área urbana de pobreza? Qual o papel dos empreendedores populares na mobilização social e discussão do desenvolvimento local com toda comunidade?
- 3º Momento: Gestão do empreendimento popular - Levando em consideração os aspectos que os empreendedores apontaram no debate será introduzido o conteúdo especificamente técnico. Temas a serem abordados: planejamento, contabilidade, gestão de negócios, plano de negócios, microcrédito – Banco do Povo, tipos de crédito, taxas, formas de pagamento, apoio institucional, programas oferecidos pela Prefeitura Municipal de Santo André, como acessá-los e como podem ajudar os empreendimentos populares.
Perguntas norteadoras: O que significa para os empreendedores que o empreendimento está “dando certo”? O que é possível fazer para favorecer o desenvolvimento comunitário? Quais ações coletivas podem ser realizadas na comunidade visando seu desenvolvimento?

O conteúdo do Curso de Capacitação seria desenvolvido pela coordenadora e pela consultora, utilizando-se de técnicas que estimulassem o debate, o envolvimento e a participação de todos. Para discutir os temas pertinentes à gestão do empreendimento

definiu-se pela participação de representantes do Departamento de Geração de Trabalho, Emprego e Renda por terem experiência acumulada com a incubadora de empresas e para apresentarem os programas de fomento aos empreendimentos populares desenvolvidos pela Prefeitura Municipal de Santo André.

Inicialmente, o local escolhido para a realização do Curso de Capacitação havia sido o CESA – Centro Educacional Santo André do Jardim Santo André. Porém, constatou-se que ele não representa uma referência para os moradores locais e, embora esteja localizado no próprio bairro, o acesso é difícil para uma parcela significativa dos empreendedores populares da região. Assim, decidiu-se pela realização do Curso de Capacitação no Centro Público de Emprego, Trabalho e Renda que, por localizar-se no centro da cidade, é bem servido por transporte público. Além disso, os empreendedores populares teriam a oportunidade de conhecer o Centro Público e os programas de fomento à economia popular desenvolvidos pela Prefeitura Municipal de Santo André, visto que muitos deles desconhecem sua existência.

O convite aos vinte e cinco empreendedores populares que demonstraram interesse em participar do Curso de Capacitação foi efetuado por contato telefônico, por funcionários da IPEPS – Incubadora Pública de Economia Popular Solidária (Ver Anexo 16 – Empreendedores populares convidados para o Curso de Capacitação). Nesse contato muitos dos empreendedores populares informaram que não poderiam comparecer na data agendada e apenas nove confirmaram a presença.

O Curso de Capacitação foi marcado para o dia 07 de novembro e somente um empreendedor popular compareceu (o mesmo que participou de todas as atividades a que foi convidado - Oficina de Trabalho sobre Economia Popular e Desenvolvimento Local, reunião do Grupo de Debate e Seminário Desenvolvimento da Economia Popular no Jardim Santo André). Diante desse quadro, optou-se por apresentar a este empreendedor o Centro Público de Emprego, Trabalho e Renda e os programas de fomento ao empreendedorismo - IPEPS (Incubadora Pública de Economia Popular Solidária), CSA (Central de Serviços Autônomos), Portal da Economia Solidária, FOMTES (Fórum Municipal de Trabalho e

Economia Solidária), RAES (Rede Andreense de Economia Solidária) e Banco do Povo – Crédito Solidário.

A ausência de participantes no Curso de Capacitação demonstra que, mesmo para um evento em que cada empreendedor popular poderia se apropriar de informações que contribuíssem para seu negócio e para o qual muitos se disseram interessados, há dificuldade de mobilização.

É importante destacar que todas as atividades desenvolvidas nessa pesquisa, nas mais diferentes formas de contato, mostraram que o empreendedor popular não se faz presente. O medo e a desconfiança podem ser fortes motivos para isso. Mas, mais do que tudo, percebeu-se que há necessidade de manter um contato mais permanente, de forma a conquistar sua confiança e para sensibilizá-lo a respeito da importância de participar.

O fato é que, ao longo do desenvolvimento desse Plano de Trabalho, foi constatado que há certo constrangimento por parte dos empreendedores populares em dizer que não irão participar de eventos promovidos pela Prefeitura. Essa situação pode significar que eles ainda não se sentem confortáveis em sua relação com o poder público. Muitos acreditam que, por serem seus empreendimentos irregulares, a Prefeitura pretende multá-los, outros não acreditam que a Prefeitura possa estar realmente empenhada em realizar melhorias para a população mais carente e, menos ainda, atuar de forma a incentivar os empreendimentos populares e fomentar o desenvolvimento local.

Para que essas resistências e desconfianças sejam superadas é necessário que a Prefeitura esteja, de diferentes formas, presente na vida dessas pessoas, seja realizando pequenos eventos próximos aos empreendimentos, seja mantendo muitos e constantes contatos, seja levando os diferentes programas desenvolvidos pela Prefeitura até eles.

Ao término desse processo é possível afirmar que muito ainda há que se refletir, discutir e realizar para que atividades como essas possam se concretizar e contar com a participação da população, de forma a construir um plano de ação que seja implementado pela Prefeitura e que possa, efetivamente, contribuir com o desenvolvimento socioeconômico da região.

5. Seminário Desenvolvimento da Economia Popular no Jardim Santo André – Santo André - SP

O Seminário Desenvolvimento da Economia Popular no Jardim Santo André havia sido concebido, inicialmente, como o momento no qual seriam apresentadas as propostas levantadas nos Grupos de Debate e complementadas, caso necessário, pelos participantes com o objetivo de compor um Plano de Ação. Este Plano de Ação seria composto por propostas de ação a serem implementadas pela Prefeitura de Santo André visando o desenvolvimento socioeconômico do Jardim Santo André.

Contudo, com a decisão de realizar o Grupo de Debate somente na primeira área visitada (devido aos poucos empreendedores entrevistados na segunda) foi necessário repensar o objetivo e o conteúdo do Seminário Final, pois não seria possível estabelecer um Plano de Ação sem que todos os empreendedores populares houvessem analisado e debatido os aspectos levantados nas pesquisas e possibilidades de ação articulada entre eles. Além disso, era necessário garantir aos empreendedores populares da segunda área um espaço para a realização desse debate.

No primeiro Grupo de Debate realizado, a única proposta formalmente elaborada foi a da criação de um jornal com divulgação dos empreendimentos populares locais. Outras propostas surgiram, mas não houve continuidade, era preciso, portanto, resgatá-las e aprofundá-las. Nesse sentido, na busca de garantir o espaço de debate, a concepção do Seminário Desenvolvimento da Economia Popular no Jardim Santo André foi alterada e sua programação foi concebida tendo como objetivo apresentar o mapa da economia popular no Jardim Santo André e os resultados da pesquisa, e debater as oportunidades e os desafios para o desenvolvimento da economia popular naquele território (Ver Anexo 18 – Programação do Seminário Desenvolvimento da Economia Popular no Jardim Santo André).



O Seminário Desenvolvimento da Economia Popular no Jardim Santo André foi realizado no dia 03 de novembro, no Centro Educacional de Santo André – CESA do Jardim Santo André (Ver Anexo 17 – Convite para o Seminário Desenvolvimento da Economia Popular no Jardim Santo André). Estiveram presentes técnicos do Departamento de Geração de Trabalho e Renda - DGTR, da Incubadora Pública de Economia Popular e Solidária – IPEPS, da Central de Serviços Autônomos – CAS, do Fórum Municipal de Trabalho e Economia Solidária – FOMTES, lideranças locais (Ver Anexo 20 – Lideranças convidadas para o Seminário Desenvolvimento da Economia Popular no Jardim Santo André), empreendedores populares pesquisados, consumidores/moradores do Jardim Santo André, pesquisadores da UNICAMP e da Fundação Santo André, representantes da Prefeitura de Várzea Paulista e do Dieese. Ao total, vinte e oito pessoas estiveram presentes, sendo três empreendedores populares (Ver Anexo 21 – Participantes do Seminário Desenvolvimento da Economia Popular no Jardim Santo André).

A baixa presença de empreendedores populares (Ver Anexo 19 – Empreendedores Populares convidados para o Seminário Desenvolvimento da Economia Popular no Jardim Santo André) tem, certamente, relação com o fato destes não terem condições de fecharem seus empreendimentos para participarem de reuniões, pois no período em que não estão trabalhando o empreendimento fica fechado, tendo em vista que, de acordo com dados da pesquisa, grande parte deles trabalha sozinha. Como, de forma geral, o faturamento é baixo, qualquer período sem funcionar afeta o orçamento. Somam-se outros fatores que já foram destacados em outros momentos deste relatório como motivos de ausências ou baixa participação.

Além disso, constatou-se, durante a entrega dos convites para o Seminário, que o CESA é desconhecido por muitos moradores da região. Esse fato aponta a possibilidade de o CESA não ter se constituído como uma referência para a população do bairro e não ter sido apropriado enquanto um espaço de convivência. Além disso, está localizado em uma área do Jardim Santo André que reúne poucos empreendimentos pesquisados, o que justifica a baixa presença de empreendedores populares no Seminário, pois o deslocamento interno

no Jardim Santo André é deficiente e limita o acesso dos empreendedores populares a locais distantes de seu empreendimento.

Para participarem do Seminário também foram convidados representantes das Secretarias, Departamentos e Órgãos Municipais que atuam no Jardim Santo André e que acompanharam o processo de desenvolvimento das pesquisas desde o seu início. Entretanto, nenhum compareceu.

Para o Seminário foi elaborada uma apresentação em *power point* a partir da seleção das informações consideradas mais relevantes obtidas na nova visita realizada aos empreendedores populares do Jardim Santo André, bem como as produzidas durante o processo de desenvolvimento das pesquisas (Ver Anexo 22 – Apresentação dos resultados das pesquisas no Seminário Desenvolvimento da Economia Popular no Jardim Santo André). Estas foram dispostas em um mapa (através do geoprocessamento) para facilitar a visualização por parte dos empreendedores e moradores/consumidores envolvidos no debate sobre o bairro.

O primeiro mapa apresenta todos os empreendimentos populares pesquisados, e em atividade, distribuídos nos setores da economia. Desse foram gerados mais três mapas com a apresentação dos empreendimentos de cada setor. Um mapa com todos os empreendimentos divididos por tipos de negócios foi confeccionado e dele vários outros foram desmembrados para possibilitar a visualização de onde se encontram todos os empreendimentos que exercem a mesma atividade.

A apresentação dos *slides* suscitou algumas considerações por parte dos participantes, entre elas, *“Todos os feirantes que trabalham na feira local são da região, mas nem todos são do bairro”*; *“Não há nenhuma lotérica no bairro, a mais próxima fica no outro bairro. A ausência desse serviço se deve em parte pela falta de rede de internet e em parte pela falta de segurança. Uma das lotéricas existentes no bairro fechou devido aos assaltos”*; *“A ausência de máquina para cartão de crédito e de débito afasta os consumidores, que*

realizam suas compras no supermercado e não no pequeno empreendimento” (Ver Anexo 23 – Relato do Seminário Desenvolvimento da Economia Popular no Jardim Santo André)

Os empreendedores populares participantes no Seminário declararam ter interesse na realização de um curso de gerenciamento, a ser oferecido pela Prefeitura. No entanto, uma empreendedora informou que há algum tempo a Integra realizou um curso e que no início várias pessoas estavam interessadas. Mas, ao final de dois meses, apenas duas pessoas continuavam comparecendo. Nesse sentido, é interessante enfatizar que o presente Plano de Trabalho também previa a realização de um Curso de Capacitação para os empreendedores populares. Durante a realização das entrevistas cerca de vinte e cinco empreendedores se mostraram interessados em participar. O Curso foi organizado e divulgado, e tinha por objetivo possibilitar que os empreendedores se conhecessem, identificassem seu papel na economia local, trocassem experiências e debatessem formas de gerir seu empreendimento, buscando alcançar melhorias para si e para o bairro como um todo. No entanto, no dia marcado para o Curso de Capacitação, logo após a realização do Seminário, apenas um empreendedor popular compareceu.

No momento em que o Diretor do DGTR abordou os programas desenvolvidos pela Prefeitura de Santo André para atender ao empreendedor popular, constatou-se um grande desconhecimento destes por parte dos participantes do Seminário. Ficou evidente que há deficiência no processo de comunicação e de divulgação dessas ações. Assim, dedicou-se um tempo do Seminário para apresentar um pouco de cada programa, seus objetivos e as ações já desenvolvidas. Também foi divulgado o endereço, telefone e o nome das pessoas responsáveis pelos programas para que os empreendedores pudessem entrar em contato, caso desejassem mais informações.

Apesar de o resultado do Seminário não ter sido a elaboração formal de um Plano de Ação, procurou-se organizar o evento de forma a que os empreendedores populares presentes se apropriassem das informações obtidas durante todo o desenvolvimento do trabalho e que esse conhecimento possibilitasse sua mobilização no sentido de buscar a concretização das



propostas elaboradas (Ver Anexo 24 – Avaliação do Seminário Desenvolvimento da Economia Popular no Jardim Santo André).

Para favorecer essa mobilização buscou-se garantir que todos os empreendedores populares pesquisados tivessem acesso e pudessem divulgar o resultado do trabalho desenvolvido ao longo da execução deste Plano de Trabalho. Para tanto, foi elaborado e distribuído um documento no qual constavam as principais propostas debatidas – com descrição das atribuições da Prefeitura e dos empreendedores populares para sua execução - e os endereços e telefones de setores da Prefeitura que desenvolvem ações de fomento aos empreendimentos populares (Ver Anexo 25 – Material com síntese do trabalho realizado).

A conclusão a que chegaram os participantes do Seminário é que a articulação entre os empreendedores populares pode e deve e pode ser trabalhada, pois de acordo com os dados obtidos na pesquisa 58% dos empreendedores populares entrevistados acreditam nessa possibilidade. No entanto, foi enfatizado que esse movimento não depende apenas da Prefeitura, mas também, e principalmente, da organização e participação dos empreendedores populares e de toda a comunidade.

Nesse sentido, procurando dar continuidade ao processo desencadeado através da execução deste Plano de Trabalho, decidiu-se pela realização de um novo encontro entre os representantes da Prefeitura de Santo André e os empreendedores populares residente no Jardim Santo André para o aprofundamento dos debates iniciados e para esclarecê-los a respeito dos programas desenvolvidos pela Prefeitura de apoio aos empreendimentos populares (Ver Anexo 26 – Convite para a reunião com DGTR).

II PARTE

SISTEMATIZAÇÃO DA EXPERIÊNCIA REALIZADA NO JARDIM SANTO ANDRÉ

1. Pesquisa e estudo para promoção do desenvolvimento local, empreendedorismo e economia solidária no Município de Santo André

1.1. Definindo o trabalho

O projeto *Pesquisa e estudo para promoção do desenvolvimento local, empreendedorismo e economia solidária no Município de Santo André* foi realizado de dezembro de 2006 a abril de 2007 (objeto de contrato anterior) e teve como objetivos construir um diagnóstico focado na realidade local, identificando na comunidade, limites e oportunidades para a geração de trabalho e renda, de forma subsidiar a Secretaria de Desenvolvimento e Ação Regional e o Departamento de Geração de Trabalho e Renda – (DGTR) na realização de ações e diretrizes de políticas públicas participativas de fomento ao desenvolvimento local, empreendedorismo e economia popular e solidária.

A escolha do Jardim Santo André por parte do DGTR como território a ser pesquisado se deu em virtude das intervenções que a Prefeitura de Santo André pretendia desenvolver no bairro, de forma a promover o trabalho, o emprego e a geração de renda, reduzir as desigualdades econômicas e sociais, contribuindo na melhoria da qualidade de vida e estimulando a participação popular.

A região do Jardim Santo André concentra cerca de 59.000 habitantes (de acordo com estimativas da Secretaria de Inclusão Social), apresenta os piores indicadores sociais do município e tem uma quantidade significativa de famílias atendidas por programas de transferência de renda. Segundo a avaliação de técnicos da Prefeitura que atuam na área, a auto-estima da população do bairro é muito baixa e a comunidade local reivindica pouco. Muitos dos clientes do Banco do Povo residem no Jardim Santo André e nesse território foi inaugurada a primeira agência do Banco do Povo a operar o crédito solidário, uma

metodologia inovadora de concessão do microcrédito cuja principal vocação é tornar o crédito mais acessível e fomentar a solidariedade entre empreendedores.

Havia, portanto, necessidade de conhecer melhor essa realidade, identificando os empreendimentos populares que já existiam, as oportunidades econômicas da região e incentivando os moradores do bairro a participarem da construção de propostas que visassem o desenvolvimento socioeconômico do Jardim Santo André, bem como de seu entorno.

O processo de definição do instrumental de pesquisa a ser adotado – questionário – e sua elaboração considerou diversos fatores, entre eles, a delimitação da área a ser pesquisada e o tamanho da amostra a ser selecionada. Adotou-se como proposta metodológica pesquisar todos os beneficiários do Banco do Povo residentes no Jardim Santo André e utilizar seus endereços como ponto de referência para a complementação dos trezentos questionários, através da seleção de mais empreendimentos a serem pesquisados nos arredores. Foram definidos como critérios para a seleção dos entrevistados que não eram clientes do Banco do Povo: privilegiar empreendimentos não estruturados, ou seja, que estivessem localizados nos domicílios dos empreendedores, que apresentassem identificação exterior e que utilizassem apenas à mão de obra familiar ou, no máximo, contassem com dois ajudantes remunerados.

A delimitação de uma área para a realização da pesquisa se justificou pela necessidade de uma referência territorial. Desta forma, a Área 1 compreendeu um “quadrilátero” formado pelas vias Loreto, Salesiana, Toledana e Estrada do Pedroso e a Área 2 o quadrante para a região da Rua dos Dominicanos, abrangendo as ruas que circundam os prédios da CDHU e tendo como limite as ruas Lamartine, Minerva e a Estrada do Pedroso.

A riqueza deste processo resultou em uma proposta metodológica consistente, capaz de responder às expectativas apresentadas pelo DGTR no sentido de obter informações a respeito do funcionamento da economia local e sobre o espaço socioeconômico do Jardim Santo André.

1.2. O desenvolvimento do processo

Com o objetivo de apresentar a proposta de pesquisa a ser desenvolvida e conhecer o trabalho que realizado pela Prefeitura na área foi organizada uma Oficina que contou com a presença de representantes do Departamento de Geração de Trabalho e Renda e das Secretarias e Órgãos Municipais que atuam no Jardim Santo André. Esse encontro foi bastante importante, pois permitiu estabelecer um primeiro contato com os participantes e contar com seu apoio durante a execução do Plano de Trabalho.

A pesquisa de campo foi realizada entre fevereiro e março de 2007 e, após ter sido percorrida toda a área selecionada (representando 2/3 de todo o território do Jardim Santo André), chegou-se a um total de cento e cinquenta e dois questionários aplicados junto aos empreendedores locais, neste total incluídos trinta beneficiários do Banco do Povo. Apesar de ter sido constatada durante a realização da pesquisa a existência de grande quantidade e diversidade de empreendimentos populares no Jardim Santo André, muitos não se enquadravam nos critérios estabelecidos para a seleção daqueles que deveriam ser entrevistados e, sendo assim, não foram pesquisados.

Nas ruas principais, de maior movimento, existem empreendimentos de grande porte e bastante estruturados, com muitos funcionários. Mas, também existem empreendimentos de médio porte, muitas vezes localizados nos próprios domicílios dos empreendedores, que utilizam mão-de-obra do próprio dono do negócio, de familiares e/ou de poucas pessoas remuneradas. Além disso, é forte a presença de empreendimentos localizados nos domicílios sem nenhuma identificação externa, o que dificulta sua localização.

O território apresenta também uma grande diversificação em relação à ocupação urbana (considerando as condições das habitações e infra-estrutura existente) como, por exemplo, uma área bem estruturada e de ocupação consolidada; uma área intermediária, considerada carente, caracterizada por ocupação desordenada com a presença da maior parte dos empreendimentos populares pesquisados e, por fim, uma área identificada como precária, caracterizada pela presença de favela. Apesar da diversidade encontrada em relação à

ocupação urbana do Jardim Santo André é possível afirmar que a condição sócio econômica dessa população é bastante homogênea, ou seja, famílias de baixa renda.

1.3. A pesquisa

A realização da pesquisa de campo e a organização das informações coletadas geraram uma base de dados consistente. A análise das variáveis possibilitou a construção de um diagnóstico de fundamental importância a respeito da realidade dos empreendedores populares residentes no Jardim Santo André, assim como dos beneficiados por financiamentos do Banco do Povo, e teve como meta fornecer elementos que favorecessem o debate travado sobre os limites e as oportunidades de articulação de empreendimentos populares, apontando diretrizes de ação para o Departamento de Geração de Trabalho e Renda.

A análise dos dados da pesquisa forneceu importantes informações sobre: 1 - os moradores - identificação do perfil da população pesquisada (gênero, idade, situação ocupacional, fonte de rendimentos, rendimento médio, tamanho médio das famílias e escolaridade); 2 – o perfil dos empreendedores populares residentes no bairro (gênero, idade, situação ocupacional, fonte de rendimentos, rendimento médio, tamanho da família, escolaridade, dias e horas trabalhadas por semana, tempo na atividade, oportunidades de poupança ou reaplicação, colaboração de contador, participação em associação e conhecimento e/ou participação em alguma articulação de empreendedores no bairro); 3 - os empreendimentos (número de funcionários, tipo de negócio, local onde exerce o negócio, se há concorrência, principais dificuldades e o que considera fundamental para melhorar o empreendimento); 4 - os clientes do Banco do Povo (como souberam do Banco do Povo, o que acharam do empréstimo e do tratamento recebido, dos juros cobrados e da forma de pagamento e se já pagaram o empréstimo); 5 - os fornecedores e 6 - os clientes (pessoa física ou jurídica, local de compra, meio de transporte utilizado e formas de recebimento).

A realização da pesquisa expôs a desatualização do cadastro dos clientes do Banco do Povo e este fato limitou a obtenção de dados a respeito desses empreendedores, pois apenas trinta dos noventa e dois cadastrados foram localizados e entrevistados.

1.4. Oficina de Trabalho

Como forma de desencadear o debate interno à Prefeitura de Santo André a respeito dos resultados obtidos com a pesquisa e de possíveis diretrizes de ação que norteassem o trabalho do Departamento de Geração de Trabalho e Renda foi realizada uma Oficina de Trabalho que, além de técnicos e dirigentes deste Departamento, contou com a presença de representantes da Secretaria da Saúde, Secretaria da Educação, Secretaria de Orçamento e Planejamento Participativo, Secretaria de Inclusão Social e Banco do Povo que atuam na região do Jardim Santo André e com a participação do Diretor Técnico do Departamento Intersindical de Estatística e Estudos Socioeconômicos – Dieese e de pesquisadores do Instituto Via Pública.

Na ocasião foram apresentados os dados obtidos com a pesquisa e destacados os mais significativos, tais como, a forte presença de mulheres empreendedoras; o rendimento médio dos empreendedores populares e a média de sua renda familiar; a mão de obra utilizada no empreendimento; a jornada de trabalho; o setor da economia em que se concentram os empreendimentos populares; o acesso e uso de crédito.

Dentre as sugestões apresentadas pelos participantes destacam-se a necessidade de realizar uma pesquisa sobre o perfil de consumo dos moradores do Jardim Santo André, como forma de compreender de maneira mais aprofundada a relação entre oferta e demanda, bem como de estimular a criação de novos empreendimentos a partir do potencial/gastos e oportunidades locais e entorno; e a apresentação os resultados da pesquisa realizada no bairro para os empreendedores e para a comunidade, socializando o conhecimento produzido e subsidiando o debate a respeito do desenvolvimento socioeconômico da região.

A fim de desencadear um processo participativo de debates sobre a questão do fomento da economia local no Jardim Santo André envolvendo os empreendedores populares foram destacadas algumas ações como, por exemplo, estabelecer contato com líderes comunitários locais, entrar em contato com as pessoas indicadas e mapear os empreendimentos existentes nas áreas pesquisadas.

Os participantes da Oficina de Trabalho também indicaram alguns elementos que deveriam ser aprofundados ou inseridos em uma futura pesquisa. Apontaram, ainda, para a necessidade de articulação entre as políticas públicas municipais existentes e a importância de desenvolver o trabalho de forma articulada com as Secretarias Municipais que atuam no Jardim Santo André.

Desde o início do processo de pesquisa foi valorizada e incentivada a participação de gestores públicos, visto a importância de atuar de forma conjunta e tornar mais eficaz e abrangente a implementação das políticas públicas municipais existentes e que podem ser articuladas em benefício do desenvolvimento local. Nesse sentido, os gestores públicos contribuíram com informações de fundamental importância para a compreensão de aspectos sociais, políticos e econômicos do território e, baseados em sua experiência e conhecimento da região do Jardim Santo André, participaram ativamente do debate apontando sugestões de diretrizes de ação.

A Oficina de Trabalho desempenhou o papel importante de divulgar e debater com os gestores municipais que atuam no Jardim Santo André o resultado e a análise da pesquisa realizada na região. O resultado desse debate apontou questões que ainda precisariam ser aprofundadas e subsidiou a elaboração do projeto *Promoção do Desenvolvimento Econômico Local - Pesquisa socioeconômica e estímulo à organização comunitária no Jardim Santo André – São Paulo*.

2. Promoção do Desenvolvimento Econômico Local - Pesquisa socioeconômica e estímulo à organização comunitária no Jardim Santo André – São Paulo

2.1. Objetivos

O resultado obtido com a *Pesquisa e estudo para promoção do desenvolvimento local, empreendedorismo e economia solidária no Município de Santo André*, apontou a necessidade de realizar novas investigações, coletando informações específicas sobre os hábitos de consumo da população residente no Jardim Santo André, elaborando seu perfil socioeconômico e articulando esses dados com aqueles já obtidos, com o objetivo de identificar as oportunidades locais e avaliar a potencialidade dos empreendimentos populares.

Sendo assim, a presente pesquisa, *Promoção do Desenvolvimento Econômico Local - Pesquisa socioeconômica e estímulo à organização comunitária no Jardim Santo André – São Paulo (contrato atual)*, teve por objetivos desenvolver pesquisa socioeconômica, com a elaboração do perfil de consumo (hábitos e demandas) da população local, mapear os empreendimentos populares que haviam sido pesquisados por ocasião da realização da pesquisa anterior, e identificar potencialidades existentes no Jardim Santo André para o fomento do desenvolvimento socioeconômico local.

Além disso, a pesquisa promoveu atividades que buscaram facilitar o acesso à informação, a criação de espaços para troca de experiências entre os empreendedores populares, favorecendo o debate, a constituição, organização, articulação e capacitação destes, de forma a incentivá-los a participar do processo de construção de uma proposta de desenvolvimento local.

2.2. Oficina de Trabalho

A Oficina de Trabalho foi realizada com o objetivo de rearticular a participação dos representantes de Secretaria e órgãos da Prefeitura de Santo André que haviam acompanhado o processo da *Pesquisa e estudo para promoção do desenvolvimento local, empreendedorismo e economia solidária no Município de Santo André*, apresentar e debater a proposta de trabalho da presente pesquisa.

Como forma de responder à demanda por capacitação e envolvimento de pessoas da comunidade no processo de pesquisa foi solicitado, por ocasião da Oficina, que os agentes públicos presentes indicassem possíveis candidatos a atuar como entrevistadores, atendendo aos seguintes critérios: ser maior de 25 anos, ter ensino médio completo, disponibilidade em trabalhar durante o dia (manhã e tarde), ser da região e ter alguma inserção junto à comunidade local. As pessoas selecionadas foram capacitadas para a aplicação dos questionários e acompanhadas por pesquisadores mais experientes e pelos supervisores de campo durante toda a realização do trabalho.

No entanto, dois pesquisadores não eram moradores do Jardim Santo André e, portanto, não conheciam a região e a comunidade, não se envolveram efetivamente com a proposta do trabalho e mantiveram uma postura distante da população. O fato de não terem estabelecido de uma relação de empatia e de confiança com os entrevistados não comprometeu a realização da pesquisa, mas, por outro lado, não favoreceu o desenvolvimento da proposta metodológica definida no Plano de Trabalho. Por sua vez, a pesquisadora que era moradora do bairro desenvolveu uma relação satisfatória com a população e foi convidada a continuar desenvolvendo atividades relativas à mobilização e articulação dos empreendedores populares e dos moradores da região.

Desta forma, constatou-se que o contato realizado por pessoas da própria região, conhecidas pela comunidade, facilita a comunicação e, certamente, a mobilização e a organização da população e, portanto, deve ser estimulado.

2.3. A pesquisa

A primeira atividade desenvolvida nesse Plano de Trabalho foi a definição da metodologia a ser adotada e a construção dos instrumentos de pesquisa (mapeamento dos empreendimentos populares já pesquisados e diagnóstico do consumo da comunidade residente no Jardim Santo André, bem como das oportunidades de negócios na região).

Algumas questões permearam toda a investigação e, entre elas, pode-se destacar: Como desenvolver economicamente áreas de pobreza urbana? Quais oportunidades de negócios poderiam ser estimuladas de forma a atender a demanda local? O que poderia ser produzido e ofertado na região para atender à demanda existente?

Foram construídas seis versões do questionário. Duas delas foram pré-testadas e uma foi selecionada, pois foi verificada sua pertinência em relação aos objetivos da pesquisa. Foram aplicados 503 questionários na mesma área pesquisada anteriormente, por ocasião da realização da *Pesquisa e Estudo para a Promoção do Desenvolvimento Local, Empreendedorismo e Economia Solidária no Município de Santo André*.

A pesquisa foi desenvolvida de forma satisfatória e sem enfrentar problemas. Coletou dados que possibilitaram a construção do perfil socioeconômico da população (sexo, faixa etária, escolaridade, situação ocupacional, rendimento médio dos ocupados, familiar, per capita e de pessoas com outras fontes de rendimento); investigou os principais produtos consumidos, o local onde são comprados (Jardim Santo André, município de Santo André ou outro município), o estabelecimento onde a compra é realizada (supermercado, mercado, feira, etc.) e o porquê da escolha deste estabelecimento (preço, qualidade, distância, etc.). Abordou também aspectos relacionados à utilização de serviços (qualidade, opções de pagamento, utilização de mão de obra familiar, de conhecidos ou de pessoas indicadas, etc.) e à satisfação dos moradores com a oferta de produtos e serviços existentes no bairro.

2.4. Seminário sobre Economia Popular e Desenvolvimento Local

O Plano de Trabalho indica a realização de uma Oficina para a apresentação e debate dos resultados obtidos nas duas fases da pesquisa com técnicos do DGTR e demais Secretarias e Órgãos Municipais interessados, empreendedores populares e moradores/consumidores entrevistados.

Optou-se, entretanto, por realizar dois eventos, criando espaços diferenciados que propiciassem a reflexão e o debate de forma mais aprofundada por parte dos agentes públicos e dos empreendedores/consumidores, respeitando suas especificidades, seus interesses e envolvimento com o tema. Assim, em abril de 2008, foi realizado o Seminário sobre Economia Popular e Desenvolvimento Local, contando com a participação de técnicos da Prefeitura de Santo André e, em maio do mesmo ano, realizou-se a Oficina de Trabalho sobre Economia Popular e Desenvolvimento Local, para a qual foram convidados os empreendedores populares e os moradores pesquisados.

O Seminário contou com a participação de cerca de quarenta pessoas, representantes da Secretaria de Inclusão Social, Secretaria de Saúde, Secretaria de Educação, Secretaria de Orçamento e Planejamento Participativo, Incubadora Pública de Economia Popular e Solidária - IPEPS, Departamento de Geração de Trabalho e Renda - DGTR, Secretaria de Desenvolvimento e Ação Regional - SDAR, Departamento de Educação Infantil e Fundamental – DEIF, Subprefeitura de Pananapiacaba e Parque Andreense, Departamento de Assistência Social/Centro de Referência de Assistência Social – CRAS, Banco do Povo, Incubadora Tecnológica de Cooperativas Populares - ITCP da Universidade de São Paulo, Observatório do Trabalho do Dieese (São Paulo, Diadema e Osasco), Universidade São Francisco, Central de Autônomos, Associação Educacional Beneficente e Centro Scalabriniano de Promoção do Migrante – CESPROM e do Coordenador de Pesquisa do Dieese.

O Seminário foi de fundamental importância, pois a abordagem metodológica adotada na elaboração do material de apoio e na organização do evento favoreceu o acesso às

informações relativas às pesquisas de forma mais detalhada e resultou em um debate mais aprofundado, que foi favorecido pela presença e observações do Professor Gabriel Kraychete Sobrinho, convidado especialmente para o evento.

2.5. Oficina de Trabalho sobre Economia Popular e Desenvolvimento Local

A Oficina de Trabalho sobre Economia Popular e Desenvolvimento Local teve como principal objetivo propiciar um espaço no qual os empreendedores populares entrevistados na *Pesquisa e Estudo para a Promoção do Desenvolvimento Local, Empreendedorismo e Economia Solidária no Município de Sato André* e os consumidores pesquisados na pesquisa *Promoção do Desenvolvimento Econômico Local - Pesquisa socioeconômica e estímulo à organização comunitária no Jardim Santo André – São Paulo*, pudessem se conhecerem, debater os resultados das pesquisas e propor alternativas para o desenvolvimento socioeconômico do bairro.

Apesar de ter sido desencadeado um amplo processo de visitas aos empreendedores populares e aos consumidores, convidando-os para participar do evento, somente três empreendedores populares estiveram presentes. Alguns aspectos podem ter sido responsáveis por essa situação como, por exemplo, o fato de a região do Jardim Santo André ser muito grande e a Oficina ter sido realizada no CESA, local ao qual nem todos os moradores do bairro têm fácil acesso. Além disso, constatou-se, ao longo do desenvolvimento da pesquisa, que o grau de mobilização, articulação, organização e participação da população residente no Jardim Santo André é muito baixo. Deve-se considerar também que o fato de a Oficina de Trabalho ter sido identificada como um evento ligado à Prefeitura de Santo André pode ter gerado algum tipo de desconfiança por parte dos empreendedores populares que podem ter interpretado o convite como alguma forma de cobrança ou fiscalização.

A metodologia adotada no desenvolvimento do trabalho realizado na Oficina procurou criar um ambiente propício à participação e, nesse sentido, foi produzido um material de apoio

considerando a dificuldade que grande parte das pessoas das classes populares enfrenta ao lidar com tabelas e gráfico e buscando estimular o debate.

É importante enfatizar que os empreendedores populares participantes da Oficina de Trabalho confirmaram a veracidade dos dados apresentados e complementaram aqueles que não haviam sido observados no processo de pesquisa, pois fazem parte de um cotidiano impossível de ser abordado através da aplicação de questionários.

A pergunta “Para que o Jardim Santo André seja realmente uma comunidade, o que você acha que falta ou que precisa ser feito?” suscitou um debate muito interessante entre os participantes da Oficina. Estes concluíram que, por ser o Jardim Santo André uma região muito grande, não é possível falar em comunidade e sim considerar a existência de pequenos grupos que se articulam ao redor do local de moradia; que há necessidade de entrar e contato com lideranças locais buscando contar com seu apoio na realização das atividades a serem realizada junto aos moradores e que não há mobilização da população em relação à conquista de seus direitos.

A participação de agentes municipais (Departamento de Geração de Trabalho e Renda - DGTR, Incubadora Pública de Economia Popular e Solidária – IPEPS, Secretaria de Inclusão Social/Coordenadoria de Inclusão Social, CESA Jardim Santo André) na Oficina de Trabalho possibilitou uma importante troca de experiências entre esses e os empreendedores populares presentes ao evento.

Apesar da baixa presença de empreendedores populares na Oficina, é possível considerar que os objetivos foram atingidos, pois os participantes contribuíram com depoimentos valiosos que permitiram compreender um pouco mais e melhor a realidade dos moradores do Jardim Santo André. Além disso, comprovou-se a necessidade de investir na constituição de atores sociais locais, criando espaços que permitam a troca de experiências entre eles, produzindo e socializando informações que favoreçam seu envolvimento com o debate acerca potencialidades existentes no Jardim Santo André.

2.6. Novo contato com os empreendedores populares

A coordenação da pesquisa realizou avaliações periódicas, juntamente com o DGTR, com o objetivo de verificar se a metodologia adotada estava coerente com os objetivos propostos, se as atividades desenvolvidas estavam obtendo os resultados esperados, enfim, se os encaminhamentos dados estavam corretos ou se precisam ser revistos e modificados.

Foi exatamente a análise do processo desenvolvido para a organização dos eventos citados acima que apontaram a dificuldade de articular empreendedores populares residentes no Jardim Santo André para comporem os Grupos de Debate propostos no Plano de Trabalho. Além disso, constatou-se a necessidade de investigar mais profundamente algumas questões abordadas na pesquisa quantitativa, conhecendo aspectos da história de vida dos empreendedores populares e de sua dinâmica de sobrevivência.

A opção por promover um aprofundamento das questões abordadas na pesquisa realizada em 2006-2007 gerou a necessidade de estabelecer um novo contato com os empreendedores populares com o objetivo de efetuar o resgate e o fortalecimento do processo de trabalho desenvolvido até aquele momento, divulgar os dados mais relevantes obtidos nas pesquisas, atualizar e complementar informações obtidas na primeira entrevista e levantar novos elementos que elucidassem o funcionamento dos empreendimentos populares. Além disso, pretendia-se estimulá-los a participar da reunião do Grupo de Debate e a refletir sobre as possibilidades de articulação entre os empreendedores populares.

Assim, foi elaborado um novo questionário no qual as questões foram encadeadas de forma a facilitar o diálogo e a abordagem das principais reflexões desejadas, servindo como guia para a conversa, mas sem constituir em um novo banco de dados. Os conteúdos destas conversas foram sistematizados e orientaram as demais ações desenvolvidas.

Algumas medidas foram tomadas para o desenvolvimento das novas visitas como, por exemplo, efetuar uma nova divisão do Jardim Santo André, respeitando a proximidade

geográfica dos empreendimentos populares e a ausência de obstáculos topográficos, com o intuito de facilitar o acesso à área e orientar a realização do trabalho de campo; e a realização de uma reunião com as lideranças comunitárias do Jardim Santo André para apresentar e debater os resultados das pesquisas, e explanar sobre o trabalho de campo a ser realizado. Essa medida foi adotada, inicialmente, como forma de respeito ao trabalho comunitário que pudesse haver na área, mas também para solicitar o apoio dessas lideranças e evitar qualquer espécie de resistência e de empecilhos na execução do trabalho de campo, especialmente por tratar-se de época eleitoral.

Foi elaborado um material de apoio para que o empreendedor popular tivesse acesso e se apropriasse das informações coletadas nas pesquisas. Para tanto, recorreu-se à utilização de uma linguagem mais informal, foram destacadas informações impactantes e perguntas norteadoras que instigassem a reflexão. Pretendia-se, desta forma, sensibilizar o empreendedor popular à participação no processo de debates sobre o desenvolvimento socioeconômico local e que o material fosse repassado a outros empreendedores locais, ampliando a divulgação da discussão e buscando uma maior mobilização.

Para verificar se a metodologia escolhida e os instrumentos elaborados (questionário complementar e material de apoio) atendiam aos objetivos propostos foi realizado um pré-teste por meio de entrevista a alguns empreendedores populares. A análise concentrou-se em três aspectos principais: receptividade, adequação dos instrumentos e entendimento da proposta.

Após o pré-teste, foram realizadas as adequações necessárias e iniciadas as visitas aos empreendedores populares entrevistados na *Pesquisa e Estudo para a Promoção do Desenvolvimento Local, Empreendedorismo e Economia Solidária no Município de Santo André*. As visitas efetuadas pela coordenadora do projeto e por uma consultora, ambas com experiência em educação popular, deram dar maior qualidade às visitas e às informações obtidas. Esse novo contato permitiu a ampliação do diálogo, a quebra de resistências e uma maior inserção junto ao empreendedor popular. A sistematização das novas informações

possibilitou a aquisição de dados complementares e um maior entendimento da dinâmica da economia local.

De forma geral, a receptividade foi boa. No entanto, é importante enfatizar que houve dificuldade por parte dos empreendedores populares em compreender as possibilidades e potencialidades de uma articulação entre eles. Na tentativa de enfrentar essa situação foi exemplificado como poderia ser essa articulação, considerando o tipo de negócio e as possíveis “vantagens” para o empreendedor e para a comunidade.

Foram realizadas visitas à área para verificar quais empreendimentos ainda existiam, se o tipo de negócio era o mesmo em relação à primeira pesquisa e definir a localização exata de cada empreendimento popular no mapa da região. Essas informações foram organizadas e classificadas. Posteriormente foi feito o processamento informatizado dos dados georreferenciados, o que possibilitou sua visualização, ou seja, obteve-se a representação cartográfica dos empreendimentos populares do Jardim Santo André.

O uso desse tipo de mapeamento (localização atualizada dos empreendimentos, classificação e categorização dos tipos de negócios) serviu para apresentar aos empreendedores populares a distribuição geográfica dos empreendimentos da região, mostrando onde cada um se localiza e quais empreendimentos encontram-se no seu entorno. Foi possível, ainda, conhecer quais tipos negócios são mais freqüentes ou mais ausentes em determinada área, levando a uma reflexão sobre a concorrência e a capacidade de atendimento às demandas de consumo da população.

2.7. Oficina de Trabalho

A Oficina de Trabalho foi planejada com o objetivo de avaliar o processo de trabalho desenvolvido até aquele momento, analisar e debater os resultados das pesquisas. Para garantir a concretização dos objetivos e a riqueza do debate, foram convidados técnicos do Departamento de Estatística e Estudos Socioeconômico - Dieese e do Departamento de

Geração de Trabalho e Renda – DGTR. A apresentação dos resultados da pesquisa contribuíram para que todos constatassem os dados referentes aos empreendedores populares do Jardim Santo André e a dinâmica do consumo no bairro. A partir das informações, várias perguntas foram feitas, suscitando um grande debate.

Dessa maneira, a Oficina de Trabalho possibilitou uma análise coletiva bastante rica e permitiu uma leitura da realidade trabalhada bastante aprofundada e diversificada. Muito importante também foi a contextualização da situação da área pesquisada, relacionando-a com a realidade nacional e reavaliando o papel do Estado nas regiões de pobreza.

Na ocasião foi apontada a necessidade de refletir de forma mais ampla a proposição e concretização de políticas públicas de fomento à economia popular a nível nacional e, nesse sentido, a análise do processo desenvolvido no Jardim Santo André apresenta elementos fundamentais que subsidiam esse debate.

2.8. Grupo de Debate

Os Grupos de Debate foram concebidos para reunir os empreendedores populares do Jardim Santo André, criando um espaço de diálogo e de elaboração de propostas de articulação entre eles, a fim de gerar melhorias em cada empreendimento e na comunidade como um todo. Inicialmente, deveria haver dois Grupos de Debate com duas reuniões mensais num período de quatro meses. Porém, ao ser constatada a dificuldade de mobilização dos empreendedores, optou-se pela realização de um trabalho mais individualizado a partir de novas visitas para, então, mobilizá-los para pelo menos uma reunião dos Grupos de Debate.

Para articular as reuniões dos Grupos de Debate, o Jardim Santo André foi dividido em pequenas regiões com o objetivo de organizar as visitas aos empreendedores residentes em cada uma delas. Os empreendedores populares entrevistados nessas pequenas regiões comporiam dois Grupos de Debate e as reuniões deveriam ser realizadas em locais de fácil



acesso e propiciar o debate de forma a respeitar a heterogeneidade e a especificidade de cada uma dessas áreas. Porém, devido à dispersão dos empreendedores populares só foi possível realizar uma das reuniões do Grupo de Debates.

A fim de evitar grande intervalo de tempo entre a realização das entrevistas e do Grupo de Debate, este foi organizado concomitantemente. Durante as visitas, buscou-se identificar o melhor dia da semana e horário para as reuniões, de forma a garantir a presença do maior número de empreendedores populares. Também foi realizado um levantamento buscando identificar locais onde as reuniões dos Grupos de Debate poderiam ocorrer. Diante da inexistência de locais apropriados, recorreu-se ao aluguel de um salão de propriedade de um empreendedor popular, de forma a garantir que a reunião ocorresse na região, em local de fácil acesso para todos os convidados. Na seqüência foram confeccionados e entregues os convites a todos os empreendedores populares entrevistados e residentes da primeira área visitada.

Visando atender aos objetivos propostos para o Grupo de Debate, foi adotada uma metodologia de trabalho que incentivasse a participação e o envolvimento do empreendedor popular nas discussões, bem como, que contribuísse na identificação de seu lugar na comunidade e na economia local.

Para contribuir e incentivar o debate foi solicitado que os participantes do Grupo de Debate observassem no mapa a distribuição dos empreendimentos no bairro e pensassem possibilidades de articulação entre eles, sob diferentes aspectos: mesma atividade, atividades complementares, novas atividades, identificação de outras alternativas e oportunidades a serem criadas. Solicitou-se também que eles identificassem as ações que caberiam à Prefeitura, a fim de garantir a execução da proposta.

O resultado do trabalho realizado no Grupo de Debate foi sistematizado e, posteriormente, apresentado no Seminário Desenvolvimento da Economia Popular no Jardim Santo André, evento que encerrou as atividades do presente Plano de Trabalho, e ficou registrado em um

material entregue a todos os empreendedores populares entrevistados durante a pesquisa como forma de divulgar as propostas.

2.9. Curso de Capacitação

O Curso de Capacitação foi planejado para reduzir a precariedade da gestão dos empreendimentos populares, uma realidade na economia popular, buscando sensibilizar o empreendedor para a necessidade de organização de seu negócio. Para isso, objetivava a ampliação da visão dos empreendedores, criando um espaço em que pudessem identificar seu papel na economia local, conhecer e debater formas de gerir seu empreendimento.

Optou-se em realizar o Curso em apenas um dia visando atenuar as dificuldades dos empreendedores populares em se ausentar do empreendimento por vários períodos. A escolha da metodologia baseou-se no incentivo ao diálogo e na utilização do histórico e o conhecimento do empreendedor a respeito de sua realidade como ponto de partida para a apresentação de novas informações.

O conteúdo da Oficina de Capacitação deveria se desenvolvido pela coordenadora e pela consultora e representantes do Departamento de Geração de Trabalho, Emprego e Renda deveriam abordar os temas pertinentes à gestão do empreendimento e para apresentarem os programas de fomento ao empreendedor popular desenvolvidos pela Prefeitura Municipal de Santo André.

No entanto, apesar de a organização de um curso que abordasse a gestão dos empreendimentos populares ter sido reivindicada durante as entrevistas, bem como na ocasião da realização do Seminário Desenvolvimento da Economia Popular no Jardim Santo André, apenas um empreendedor popular compareceu.

2.10. Seminário Desenvolvimento da Economia Popular no Jardim Santo André

O Seminário Desenvolvimento da Economia Popular no Jardim Santo André, inicialmente, teria como principal objetivo a elaboração de um Plano de Ação dos empreendedores populares, porém como não ocorreu uma das reuniões do Grupo de Debate, procurou-se organizar o evento de forma que os empreendedores populares presentes se apropriassem das informações obtidas durante todo o desenvolvimento do trabalho e que esse conhecimento possibilitasse sua mobilização no sentido de buscar a concretização das propostas elaboradas durante o Grupo de Debate, bem como as que surgiram e foram debatidas durante o próprio Seminário.

Para participar do evento foram convidados todos os empreendedores populares entrevistados e representantes das Secretarias, Departamentos e Órgãos Municipais que atuam no Jardim Santo André e que acompanharam o processo de desenvolvimento das pesquisas desde o seu início.

Para o Seminário foi elaborada a apresentação das informações consideradas mais relevantes obtidas durante o processo de desenvolvimento das pesquisas, bem como as coletadas na nova visita realizada aos empreendedores populares do Jardim Santo André. Algumas delas foram dispostas em um mapa (através do geoprocessamento) para facilitar a visualização por parte dos empreendedores e moradores/consumidores envolvidos no debate (todos os empreendimentos populares pesquisados e em atividade distribuídos nos setores da economia, empreendimentos de cada setor, divididos por tipos de negócios).

Foi elaborado um documento no qual constavam as principais propostas debatidas e a descrição das atribuições da Prefeitura e dos empreendedores populares para a execução de cada uma delas. Além disso, foram listados os endereços e telefones de setores da Prefeitura que desenvolvem ações de fomento aos empreendimentos populares, para conhecimento destes.



A confecção e distribuição desse documento visavam que todos os empreendedores populares pesquisados tivessem acesso e pudessem divulgar o resultado do trabalho desenvolvido ao longo da execução deste Plano de Trabalho, favorecendo assim sua mobilização e organização.

No Seminário ainda foi agendado um novo encontro, entre os representantes da Prefeitura de Santo André e os empreendedores populares residentes no Jardim Santo André, para dar continuidade e aprofundar os debates iniciados ao longo dos dois anos em que o trabalho foi realizado pelo Dieese na região do Jardim Santo André e para esclarecê-los a respeito dos programas desenvolvidos pela Prefeitura de apoio aos empreendimentos populares.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao atender a demanda apresentada pela Secretaria de Desenvolvimento e Ação Regional / Departamento de Geração de Trabalho e Renda para a realização da *Pesquisa e estudo para promoção do desenvolvimento local, empreendedorismo e economia solidária no Município de Santo André* e da pesquisa *Promoção do Desenvolvimento Econômico Local – Pesquisa socioeconômica e estímulo à organização comunitária no Jardim Santo André – Santo André/SP*, o Dieese construiu instrumentos de pesquisa que permitiram a coleta de informações acerca da dinâmica da economia popular no território pesquisado.

A sistematização e análise dessas informações permitiram a elaboração de um diagnóstico sobre a realidade dos empreendimentos populares – individuais ou familiares - existentes Jardim Santo André, bem como do mapeamento espacial destes, e dos hábitos de consumo dos moradores da região. O objetivo desse trabalho foi fornecer subsídios para a Prefeitura de Santo André implementar políticas públicas de fomento do empreendedorismo e economia solidária e estruturar ações participativas.

Essa investigação buscou identificar possíveis oportunidades de ações de fomento ao desenvolvimento socioeconômico em uma região marcada pela pobreza urbana e realizou atividades visando a construção de espaços democráticos e participativos, bem como a constituição de atores sociais.

O desenvolvimento de um processo de pesquisa sempre acarreta alterações em relação ao projeto inicial. Essas adaptações são fundamentais, pois significam que as informações a que se tem acesso durante a pesquisa aguçam nosso olhar sobre a realidade e nos colocam a par de situações desconhecidas às quais precisamos nos adaptar. Nesse sentido, foram realizadas diversas reuniões entre a coordenação da pesquisa e representantes do DGTR com o objetivo de avaliar periodicamente se a metodologia adotada era coerente com os objetivos propostos, se as atividades desenvolvidas estavam obtendo os resultados esperados, enfim, se os encaminhamentos eram adequados ou se precisavam ser revistos e modificados.

Esse processo resultou em uma proposta metodológica eficaz, pois permitiu atingir os objetivos propostos no Plano de Trabalho, ou seja, obter dados consistentes e informações de fundamental importância que permitiram a análise do espaço socioeconômico trabalhado, a construção de espaços nos quais os empreendedores populares tiveram a oportunidade de acesso ao conhecimento produzido a respeito do bairro em que residem e puderam debater oportunidades para o seu desenvolvimento econômico de forma articulada e coletiva. A execução das atividades do Plano de Trabalho possibilitou que a compreensão acerca da região do Jardim Santo André se ampliasse e, devido a sua pertinência, se constituísse em subsídio para outras reflexões.

Ao término dessa pesquisa é possível apontar alguns elementos que devem ser levados em consideração no momento de planejar ações de intervenção pública relacionadas ao desenvolvimento socioeconômico do Jardim Santo André.

Uma primeira questão que deve ser observada refere-se à necessidade de o poder público local manter contato permanente com a população residente no Jardim Santo André, bem como com lideranças e empreendedores populares locais. É de fundamental importância conhecer e respeitar a realidade local, a cultura das pessoas, as atividades que já acontecem no bairro, a existência de movimentos de solidariedade e de experiências de diferentes formas de associação, a ação das lideranças comunitárias que têm representatividade local e posição estratégica no processo.

Mesmo considerando que quase a totalidade dos entrevistados afirmou desconhecer a existência de associações na região e que esse dado reflete o nível de desarticulação social e política do Jardim Santo André, é preciso reconhecer que elas existem, bem como lideranças constituídas, e que precisam ser envolvidos em um amplo processo participativo. É preciso reconhecer também que os empreendedores populares têm uma grande influência na área, pois são bastante conhecidos. Assim podem desempenhar um importante papel na divulgação de informações que incentivem e promovam a mobilização e organização da comunidade em prol de mudanças qualitativas nas condições de vida e de trabalho local.

A pesquisa apontou a existência de preconceito por parte da população residente no Jardim Santo André em relação ao bairro e à pobreza. Os empreendedores populares, especificamente, parecem não aceitar o local em que residem e onde está localizado seu empreendimento, pois muitos se mantêm distantes da comunidade, apesar de afirmarem o contrário. Há uma sensação de não pertencimento àquele grupo ou mesmo àquela realidade. Muitos buscam melhorias individuais para poder sair do bairro. Tudo isso impede que se mobilizem, pois aceitar a mobilização é se aceitar como um igual.

A construção do pertencimento ao local, a percepção coletiva de direitos, a construção da cidadania e o estímulo à participação são condições imprescindíveis para enfrentar a naturalização da pobreza que limita o horizonte das pessoas em relação à transformação, para estabelecer a esperança em novos tempos e a expectativa de melhoria na qualidade de vida.

O discurso individualista e a dificuldade de identificar potencialidades de articulação entre os empreendedores populares estiveram sempre muito presentes durante a realização da pesquisa. A imagem que estes têm dos outros empreendedores locais, é bastante negativa, pois são considerados acomodados e individualistas, não são confiáveis, não são capazes de desempenhar uma liderança atuante e se dedicarem com o empenho necessário para se mobilizarem ao redor de uma proposta dessa natureza. Além disso, a concorrência e a competitividade predominante entre eles impedem que vislumbrem possibilidades de realizar qualquer ação de forma coletiva.

A falta de confiança entre as pessoas da comunidade e, principalmente, entre os empreendedores populares, é outro elemento importante e que precisa ser superado através da criação de diferentes oportunidades para se encontrarem, se conhecerem, identificarem os problemas que são comuns à todos e as soluções que podem buscar em conjunto.

Superar a visão que o empreendedor popular tem em relação aos seus pares é um passo decisivo na direção de transformá-los de concorrentes em parceiros. É necessário

desenvolver um trabalho educativo no qual seja ampliada a compreensão do empreendedor sobre seu papel na economia e no desenvolvimento local, considerando as oportunidades econômicas existentes e possibilidades de articulação entre eles. O desafio é romper o individualismo e despertar o interesse dos empreendedores populares por um trabalho coletivo. Devemos ter sempre em mente qual argumento utilizar para sensibilizar o empreendedor popular nesse sentido. Ele deve ser capaz de distinguir que não apenas ele ganha, mas também toda a comunidade a qual ele pertence.

A comunicação entre a Prefeitura e a comunidade, lideranças e empreendedores populares precisa ser melhorada, bem como a divulgação das ações de fomento ao desenvolvimento econômico local que já são desenvolvidas. Desta forma, deve-se ter atenção à necessidade de contato constante com a população divulgando e debatendo os resultados de cada etapa do trabalho realizado, buscando seu envolvimento e participação. É de fundamental importância ir ao encontro da comunidade, ir onde o povo está. Realizar encontros e reuniões no próprio bairro, em locais de fácil acesso, em horários que favoreçam a presença das pessoas interessadas, levando em consideração, no caso específico dos empreendedores populares, que grande parte são mulheres que tem sob sua responsabilidade além do empreendimento, os cuidados com a casa e com os filhos, que vivem e trabalham com muita dificuldade, tendo pouco tempo para deixar seu empreendimento e participar de atividades deste tipo.

De forma geral, as pessoas da comunidade não acreditam que possa haver mudanças na realidade do bairro. Também não identificam o que a Prefeitura poderia fazer nesse sentido. É preciso estabelecer relações de confiança com a comunidade e desenvolver um trabalho que permita que esta conheça seus direitos, elabore suas demandas e reconheça sua própria capacidade de organização. Isso requer tempo e trabalho contínuo na área, requer a participação dos gestores públicos no processo de mobilização, principalmente junto aos empreendedores populares.

A proximidade entre agentes públicos e comunidade pode quebrar resistências, pois gera confiança. Os empreendedores populares conquistarão, pouco a pouco, segurança para

expor sua opinião, perceberão as vantagens em participar de um processo que, em última instância, favorece também seu empreendimento.

Evidentemente que não se sugere aqui uma ação de tutela ou assistencialismo por parte do poder público, mas que as políticas públicas implementadas estejam suportadas por uma concepção de direitos e de participação cidadã. Está-se propondo também que as políticas para estes locais não sejam meramente de assistência social, mas que levem em conta ações de fomento ao desenvolvimento socioeconômico destas comunidades como caminho de autonomia e sustentabilidade.

Outro aspecto fundamental é trabalhar de forma conjunta com as Secretarias e Órgãos Municipais que atuam na região (agentes de saúde, agentes do Banco do Povo, entre outros). Estes, de forma geral, possuem um grande conhecimento da área e a troca de experiência e informações pode ampliar o conhecimento a respeito dessa realidade, o que pode facilitar o acesso à população. Além disso, podem socializar dados já coletados e sistematizados e desenvolverem ações que podem ser articuladas em benefício da população.

Ao longo da execução das atividades desse Plano de Trabalho não houve a participação e a mobilização por parte dos agentes públicos que era esperada neste processo. Certamente o período eleitoral criou algumas dificuldades, especialmente para que os empreendedores conhecessem as ações de fomento à economia popular que já são realizadas pela Prefeitura e para o envolvimento dos técnicos dando o suporte necessário para o desenvolvimento do trabalho.

A pesquisa também apontou a necessidade de que ao serem realizados levantamentos e/ou mapeamentos de empreendimentos populares existentes seja considerada a grande rotatividade e o dinamismo característicos desse tipo de economia. A rotatividade pode estar relacionada ao fechamento do empreendimento, à venda ou à mudança de endereço. No intervalo entre a primeira fase da pesquisa, no início de 2007, e a segunda fase, em meados de 2008, muitos empreendimentos populares localizados no Jardim Santo André fecharam,

outros mudaram de endereço, mas continuam funcionando, alguns foram vendidos para novos proprietários, houve os que não foram localizados, pois ocorreram alterações na numeração das casas. Por outro lado, muitos empreendimentos surgiram. É importante que a ação pública local favoreça uma atualização regular das informações para orientar as estratégias comunitárias de fortalecimento da economia popular.

Conhecer outras experiências desenvolvidas no país em relação ao fomento da economia popular e solidária pode ser uma forma interessante de ampliar o debate e a compreensão sobre essa realidade, buscando novas formas de atuação.

O resultado da experiência desenvolvida no Jardim Santo André, por sua vez, permite indicar algumas diretrizes que poderiam tornar as condições de vida e de trabalho melhores. Por exemplo:

- Organizar os empreendedores populares para que eles realizem compras coletivas dos produtos que revendem, pois desta forma poderiam comprar mais barato e vender por preços mais baixos para a comunidade, o que poderia aumentaria seus clientes e melhorar seus resultados econômicos.
- Estimular que os empreendedores discutam juntos uma maneira de diminuir a competição entre si, por exemplo, vendendo coisas diferentes em cada empreendimento atendendo ao que a comunidade consome, entre outras estratégias de cooperação e complementaridade entre si .
- Apoiar que os empreendedores divulguem de forma conjunta seus empreendimentos na comunidade, sensibilizando os moradores do bairro a comprarem nos pequenos estabelecimentos locais como forma de contribuir para melhoraria de vida das pessoas que trabalham e moram na região. O material de divulgação poderia ser produzido pelos próprios empreendedores residentes no bairro e distribuído por pessoas da comunidade.

- Estimular a formação de empreendimentos produtivos locais que forneçam ao comércio local produtos que são consumidos no bairro como, por exemplo, alimentos, produtos de limpeza, roupas, etc. Isso geraria mais trabalho e renda para a própria comunidade.
- É possível pensar em articular empreendedores que trabalham com costura, confecção de roupas, artesanato, criando arranjos produtivos locais que os fortaleçam e qualifiquem.
- A organização de hortas comunitárias também pode ser uma proposta a ser encaminhada como forma de ocupar mão de obra local desempregada, produzir e comercializar alimentos na própria região, reduzindo seu preço, e fortalecendo as feiras e mercados locais.
- O trabalho de organização da coleta seletiva de lixo pode gerar benefícios para toda a população. O lixo orgânico poderia ser utilizado como adubo nas hortas comunitárias e o lixo reciclável poderia ser recolhido para a venda pelos empreendedores populares que trabalham com reciclagem.
- A grande presença de mulheres como responsáveis pelos empreendimentos populares indica a necessidade de um maior aprofundamento da questão, visando à construção de propostas que permitam a implementação de uma política específica para a mulher empreendedora.
- Estimular a vinculação entre as políticas públicas de transferência de renda com as de geração de trabalho e renda como estratégia de estímulo à economia popular local e, sobretudo, estimulando formas associativas e cooperativas entre os empreendimentos populares.

É preciso enfatizar que já existem diversos programas da Prefeitura de Santo André que têm importância fundamental na geração de trabalho e renda para apoiar as iniciativas da comunidade. Por exemplo:

- A Incubadora Pública de Economia Popular e Solidária assessora, capacita, orienta e articula espaços físicos de forma a auxiliar os empreendedores a organizarem compras conjuntas e elaborar planos de negócios para seus empreendimentos. Também atua na criação de outros empreendimentos que possam produzir e vender no próprio bairro aquilo que a comunidade consome.
- O Banco do Povo oferece linhas de crédito aos empreendedores populares, estes podem articular compras conjuntas, no atacado, e vender mais barato, ou equipar melhor seus empreendimentos, ou comprar insumos para produzir.
- Os centros públicos de qualificação profissional oferecem cursos capacitando os empreendedores, melhorando a qualidade de seus produtos e, desta forma, satisfazendo seus clientes.

Todas as atividades realizadas nessa pesquisa, nas mais diferentes formas de contato, investiram na participação dos empreendedores populares, mas estes não se fizeram presentes da forma esperada e desejada, e ficou comprovado que o medo e a desconfiança podem ter sido fortes motivos para isso. Ainda assim, esse trabalho cumpriu com seus objetivos e aumentou a responsabilidade de cada um em buscar os caminhos de mudança da realidade, mostrou que as mudanças não acontecem sozinhas, elas dependem de cada um, especialmente do poder público ao desenvolver ações que fomentem o desenvolvimento da economia popular e resgate junto à comunidade o desejo de conquistar melhorias em sua qualidade de vida.

O processo não termina com a conclusão da pesquisa e a apresentação de seus resultados. Mas, se estende além, pois considera a possibilidade de dar continuidade ao trabalho através da expansão da pesquisa a outros territórios e a ampliação dos critérios de seleção de empreendedores populares a serem entrevistados, de forma a obter mais informações



que subsidiem a reflexão e a ação acerca do desenvolvimento local, contando com a participação de gestores municipais e de atores sociais.

Esperamos que este projeto contribua para isto.

Agradecemos a cada empreendedor que nos recebeu e participou deste processo.

Agradecemos à Prefeitura de Santo André, a Secretaria de Desenvolvimento e Ação Regional e, em particular ao Departamento de Geração de Trabalho e Renda, por ter nos convidado para realizar este trabalho.

ANEXO 1

Questionário complementar

PESQUISA EMPREENDIMENTOS NO JARDIM SANTO ANDRÉ COMPLEMENTO

Nº do questionário na 1ª pesquisa _____ Nº do empreendimento no mapa: Área _____
Nº _____

Data: ____/____/____ Hora: Início _____ Término: _____

Nome do empreendedor:

Endereço completo:

Rua _____

Número: _____ Complemento: _____

Telefone: _____

Local de referência mais próximo:

Nome do entrevistador _____

Observações:

Necessidade de retorno?

Sim

Não

1. Quem cuida (responsável) desse negócio é o Sr. (a)?

1. Sim 2. Não **Quem é o responsável?** Pré-nome _____

(No caso de não ser o responsável será necessário voltar ao empreendimento)

2. (Caso o empreendedor seja mulher) Estado civil:

1. Casada 2. Viúva 3. Separada 4. Divorciada 5. Solteira

2.1. N° de Filhos Menores _____

3 . Por que o Sr.(a) optou por ser empreendedor – abrir seu próprio negócio?

4. O Sr. (a) está nessa atividade há quanto tempo?

1. menos de 1 ano
 2. de 1 a 5 anos
 3. de 5 a 10 anos
 4. mais de 10 anos

5. Por que o Sr.(a) continua sendo empreendedor? Quais as vantagens que o Sr.(a) vê em ter seu próprio negócio?

6. Nos últimos anos o Sr.(a) acha que seu negócio melhorou? Em que? Por quê?

7. Quais são as principais dificuldades que o Sr.(a) enfrenta em relação ao seu negócio?

8. Qual a atividade que o Sr. (a) exerce (se for mais de uma colocar qual é a principal)?

9. Qual é o seu tipo de negócio (setor de atividade)?

- 9.1.** Indústria de _____
- 9.2.** Comércio de _____
- 9.3.** Serviços de _____
- 9.4.** Indústria de _____ e Comércio de _____
- 9.5.** Indústria de _____ e Serviços de _____
- 9.6.** Comércio de _____ e Serviços de _____

10 - Quantas pessoas trabalham com o Sr.(a) nesse negócio?

1. Somente o responsável (empreendedor)
2. O empreendedor e outras pessoas da própria família.

10.1. Quantas pessoas da família? _____

- O trabalho é remunerado? 1. Sim 2. Não

10.2. Grau de Parentesco: _____

- (Se for filho, menor de 16 anos) **10.3. Estuda?** 1. Sim 2. Não

10 - O Sr. (a) enfrenta concorrência no seu negócio?

1. Sim, concorrência muito forte
2. Nem muita/nem pouca
3. Não há concorrência

11. (Caso enfrente com concorrência) Com quem?

1. pequeno empreendedor 2. grande comerciante local

Em que sentido? No que isso afeta seu negócio? Como?

12. O que o Sr.(a) faz para ser competitivo, ganhar da concorrência, ganhar clientes?

13. O Sr.(a) enfrenta alguma dificuldade em relação aos seus fornecedores?

1. Sim Qual?

2. Não

14. O Sr.(a) enfrenta alguma dificuldade com seus clientes?

1. Sim Qual?

2. Não

15 - No final de cada mês, o Sr. (a) sabe o quanto gastou com seu negócio e o quanto gastou com suas despesas pessoais ou de sua família?

1. Sim 2. Não. Por quê?

Nesse caso como sabe se está tendo lucro?

16. O Sr.(a) já participou de algum curso sobre como administrar seu negócio?

1. Sim. Qual?

2. Não. Por quê?

17. Como é sua relação com os outros pequenos empreendedores que moram no bairro?

18 - O Sr. (a) acredita que é possível articular algum tipo de associação entre os pequenos empreendedores do Jardim Santo André?

1. Sim. Por quê?

2. Não. Por quê?

19. Como é sua relação com a comunidade do Jardim Santo André? Por quê?

ANEXO 2

Síntese do questionário complementar

PESQUISA EMPREENDIMENTOS NO JARDIM SANTO ANDRÉ COMPLEMENTO

TABULAÇÃO

69 entrevistas realizadas

obs – nem todas as perguntas foram respondidas por todos os entrevistados

1. Sem necessidade de tabulação

2. Estado civil (apenas para mulheres): Total de mulheres: 39

1. Casada	TOTAL	30 – 77%
2. Viúva	TOTAL	02 – 5,1 %
3. Separada	TOTAL	01 – 2,6%
4. Divorciada	TOTAL	02 – 5,1%
5. Solteira	TOTAL	04 – 10,2%

2.1. Filhos Menores (apenas para mulheres):

1. Sim	TOTAL	19 – 48,7%
2. Não	TOTAL	20 – 51.3%

3 . Por que optou por ser empreendedor – abrir seu próprio negócio?

(Principais aspectos)

- Após o segundo filho, saiu do emprego em São Paulo por ser muito cansativo (01)
- Aposentadoria / invalidez / problemas de saúde (06): marido afastado do trabalho por doença, passava necessidades, aposentado por invalidez, abriu negócio para ter renda extra, aposentado, para aumentar a renda e não ficar parado, Tem problemas de saúde mas não gosta de se sentir inútil. Aumenta a renda.
- Complementar a renda e utilizar o espaço ocioso (01)
- Desemprego (20)
- Em casa pode cuidar da casa, dos filhos e do negócio (02)
- Era autônomo (01)
- Era sacoleira e resolveu abrir a loja (01)
- Falta de opção (02)
- Filha foi demitida e tinha filho pequeno (01)

- Gerar renda (01)
- Gosta de ter seu próprio negócio (04): sempre teve comércio, desde a infância convive com essa realidade; há vinte anos trabalha por conta própria; Melhor do que trabalhar para os outros. Tem pouco estudo.
- Mais lucrativo (02)
- Mudança de atividade (01)
- Não podia, ou não queria, trabalhar fora (02)
- Não tem emprego, o pai ajudou a abrir a loja (01)
- Ocupar a cabeça (01)
- Percebeu que não havia nenhum estabelecimento do tipo na área (01)
- Podia trabalhar em casa e tirar um dinheirinho (01)
- Renda complementar (13)
- Sempre gostou de trabalhar (01)
- Sobrevivência / necessidade (04)
- Ter alguma atividade (01)
- Trabalhar no mesmo lugar da residência (01)

4. Tempo na atividade:

1. menos de 1 ano	TOTAL	05 – 7,3%
2. de 1 a 5 anos	TOTAL	25 – 36,2%
3. de 5 a 10 anos	TOTAL	16 – 23,2%
4. mais de 10 anos	TOTAL	23 – 33,3%

5. Por que continua com o empreendimento?

Quais as vantagens que vê em ter o próprio negócio?

- Ainda não tem resultados (01)
- Ajuda na renda familiar / sobrevivência (18)
- Bom rendimento (03)
- Concilia trabalho doméstico, cuidado com os filhos e o empreendimento (02)
- Continua bom (01)
- Dá pra pagar as contas e trabalha em casa (01)
- É o que sabe fazer (01)
- Está crescendo aos poucos (01)
- Está procurando emprego (01)
- Falta de alternativa (01)
- Flexibilidade de horário (01)

- Freguesia fixa (05)
- Gosta do que faz (04)
- Mais amizades (01)
- Melhora financeira (02)
- Melhorou o negócio, mas aos poucos o movimento caiu (01)
- Não ficar sem fazer nada, não é muito o que ganha mas ajuda (04)
- Não paga aluguel (01)
- Não sabe (02)
- Não ter deslocamento e está em casa (02)
- Não ter patrão (09)
- Ponto bom (01)
- Pretende mudar o negócio, mas no mesmo ramo (01)
- Quer melhorar o próprio negócio (02)
- Renda maior do que quando trabalhava com carteira (02)
- Teimosia, é possível sobreviver e o bairro está melhorando (01)
- Tem controle sobre a vida e sobre as finanças (01)
- Tem vontade de parar, está doente e cansado (01)
- Ter seu próprio dinheiro / não ficar parado (03)
- Ter trabalho (01)
- Usar o dinheiro do negócio para pagar outras coisas (01)

6. Nos últimos anos considera que o empreendimento melhorou?

- Muito 08 – 11,8%
- Sim 26 – 38,3%
- Igual 14 – 20,6%
- Piorou 20 – 29,3%

Em que?

Por quê?

Melhorou:

- A economia melhorou (01)
- Aumento da clientela (09)
- Aumento das vendas (04)
- Aumento do rendimento, mais equipamentos (02)
- Aumentou a renda e o controle sobre ela (01)
- Conhecido no bairro (01)
- Conseguiu fazer obra para ampliar o negócio (01)

- É sempre indicado por amigos e consegue trabalho (01)
- Estão começando, precisam de assessoria (01)
- Fornecedor fixo (01)
- Mais mercadorias, mais vendas (02)
- Mais prática, mais conhecimento, mais clientes (02)
- Mais produtos (02)
- Mais serviço (01)
- Melhorou com o jogo do bicho (01)
- Muitos fregueses de fora do bairro vão ao bar no final de semana. Fez reforma (01)
- Parou de vender fiado (01)
- Preços estáveis (01)
- Qualidade dos produtos (01)
- Tem se dedicado mais (01)

Piorou

- Concorrência (08)
- Concorrência reduziu a clientela (04)
- Crise (01)
- Economia adequada (01)
- Está com problemas de saúde (01)
- Falta dedicação. É só uma pessoa para visitar clientes e comprar material. Falta tempo (01)
- Lei seca (01)
- Não melhorou financeiramente (01)
- Não se dedica tempo integral (01)
- Piorou por causa do lugar (01)
- Queda das vendas (07)
- Situação financeira (01)

7. Quais são as principais dificuldades que enfrenta em relação ao empreendimento?

- Aluguel caro (01)
- Aumentar a venda (01)
- Aumentar o espaço (01)
- Calote (05)
- Cadeirante, dificuldade de locomoção (01)
- Clientela sem dinheiro (01)

- Comércio da rua é fraco (01)
- Companheiro não deixa sair (01)
- Compra de material, falta dinheiro (02)
- Comprar produtos e reposição de estoque (01)
- Concorrência (17)
- Dificuldade em encontrar pessoas que aceitem ganhar pouco para fazer pequenos serviços (01)
- Divulgação (01)
- Estar na favela (02)
- Falta de ajuda - funcionários (04)
- Falta de assessoria aos pequenos empresários (01)
- Falta de capital de giro (09): para ampliar, reformar, comprar mais equipamentos
- Falta de clientela (02)
- Falta de equipamentos, maquinários (01)
- Falta de segurança (01)
- Falta de tempo para se dedicar (02)
- Fornecedor, devido a falta de mercadorias (01)
- Impostos (01)
- Infra-estrutura (05)
- Legalizar o empreendimento (01)
- Manter preços. Concorrência com o grande mercado (01)
- Mercadoria de boa qualidade - roupa usada (01)
- Muitos moradores saíram do bairro (CDHU), quem ficou é mais carente (01)
- Não tem (06)
- Nem sempre tem trabalho. Não trabalha só no bairro, no bairro faz pouca coisa (01)
- Nome sujo (01)
- Ocupa área pública e não pode construir, nem ampliar (01)
- Problema de saúde, não pode investir no negócio (01)
- Ter que buscar os produtos (01)

8.Principal atividade:

- Artesanato em barbante (01)
- Artesanato e serviços e costura (01)
- Auto-elétrico (02)
- Bar (09)
- Bar e doceira (02)
- Bar e lanchonete (01)

- Bazar, papelaria e bomboniere (01)
- Brechó (03)
- Casa do norte, mini-mercado, faz produtos de limpeza (01)
- Comércio de material de limpeza, produção de água sanitária (01)
- Comércio de miudezas (01)
- Comércio de produtos de limpeza (01)
- Comércio de sucata (01)
- Comércio de variedades (01)
- Confeção (01)
- Confeção de uniformes profissionais (01)
- Construtor e instalador de Box para banheiro (01)
- Doceira e miudezas (02)
- Doceira (01)
- Doceira e artesanato em crochê (01)
- Doceira e cabeleireiro (01)
- Doceira e miudezas – faz produto de limpeza (01)
- Doceira e produtos alimentícios (01)
- Doceira e variedades (01)
- Faz e vende sabão (01)
- Jogo do bicho e comércio de variedades (01)
- Lan house (01)
- Locação de cocheira para cavalos (01)
- Loja de material de construção (01)
- Manutenção eletro-eletrônica (01)
- Marcenaria (01)
- Mecânica de autos (01)
- Mercadinho (01)
- Mercearia (05)
- Mercearia e padaria (01)
- Montagem e manutenção de informática (01)
- Padaria (02)
- Prestação de serviços em construção civil (01)
- Produção e comércio de roupas (01)
- Produto de limpeza e bazar (01)
- Quitanda e comércio de gêneros alimentícios (01)
- Revendedora de Avon e Natura / Tapioca (01)
- Serviços de costureira (01)

- Serviços de estética (02)
- Sorveteria (02)
- Sorveteria e doceira (01)
- Troca de óleo de carros (01)
- Venda de lanche (01)

9. Setor de atividade:

9.1. Indústria	TOTAL 03 – 4,4%
9.2. Comércio	TOTAL 42 – 61,8%
9.3. Serviços	TOTAL 13 – 19,1%
9.4. Indústria e Comércio	TOTAL 05 – 7,4%
9.5. Indústria e Serviços	TOTAL 02 – 2,9%
9.6. Comércio e Serviços	TOTAL 03 – 4,4%

10 - Pessoas que trabalham no negócio:

1. Somente o responsável (empreendedor)	TOTAL 33 – 47,2%
2. O empreendedor e outras pessoas da própria família	TOTAL 36 – 52,8%

10.1. Quantas pessoas da família:

1.	TOTAL 17 – 47,2%
2.	TOTAL 17 – 47,2%
Mais de 2	TOTAL 02 – 5,6%

10.2. O trabalho é remunerado:

1. Sim	TOTAL 08 – 22,2
2. Não	TOTAL 19 – 52,8%
3. Sem resposta	TOTAL 09 – 25%

10.3. Grau de Parentesco:

Esposa	TOTAL 10
Esposo	TOTAL 13
Filha (o)	TOTAL 17
Outros	TOTAL 15

Obs – houve mais de uma resposta, de acordo com a quantidade de familiares que trabalham no empreendimento

10.4. Filho Menor de 16 anos. Frequenta escola?

1. Sim	TOTAL	08
2. Não	TOTAL	00

10 B - Enfrenta concorrência?

1. Sim, concorrência muito forte	TOTAL	44 – 64,7%
2. Nem muita/nem pouca	TOTAL	08 – 11,8%
3. Não há concorrência	TOTAL	16 – 23,5%

11. (Caso enfrente com concorrência) Com quem?

1. pequeno empreendedor	TOTAL	45
2. grande comerciante local	TOTAL	11

obs – em alguns casos, a resposta foi dupla, pois a concorrência ocorre tanto com o pequeno, quanto com o grande empreendedor

Em que sentido e como afeta o negócio?

- Afeta, mas pouco (02)
- As pessoas vão experimentar outros lugares (01)
- As promoções dos grandes mercados prejudicam os pequenos (01)
- Cobram mais barato e têm muitos salões (01)
- Disputa por clientes (03)
- Loja de variedades na rua passa cartão de telefone para a banca vender (01)
- Maior infra-estrutura, maiores facilidades, maiores lucros (01)
- Muitos vendedores na rua, por isso vai para o centro de Santo André (01)
- Não afeta (20): tem espaço para todos, a concorrência não atrapalha, incentiva a melhorar.
- Oferecem mais variedade (01)
- Os postos de gasolina vendem produtos mais baratos porque são distribuidores (01)
- Quando aceitam cartão, atraem mais clientes (02)
- Queda do movimento (03)
- Queda do movimento, só no início, depois voltam (01)
- Redução das vendas (07)
- Redução do lucro (02)
- Redução do preço (01)
- Vendem mais barato (01)

12. O que faz para ser competitivo, ganhar da concorrência, ganhar clientes?

- Abre na segunda-feira. A maioria fecha (01)

- Amizade (04)
- Boa conversa, tem cliente fixo no centro de Santo André (01)
- Boca-a-boca na Igreja Evangélica (01)
- Bom atendimento (20)
- Brinca, ouve e dá conselho (01)
- Consegue fidelidade do cliente, são amigos, acostumam a ir ao bar e não vai a outro (01)
- Cumprimento do prazo de entrega (01)
- Divulgação (01)
- Entrega rápida (01)
- Faz algumas promoções (leite, açúcar), mas a clientela não liga (01)
- Faz fiado (01)
- Freguesia estável (02)
- Humildade (01)
- Já tentou muitas coisas, mas não deu certo (01)
- Limpeza e cuidado com a produção (01)
- Menor preço (02)
- Nada (08)
- Negocia, conversa, abaixa o preço até onde pode para ganhar alguma coisa (01)
- Novidades e ser conhecida das crianças (01)
- Oferece churrasco no bar (01)
- Oferece produtos procurados (01)
- Paciência (01)
- Paga mais pela sucata recebida (01)
- Pede ao "senhor" (01)
- Pontualidade (01)
- Promoções (01)
- Proximidade (01)
- Qualidade do serviço (07)
- Qualidade dos produtos (05)
- Qualidade e preço (01)
- Reconhecimento do trabalho. Boca a boca (02)
- Reduz o preço e maior variedade de produtos (01)
- Simpatia (01)
- Variedades de mercadorias (04)
- Vende mais barato que os outros, compra em lugares mais distantes, pega promoções. Faz churrasco aos domingos – de graça (01)

13. Enfrenta dificuldade em relação aos fornecedores?

1. Sim TOTAL 12 – 18,2%

Qual?

- Como está inadimplente, não consegue comprar, não entregam mercadoria porque a área é considerada de alto risco (01)
- Compra no atacado, paga a vista e precisa trazer na mão (01)
- Comprava no cartão, cobraram juros indevidos e parou de comprar (01)
- Grandes caminhões têm medo de fazer a entrega na área (01)
- Não entregam porque compra pouco (01)
- Não entregam porque é favela (01)
- Não entregam, tem que buscar (01)
- Nem sempre podem entregar quando precisa (01)
- O entregador às vezes é roubado e não entrega – Avon e Natura (01)
- O setor é centralizado em apenas um distribuidor. Compra sempre a vista (01)
- Tem que comprar à vista (01)

2. Não TOTAL 54 – 81,8%

Observações:

- Alguns entregadores de cerveja criam problemas para entregar porque é favela, quando isso acontece, ele liga para a empresa e logo a entrega se efetiva (01)

14. Enfrenta dificuldade com clientes?

1. Sim TOTAL 23 – 34,3%

Qual?

- Fiado / Calote (20)
- Baixo poder de compra (01)
- Poucos clientes (02)
- Retorno de cheque (01)

2. Não TOTAL 44 – 65,7%

obs - muitos dos entrevistados dizem que já levaram vários calote e deixaram de vender fiado.

15 – Contabiliza separadamente as despesas do empreendimento e da família:

1. Sim TOTAL 28 – 42,4%

2. Não TOTAL 38 – 57,6%

Por quê?

- As despesas são misturadas (01)
- Desanimou (01)
- É pago por serviço, usa tudo em casa e não consegue poupar (01)
- Faz controle diário (01)
- Fazia anotações, mas como outras pessoas da família tomam conta do negócio, confundiu e parou de fazer (01)
- Muito pouquinho (01)
- Não anota, mas sabe quanto gasta e quanto entra em média no mês (01)
- Não gosta (01)
- Não há necessidade (01)
- Não mistura as despesas (01)
- Não sabe fazer (03)
- Não se preocupa com isso (02)
- Não tem a quem prestar contas (01)
- Não tem tempo (02)
- Parou de fazer, vive um dia de cada vez (01)
- Pouco movimento, entra pouco (02)
- Sabe fazer mas não anota (01)
- Sabe mas não faz, não tem tempo (01)
- Tem contador (02)
- Tem pouco estudo e acha difícil (01)

Nesse caso como sabe se está tendo lucro?

- O dinheiro deu para pagar as contas (04)
- Tem uma idéia (05)

- Não tem idéia (02)
- Percebe pelo dinheiro que sobrou (04)
- Quando falta dinheiro sabe que teve prejuízo (01)
- Guarda todo dia um pouco e investe no bar (01)

16. Participou de algum curso sobre como administrar seu negócio:**1. Sim** TOTAL 06 – 8,7%**Qual?**

- Curso de cabeleireiro deu noções (01)
- Integra – sobre empreendedorismo e formalização (01)
- Faculdade (01)
- SEBRAE (01)

2. Não TOTAL 63 – 91,3%**Por quê?**

- Aprendeu no dia-a-dia (05)
- Dá pra fazer o cálculo (01)
- Não precisa, sabe fazer na prática (02)
- Não sabe ler (01)
- Não sabia que tinha (02)
- Não tem interesse (06)
- Não tem tempo (01)
- Nunca passou pela cabeça (02)
- Procurou no Sebrae (01)
- Sabe fazer (02)
- Trabalhou em firma e aprendeu (03)

17. Como a relação com os outros pequenos empreendedores que moram no bairro?**Boa** TOTAL 44 – 77,2%**Razoável** TOTAL 03 – 5,3%**Indiferente** TOTAL 10 – 17,5%**18 – Considera possível articular algum tipo de associação entre os pequenos empreendedores do****Jardim Santo André?****1. Sim** TOTAL 30 – 57,7**Por quê?**

- Alguém tem que tomar a iniciativa (01)
- Concorrência é leal (01)
- É interessante para todos (02)
- É necessário confiança e poucos participantes (01)
- É necessário para o crescimento do bairro (01)

- Experiência do crédito solidário do Banco do Povo (03)
- Já fez compra coletiva com uma colega e não teve problemas (01)
- Já fez compra coletiva de bebidas enquanto os outros não tinham cadastro (01)
- Não sabe muito bem (01)
- Para quem tem cabeça aberta com visão de negócios (01)
- Porque é amigo (01)
- Reduz custos (01)
- São unidos (03)
- Se as pessoas precisarem progredir (01)
- Se houver incentivos (01)
- Tem essa experiência em outro local (01)
- Tem que ter alguém encaminhando e controlando (01)
- Tem que ter união e confiança (01)
- Todo mundo quer melhorar o seu negócio (02)
- Trabalho conjunto é melhor e tem campo para todos (01)

2. Não TOTAL 22 - 42,3

Por quê?

- Acha que não pode dar certo (02)
- Alguém tem que ser responsável (01)
- As pessoas acham que vão ter que legalizar o empreendimento (01)
- As pessoas estão bem no que fazem e não vão abrir mão de sua clientela (01)
- As pessoas são individualistas (05)
- Cada um pensa de um jeito (01)
- Cada um por si, são desligados do coletivo. As pessoas compram fora do bairro (01)
- Concorrência desleal (01)
- Dá briga porque as pessoas não honram seus compromissos (01)
- Falta união (04)
- Muita gente não gosta de pagar (01)
- Tem muita concorrência (02)

19. Como é a relação com a comunidade do Jardim Santo André? Por quê?

Boa TOTAL 48 – 90,6%

Razoável TOTAL 01 – 1,9%

Indiferente TOTAL 04 – 7,5%

20. Como vê o potencial do bairro em relação a organização da população para buscar melhoria na qualidade de vida e o desenvolvimento social e econômico do bairro?

Baixo	TOTAL	16 – 29,1%
Médio	TOTAL	19 – 34,5%
Alto	TOTAL	12 – 21,8%
Não sabe informar	TOTAL	08 – 14,5%

Observação:

- Acomodados, esperam que as coisas aconteçam sozinhas (04)
- Alguns têm potencial, mas outros são acomodados. Se for algo bem explicado há chances. (01)
- Diferença de opiniões (01)
- É preciso conversar com todos, bairro já melhorou (01)
- É preciso conversar e reunir todos (01)
- É preciso haver união (02)
- Há falta de informação. É preciso ajuda (03)
- Há muito egoísmo (01)
- Ninguém ajuda ninguém (01)
- Pessoas muito acomodadas, recebem o bolsa-família e não fazem nada (01)
- Precisa haver diálogo (01)
- Tem que despertar o interesse do povo (01)
- Vereador organiza o local (01)

Por que sua participação é importante ?

O que você ganha com isso...

- Para que seu empreendimento prospere, você precisa conhecer e atender as necessidades de consumo dos moradores de seu bairro.
- Você pode conseguir isso acrescentando informações à pesquisa que foi realizada no Jardim Santo André.
- Essa troca de informações permite que vocês, empreendedores populares, identifiquem melhor as oportunidades econômicas que já existem ou que podem ser criadas.
- Tudo isso pode ajudar na organização, crescimento e fortalecimento dos seus negócios e isso poderá promover o desenvolvimento socioeconômico do bairro e gerar melhoria na qualidade de vida da população local.

“Pesquisa e estudo para a promoção do desenvolvimento local, empreendedorismo e economia solidária no Município de Santo André”

“Promoção de desenvolvimento econômico local - pesquisa socioeconômica e estímulo à organização comunitária no Jardim Santo André - São Paulo”

DIEESE
DEPARTAMENTO INTERSINDICAL DE
ESTATÍSTICA E ESTUDOS SOCIOECONÔMICOS



Prefeitura do Município de Santo André

EMPREENDIMENTOS POPULARES E DESENVOLVIMENTO LOCAL

Você sabia ?

- No Jardim Santo André a maioria dos empreendimentos populares não é um “bico”, é uma atividade permanente.
- Grande parte dos empreendedores populares trabalha de domingo a domingo, são 64 horas semanais.
- Pela lei, a jornada de trabalho semanal de um assalariado é no máximo de 44 horas. Hoje o movimento sindical reivindica que seja de 40 horas semanais.
- A renda média mensal dos empreendedores populares e dos moradores do Jardim Santo André é mais ou menos a mesma, R\$ 700,00.
- Na hora da compra do mês os moradores buscam sempre o menor preço que é encontrado nos supermercados.
- Mas quando se trata de produtos de consumo imediato os moradores valorizam a proximidade e a qualidade, e compram nos pequenos empreendimentos do bairro.

O que você acha ?

Algumas idéias . . .

É possível competir com o grande empreendedor?

Qual a vantagem que o consumidor tem em comprar no pequeno empreendimento local?

Existem muitos empreendedores com o mesmo tipo de negócio no bairro. Eles atendem às necessidades de consumo dos moradores? Eles competem entre si? Tem consumidor para todos?

Os empreendedores populares do Jardim Santo André podem se articular para atender as necessidades dos consumidores sem serem concorrentes?

Qual a vantagem em se articular com outro empreendedor?

Comprar dos fornecedores de forma coletiva pode trazer benefícios a todos, pois diminui o custo da compra.

Como?

- Comprando em maior quantidade vocês, empreendedores populares, pagam o preço de atacado - mais barato.
- Podem negociar o pagamento - parcelando, por exemplo.
- A compra por atacado pode facilitar a entrega no bairro.
- Assim, os produtos podem ser revendidos por um preço mais baixo, o que é uma vantagem para os consumidores locais.
- Isso aumentará suas vendas, gerando maior renda para seu empreendimento.
- Além disso, os empreendedores populares podem se tornar fornecedores e vender seus produtos para outros empreendimentos localizados no próprio bairro.
- Ao conhecer melhor as necessidades das pessoas do bairro, também é possível imaginar novos negócios para atendê-las.

ÁREA	NÚMERO MAPA	NOME	RUA	Nº	Telefone	TIPO DO NEGÓCIO	OBSERVAÇÃO	CLASSIFICAÇÃO
I	94	Arnaldo	Rua do Pedroso	1.635	44528593	FERRO VELHO- SUCATA	Tem experiência em articulação de empreendimentos CONVIDAR	SERVIÇOS EM GERAL
I	112	Joseilson (Primo)	Missionários	2	44559195	BAZAR, VENDE ALIMENTOS	Boa recepção. CONVIDAR	COMÉRCIO DE VARIEDADES
I	113	Rosália	Missionários	7	44558291	VENDE PRODUTO DE LIMPEZA, FAZ E VENDE GELINHO	Má recepção, a conversa não avançou	PRODUTOS DE LIMPEZA
I	114	Marli	Missionários	18	49746018	QUITANDA	Pode ser convidada CONVIDAR	GÊNEROS ALIMENTÍCIOS
I	115	Sidnei	Missionários	21	xxxxx	SERRALHERIA ARTÍSTICA	Fechado (em duas visitas)	CONSTRUÇÃO CIVIL
I	116	Maria/ Leonildo	Missionários	47	44574123	BRECHÓ	Pode ser convidada CONVIDAR	BRECHÓS
I	117	Dalva	Missionários	50	49711674	PRODUÇÃO E VENDA DE ROUPAS	A irmã (Darli) é que trabalha no local e deu a entrevista. Boa recepção. CONVIDAR A IRMÃ	CONFECÇÃO, COSTURA
I	118	Iracema	Missionários	53	xxxxx	BAR	Fechado, só abre à noite.	BAR
I	119	Ivone	Missionários	56	49743002	COSTURA E VENDE ROUPAS	Má recepção, sem paciência	CONFECÇÃO, COSTURA
I	120	Josefa/Roberto	Missionários	76	xxxxx	VENDE SABÃO	Falamos com o esposo, não tem perfil	PRODUTOS DE LIMPEZA
I	121	Edna	Missionários	95	71236932	FAZ CACHORRO-QUENTE E LANCHES, SORVETE	Sem tempo e sem paciência	GÊNEROS ALIMENTÍCIOS
I	122	Pedro da Luz	Missionários	144	xxxxx	CARPINTARIA, PEDREIRO, HIDRÁULICA	Boa recepção, CONVIDAR	CONSTRUÇÃO CIVIL
I	123	Dileusa	Missionários	143	49726226	CONFECÇÃO DE ROUPAS	Quer participar. CONVIDAR	CONFECÇÃO, COSTURA
I	126	Adinéia	Missionários	274	xxxxx	PRODUÇÃO E VENDA DE CHOCOLATE, VENDE LINGERIE	Fechado em duas visitas e sem identificação externa	GÊNEROS ALIMENTÍCIOS
	127	Maria de Fátima	Missionários	292	xxxxx	BRECHÓ	Fechado.	
I	128	Maria Regina	Missionários	32	49714620	DOCERIA	CONVIDAR	GÊNEROS ALIMENTÍCIOS
I	130	Ivonete	Missionários	558	44555474	COSTUREIRA	Está doente, não está trabalhando	CONFECÇÃO, COSTURA
I	131	Jadir (Mineiro)	Missionários	570	44536361	BAR	Boa recepção. CONVIDAR	BAR
I	132	Rosilda	Missionários	149	xxxxx	COSTUREIRA	Boa recepção, mas não tem perfil	CONFECÇÃO, COSTURA

ÁREA	NÚMERO MAPA	NOME	RUA	Nº	Telefone	TIPO DO NEGÓCIO	OBSERVAÇÃO	CLASSIFICAÇÃO
I	133	Regina	Missionários	641	xxxxx	PRODUZ E VENDE GELADINHO	Endereço não encontrado	
I	134	Lucélia (BP)	Missionários	754 (135)	xxxxx	OFICINA DE COSTURA	Endereço não encontrado	
I	135	Rogério	Missionários	167	22281467	COMÉRCIO DE BEBIDAS	Boa recepção, mas não é para convidar	BAR
I	136	Enoque	Missionários	31	49723527	BOMBONNIÈRE	Não tem perfil	GÊNEROS ALIMENTÍCIOS
I	137	Acezídio	Missionários	12	xxxxx	BAR	Recusou a ser entrevistado	BAR
I	138	Francisco	Missionários		xxxxx	MARCENARIA	Fechado (em duas visitas)	CONSTRUÇÃO CIVIL
I	139	Sueli	Toledana 1	90	49716557	MERCEARIA	Comprou há pouco tempo, não foi entrevistada na primeira fase da pesquisa, mora no Cruzado	COMÉRCIO VAREJISTA - MERCEARIA
I	140	Maria	Toledana	107	44550789	TAPIOCA (FAZ E VENDE), COMÉSTICOS	Vende produtos de beleza no centro de Santo André, vai mudar de cidade em breve	ESTÉTICA
I	141	Antônio	Toledana 1	401	xxxxx	ALUGA COCHEIRA PARA CAVALOS	O aluguel das cocheiras está indo mal, pretende abrir um estacionamento CONVIDAR O FILHO	SERVIÇOS EM GERAL
I	143	Sandra (BP)	Toledana 1	41	83951971	BANCA DE VARIEDADES - BIJOU, BRINQUEDOS	Boa recepção, é uma banca de jogo do bicho, além disso atualmente vende apenas cigaros (paraguaios)	COMÉRCIO DE VARIEDADES
I	144	Eunice	Toledana	41	49737324	BAR e RESTAURANTE	Boa recepção, tem esse bar há muitos anos, está com um grupo no empréstimo do Banco do Povo CONVIDAR	BAR
I	145	Robetania (BP)	Toledana 1	252	xxxxx	OFICINA DE COSTURA	Pedi para voltarmos outro dia, mas parecia não querer responder ao questionário, não voltamos	CONFECÇÃO, COSTURA

ÁREA	NÚMERO MAPA	NOME	RUA	Nº	Telefone	TIPO DO NEGÓCIO	OBSERVAÇÃO	CLASSIFICAÇÃO
I	146	Elisabete	Toledana 1	345	34388120	COSTURA e ARTESANATO	Produz artesanato com tecido e bordados, participa de um grupo no Sementinha que produz artesanato com jornal CONVIDAR	ARTESANATO
I	148	Maria José	Toledana	179	xxxxx	LANCHONETE, DOCERIA	Endereço não encontrado	
I	150	José Franscisco	Toledana 1	513	49720484	PANIFICADORA/MERCEARIA	Boa recepção, já participou de uma articulação entre empreendedores aque não deu certo, gostaria de aprender a gerir o negócio CONVIDAR	COMÉRCIO VAREJISTA - MERCEARIA
I	151	Silvaneide (BP)	Toledana 1	396	xxxxx	MINIMERCADO	Vendeu o empreendimento que foi pesquisado na primeira fase, comprou outro na mesma rua, vendeu e saiu do bairro	
II	50	Alessandro	Pedroso	2.015	93972859	COMÉRCIO CD, FERRAMENTAS, ARTIGOS E MIUDEZAS, DOCES	Entrevistado apresentou limitação de compreensão.	COMÉRCIO DE VARIEDADES
II	67	Cleide (BP)	Belchior	186	xxxxx	FAZ E VENDE SALGADO, BEBIDAS	Fechado	
II	68	Tânia	Bizancio	29	44550139	SERVICO DE ESTÉTICA: MANICURE, PEDICURE, CABELEIREIRO, DEPILA	CONVIDAR	ESTÉTICA
II	69	Maria Crsitina	Bizâncio	45	xxxxx	FAZ BORDADOS	Fechou, arrumou emprego	
II	70	Lucelina	Bizâncio	62	xxxxx	BRECHÓ	Endereço não encontrado	
II	71	José	Bizâncio	72	44531345	TROCA DE ÓLEO	Boa recepção. CONVIDAR	AUTOMOTIVOS
II	72	Maria	Bizâncio	119	87005509	BAR	Não dá para convidar	BAR
II	73	José Antônio	Bizâncio	194	44531373	COMÉRCIO DE BEBIDAS	Boa recepção. CONVIDAR	BAR
II	76	Josias	Éden	180	xxxxx	CABELEIREIRO	Recusou a ser entrevistado	ESTÉTICA
II	77	João	Éden	275	44.513.128	BAZAR, PAPELARIA	Boa recepção. CONVIDAR	COMÉRCIO DE VARIEDADES
II	79	Girlanete (BP)	Salesiana	613	44.534.214	LAN HOUSE	Boa recepção. CONVIDAR	SERVIÇOS EM GERAL

ÁREA	NÚMERO MAPA	NOME	RUA	Nº	Telefone	TIPO DO NEGÓCIO	OBSERVAÇÃO	CLASSIFICAÇÃO
II	80	Francisco	Salesiana	639	xxxxx	VENDE BEBIDA	Má recepção, sem interesse	BAR
II	81	Ana (BP)	Salesiana	805	xxxxx	VIDEO LOCADORA (VIDEO E DVD), VENDE TRUFAS	Fechado	
II	85	Aparecida	Maronita	42	4457,5768	PRODUZ E VENDE SORVETE	Boa recepção. CONVIDAR	GÊNEROS ALIMENTÍCIOS
II	86	Maria (BP)	Maronita	527	4451,8228	DOCERIA	Boa recepção. CONVIDAR, telefonar após às 20 horas	GÊNEROS ALIMENTÍCIOS
II	91	Luiz	Canossa	100	34.397.634	MECÂNICA	Boa recepção. CONVIDAR	AUTOMOTIVOS
II	92	Maria de Lourdes	Cistercense	17	44551850	ROUPA DE LÃ - INDÚSTRIA E COMÉRCIO	Não teve interesse	CONFECÇÃO, COSTURA
II	96	Euclides	Franciscanos	440	xxxxx	CONCERTO E VENDA DE GUARDA-CHUVA E SOMBRINHA	Sem identificação externa. Não tinha ninguém	
III	1	Daniel	São Judas Tadeu	1.202	xxxxx	MERCEARIA	Fechado sem identificação	
III	2	Juliana	São Judas Tadeu	1.227	xxxxx	FAZ E VENDE TAPIOCA E GELADINHO	Fechado sem identificação	
III	28	Domingas	Loreto	76	36579415	CABELEIREIRO	Não tem perfil	ESTÉTICA
III	29	Sato	Loreto	374	xxxxx	AUTO ELÉTRICA	Sem n inguém em 2 visitas	AUTOMOTIVOS
	30	Moane	Loreto	403	xxxxx	FAZ DOCE E SALGADO	Endereço não encontrado	
III	31	Severino	Loreto	423	96155886	BAR E DOCERIA	Não tem perfil	BAR
III	32	José Timóteo (BP)	Loreto	430	49714617	MERCADO DE GENERO ALIMENTÍCIO	CONVIDAR	COMÉRCIO VAREJISTA - MERCEARIA
III	33	Maria	Loreto	439	34398156	BAR - COMÉRCIO DE BEBIDAS	Não tem perfil	BAR
III	34	José	Loreto	457	34393918	PADARIA	CONVIDAR	GÊNEROS ALIMENTÍCIOS
III	35	Raimunda	Loreto	499	34381006	COMÉRCIO DE PRODUTO DE LIMPEZA	Não tem perfil	PRODUTOS DE LIMPEZA
III	36	Maria Aparecida	Loreto	517	49746843	COMÉRCIO DE VARIEDADES	Boa recepção. CONVIDAR	COMÉRCIO DE VARIEDADES
III	37	Dalvio	Loreto	541	34395372	AUTO ELÉTRICA	CONVIDAR	AUTOMOTIVOS
III	38	Sandro	Loreto	589	97560170	MERCADINHO	Boa recepção.	COMÉRCIO VAREJISTA - MERCEARIA
III	39	Iracema	Loreto	606	34389568	BAR, BRECHÓ, PRODUTOS DE LIMPEZA	Não tem perfil	BAR

ÁREA	NÚMERO MAPA	NOME	RUA	Nº	Telefone	TIPO DO NEGÓCIO	OBSERVAÇÃO	CLASSIFICAÇÃO
III	43	Francisco	Do Cruzeiro	108	44539210	COMÉRCIO DIVERSO - DOCES	Não tem perfil	GÊNEROS ALIMENTÍCIOS
III	44	Cida	Pompéia	6	91056437	BAZAR	Boa recepção. CONVIDAR	COMÉRCIO DE VARIEDADES
III	46	o Simoni	Pompéia	99	44534302	MARCENARIA	Boa recepção. CONVIDAR	CONSTRUÇÃO CIVIL
III	82	Ana Paula (BP)	São Francisco	1.156	71172475	CASA DO NORTE, MERCADINHO, DOCERIA	Não tem perfil	COMÉRCIO VAREJISTA - MERCEARIA
III	87	Antonio	Oriente	14	xxxxx	BAR	Fechado com identificação	BAR
III	88	Thiago	Oriente	30	xxxxx	CABELEIREIRO	Sem ninguém em 2 visitas	ESTÉTICA
III	90	Damião e Luciano	Oriente	496	49721355	LOJA DE MATERIAIS DE CONSTRUÇÃO	Boa recepção .CONVIDAR (Mudou o dono recentemente)	CONSTRUÇÃO CIVIL
III	93	Iolanda	Vaticano	174	49747436	DOCERIA, REFRIGERANTES, GELINHO AMERICANO (INDUSTRIALIZADO)	Não tem interesse	GÊNEROS ALIMENTÍCIOS
III	95	Helena	Franciscanos	153	xxxxx	SORVETERIA	Fechado, sem identificação	
III	103	Maria do Carmo	Cruzeiro	79	44558691	DOCERIA	Não tem perfil	GÊNEROS ALIMENTÍCIOS
	104	Ernende	Trav.do Cruzeiro	121	xxxxx	BAR	Fechado, com identificação	BAR
III	105	Margarida	Cruzeiro	247	4552764	DOCERIA, SALÃO DE CABELEIREIRO	CONVIDAR	GÊNEROS ALIMENTÍCIOS
III	106	Rita (BP)/José Inácio	Cruzeiro	259	44557533	PANIFICADORA	Não tem perfil	GÊNEROS ALIMENTÍCIOS
III	107	Francisco (BP)	Cruzeiro	271	xxxxx	PADARIA / MERCADO	Má recepção, a entrevista não foi realizada	GÊNEROS ALIMENTÍCIOS
III	108	Cláudio	União	397	44555831	DOCERIA, SORVETERIA, BAR	Não tem perfil	GÊNEROS ALIMENTÍCIOS
III	109	Neusa (BP)	União	415	44557389	BAZAR, ARTESANATO, DOCERIA	CONVIDAR	COMÉRCIO DE VARIEDADES
	110	Marlene	Descampado	731	xxxxx	MINI PARDARIA	Fechado	
III	111	Maria Marlene(BP)	Descampado	747	xxxxx	BAR	CONVIDAR	BAR
IV	25	Selestina	Lamartine - Viela 8	119		COMÉRCIO DE BEBIDAS		BAR

ÁREA	NÚMERO MAPA	NOME	RUA	Nº	Telefone	TIPO DO NEGÓCIO	OBSERVAÇÃO	CLASSIFICAÇÃO
IV	48	Manuel (BP)	Pedroso	800		CONserta e vende relógios		SERVIÇOS EM GERAL
IV	53	Maria de Fátima	Dominicanos	0		Pintura e funilaria		AUTOMOTIVOS
IV	54	Geraldo (BP)	Dominicanos	7		PIZZARIA		GÊNEROS ALIMENTÍCIOS
IV	55	Teresa	Dominicanos	16		BAR		BAR
IV	56	Dejanira	Dominicanos			FAZ E VENDE GELINHO		GÊNEROS ALIMENTÍCIOS
IV	57	Olinda	Dominicanos	44		VENDE ROUPAS E OBJETOS USADOS - BRECHÓ		BRECHÓS
IV	58	Graziele	Dominicanos	180		COMÉRCIO DE PRODUTOS DE LIMPEZA		PRODUTOS DE LIMPEZA
IV	59	Nelson	Dominicanos	250		CONSTRUTOR, INSTALADOR DE BOX PARA BANHEIRO		CONSTRUÇÃO CIVIL
IV	60	Geoleide	Dominicanos	157		PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE MANICURE		ESTÉTICA
IV	61	Geso (BP)	UM	1		BAR E MERCEARIA		BAR
IV	62	Rasana (BP)	UM	11		FAZ E VENDE ROUPAS, VENDE BEBIDAS / DOCES,		CONFEÇÃO, COSTURA
IV	63	Terezinha (BP)	UM	12		BAR		BAR
IV	64	Maria (BP)	UM	7		VENDE COMIDA (TIRA-GOSTO, CHURRASCO, CALDO) - BAR, VENDE BEBIDAS		BAR
V	3	Generaldo (BP)	Galiléia	Quadra 4 Casa 5		MARCENARIA		CONSTRUÇÃO CIVIL
V	5	Vera (BP)	Galiléia	Quadra 11 Casa 3		MONTA ALARMES		SERVIÇOS EM GERAL
V	6	Ivete	Galiléia - 25 de Janeiro	41		VENDE PRODUTOS DE LIMPEZA		PRODUTOS DE LIMPEZA
V	19	Cleuza	Oito de Março	23		COMÉRCIO DE DOCES		GÊNEROS ALIMENTÍCIOS
V	51	João Carlos	Milton Barreto	14		FAZ PINTURAS EM RESIDÊNCIAS E TEXTURA		CONSTRUÇÃO CIVIL
V	52	Maria	Milton Barreto	57		TRABALHOS DE ARTESANATO EM BARBANTE		ARTESANATO
V	8	Marilene	Cruz de Malta	418		BAR		BAR
V	75	Edvaldo	Carmelitas	196		ELETRICISTA DE AUTOS		AUTOMOTIVOS
V	97	João	Carmelitas	16		CABELEIREIRO		ESTÉTICA
V	98	Paulo	Carmelitas	212		AUTO ELÉTRICA		AUTOMOTIVOS
VI	4	Tatiane	Galiléia	Quadra 4 Casa 55		CABELEIREIRO		ESTÉTICA
VI	9	Severino	Tróia	4		MERCEARIA		COMÉRCIO VAREJISTA - MERCEARIA
VI	10	José/Francisca	Nautilus	582		COMÉRCIO DE BEBIDAS		BAR

ÁREA	NÚMERO MAPA	NOME	RUA	Nº	Telefone	TIPO DO NEGÓCIO	OBSERVAÇÃO	CLASSIFICAÇÃO
VI	11	Sebastião	Nautilus	615		MANUTENÇÃO ELETRÔNICA, COPIADOR DE CHAVES		SERVIÇOS EM GERAL
VI	12	Patrícia	Nautilus	700		PRODUÇÃO E COMÉRCIO DE ARTESANATO		ARTESANATO
VI	13	Elaine	Zeus	29		LOJINHA, PAPELARIA		COMÉRCIO DE VARIEDADES
VI	20	Pedro (BP)	Laplace	28		QUITANDA, BAZAR		GÊNEROS ALIMENTÍCIOS
VI	21	Maria	Laplace	100		MERCEARIA		COMÉRCIO VAREJISTA - MERCEARIA
VI	22	José	Laplace	226		COMÉRCIO DE BEBIDAS		BAR
VI	23	Luciana	Laplace	245		SALÃO DE BELEZA		ESTÉTICA
VI	24	Roberto	Lamartine			TAPECARIA, PINTURA TEXTURIZADA		CONSTRUÇÃO CIVIL
VI	26	Cícera	Hamurabi	195		SERVICO DE CABELEREIRA		ESTÉTICA
VI	27	Rosângela	14 de Junho	30		BOMBONNIÈRE		GÊNEROS ALIMENTÍCIOS
VI	14	Maria	Champolion			VENDA DE SORVETES (CASEIRO)		GÊNEROS ALIMENTÍCIOS
VI	15	José	Dravidiana	153		MANUTENÇÃO ELETRÔNICA		SERVIÇOS EM GERAL
VI	16	Cleuza	Dravidiana	186		SORVETERIA		GÊNEROS ALIMENTÍCIOS
VI	17	Marta	Dravidiana	206		OFICINA COSTURA, PAPELARIA		CONFECÇÃO, COSTURA

40 Ana Barão de Loreto 239
41 Denis Barão de Loreto 257
42 Maria Barão de Loreto 372

PRODUTOS DE LIMPEZA,
BAZAR E DOCERIA
MERCEARIA E BAR
VENDE PRODUTOS DE
LIMPEZA

ANEXO 5**Listagem base para o geoprocessamento**

CODIGO NO MAPA	CLASSIFICAÇÃO DESAGREGADA	CLASSIFICAÇÃO DESAGREGADA
4	ESTÉTICA	SERVIÇOS
10	BAR	COMÉRCIO
11	SERVIÇOS EM GERAL	SERVIÇOS
14	GÊNEROS ALIMENTÍCIOS	COMÉRCIO
15	SERVIÇOS EM GERAL	SERVIÇOS
17	CONFECÇÃO, COSTURA	INDÚSTRIA
19	GÊNEROS ALIMENTÍCIOS	COMÉRCIO
21	COMÉRCIO VAREJISTA	COMÉRCIO
22	BAR	COMÉRCIO
24	CONSTRUÇÃO CIVIL	SERVIÇOS
27	GÊNEROS ALIMENTÍCIOS	COMÉRCIO
28	ESTÉTICA	SERVIÇOS
29	AUTOMOTIVOS	SERVIÇOS
31	BAR	COMÉRCIO
32	COMÉRCIO VAREJISTA	COMÉRCIO
33	BAR	COMÉRCIO
34	GÊNEROS ALIMENTÍCIOS	COMÉRCIO
35	PRODUTOS DE LIMPEZA	COMÉRCIO
36	COMÉRCIO VAREJISTA	COMÉRCIO
37	AUTOMOTIVOS	SERVIÇOS
38	COMÉRCIO VAREJISTA	COMÉRCIO
39	BAR	COMÉRCIO
43	GÊNEROS ALIMENTÍCIOS	COMÉRCIO
44	COMÉRCIO DE VARIEDADES	COMÉRCIO
46	CONSTRUÇÃO CIVIL	INDÚSTRIA
47	BRECHÓ	COMÉRCIO
50	COMÉRCIO DE VARIEDADES	COMÉRCIO
52	ARTESANATO	INDÚSTRIA
54	GÊNEROS ALIMENTÍCIOS	COMÉRCIO
57	BRECHÓ	COMÉRCIO
58	PRODUTOS DE LIMPEZA	COMÉRCIO
59	CONSTRUÇÃO CIVIL	INDÚSTRIA

62	BAR	COMÉRCIO
63	BAR	COMÉRCIO
64	BAR	COMÉRCIO
68	ESTÉTICA	SERVIÇOS
71	AUTOMOTIVOS	SERVIÇOS
72	BAR	COMÉRCIO
73	BAR	COMÉRCIO
75	AUTOMOTIVOS	SERVIÇOS
76	ESTÉTICA	SERVIÇOS
77	COMÉRCIO DE VARIEDADES	COMÉRCIO
79	SERVIÇOS EM GERAL	SERVIÇOS
80	BAR	COMÉRCIO
82	COMÉRCIO VAREJISTA	COMÉRCIO
85	GÊNEROS ALIMENTÍCIOS	INDÚSTRIA
86	COMÉRCIO VAREJISTA	COMÉRCIO
87	BAR	COMÉRCIO
88	ESTÉTICA	SERVIÇOS
90	CONSTRUÇÃO CIVIL	COMÉRCIO
91	AUTOMOTIVOS	SERVIÇOS
92	CONFECÇÃO, COSTURA	INDÚSTRIA
93	GÊNEROS ALIMENTÍCIOS	COMÉRCIO
94	SERVIÇOS EM GERAL	SERVIÇOS
97	ESTÉTICA	SERVIÇOS
98	AUTOMOTIVOS	SERVIÇOS
103	GÊNEROS ALIMENTÍCIOS	COMÉRCIO
104	BAR	COMÉRCIO
105	GÊNEROS ALIMENTÍCIOS	COMÉRCIO
106	GÊNEROS ALIMENTÍCIOS	COMÉRCIO
107	GÊNEROS ALIMENTÍCIOS	COMÉRCIO
108	GÊNEROS ALIMENTÍCIOS	COMÉRCIO
109	COMÉRCIO DE VARIEDADES	COMÉRCIO
111	BAR	COMÉRCIO
112	COMÉRCIO DE VARIEDADES	COMÉRCIO
113	PRODUTOS DE LIMPEZA	COMÉRCIO
114	GÊNEROS ALIMENTÍCIOS	COMÉRCIO
115	CONSTRUÇÃO CIVIL	SERVIÇOS
116	BRECHÓ	COMÉRCIO
117	CONFECÇÃO, COSTURA	COMÉRCIO
118	BAR	COMÉRCIO
119	CONFECÇÃO, COSTURA	INDÚSTRIA

120	PRODUTOS DE LIMPEZA	INDÚSTRIA
121	GÊNEROS ALIMENTÍCIOS	COMÉRCIO
122	CONSTRUÇÃO CIVIL	SERVIÇOS
123	CONFECÇÃO, COSTURA	INDÚSTRIA
126	GÊNEROS ALIMENTÍCIOS	INDÚSTRIA
128	GÊNEROS ALIMENTÍCIOS	COMÉRCIO
130	CONFECÇÃO, COSTURA	SERVIÇOS
131	BAR	COMÉRCIO
132	CONFECÇÃO, COSTURA	SERVIÇOS
135	BAR	COMÉRCIO
136	GÊNEROS ALIMENTÍCIOS	COMÉRCIO
137	BAR	COMÉRCIO
138	CONSTRUÇÃO CIVIL	SERVIÇOS
139	COMÉRCIO VAREJISTA	COMÉRCIO
140	ESTÉTICA	COMÉRCIO
141	SERVIÇOS EM GERAL	SERVIÇOS
143	COMÉRCIO DE VARIEDADES	COMÉRCIO
144	BAR	COMÉRCIO
145	CONFECÇÃO, COSTURA	INDÚSTRIA
146	ARTESANATO	INDÚSTRIA
150	COMÉRCIO VAREJISTA	COMÉRCIO

ANEXO 6**Lideranças do Jardim Santo André convidadas para a reunião**

NOME	NUCLEO	ÁREA	TELEFONE
Alemão	Cruzado	III	7617.0391
Alexandre	Galileia (Presidente associação de moradores - contato telefônico)	I	9392.8780
Antonio Lagos	Toledanos	III	7673.6890
Bigode (Dogival)	Lamartine, 1259 (participou da reunião -foi candidato)	I	4972.5790
Bozó	Prédio A11/Dominicanos	-	9921.6398
Eliana	Associação de Moradores Toledanos (contato telefônico)	III	8649.4196
Evandir	Galileia (casinhas – associação de moradores)	I	4455.1320/9323.646 6
Fábio	Predinho (24) (foi candidato)	-	8358.2176/4452.883 2
Fátima	Rua Dominicanos, 20 (participou da reunião Representando Maria Lúcia)	I	4453.1170/ 4451.0690
Gedalva		-	4452.4554
Ita (m)	Casinhas CDHU (contato telefônico)	-	9510.0411

NOME	NUCLEO	ÁREA	TELEFONE
José Silva	Rua Galileia, q. 1, casa 4 (participou da reunião)	I	4455.7344
Juraci	Missionários (contato telefônico)	I	8202.7774
Lazinho	Dravidiana (contato telefônico)	II	7112.0913
Maria Lucia	Dominicanos	I	4451.0690
Maria das Neves	Rua Dominicanos, 13 (participou na reunião agente comunitária)	I	4972.4553
Rosalina	Missionários	I	9147.2221
Samyra		-	9248.7300/8338.0982
Sonia/Luis Negão	Lamartine (associação de moradores)	I	4451.9855
Sonia	Associação Beneficente	-	9201.2325

ANEXO 7**Reunião com lideranças do Jardim Santo André**

Dia 06 de agosto de 2008

Local: CESA Jardim Santo André

Programação:

- ⇒ Apresentação dos objetivos da reunião.
- ⇒ Apresentação dos participantes.
- ⇒ Apresentação dos slides contendo os resultados das pesquisas “Pesquisa e estudo para a promoção do desenvolvimento local, empreendedorismo e economia solidária no Município de Santo André” e “Promoção do desenvolvimento econômico local – Pesquisa socioeconômica e estímulo à organização comunitária no Jardim Santo André – Santo André”
- ⇒ Debate

Os participantes foram convidados a localizarem no mapa a região na qual atuam no Jardim Santo André.

PARTICIPANTES

NOME	
Taiguara	Secretaria de Planejamento e Orçamento Participativo
Marilda	SDAR/DGTR
Marcelo	Secretaria de Planejamento e Orçamentop Participativo
Sonia	Estagiária de Assistente social
Romeu	Junta Autônomos
Willans	
Maria das Neves	Estagiária de Agente comunitária
Fátima	Representando Maria Lúcia
Kelly	Projeto Sementinha - Secretaria de Educação
Dogival	Líder comunitário
José Silva	Líder comunitário
Sonia	Associação Beneficente

ANEXO 8

Convites para reunião do Grupo de Debate

C O N V I T E

**CONVIDAMOS VOCÊ PARA PARTICIPAR DE UM ENCONTRO DE EMPREENDEDORES
POPULARES DO JARDIM SANTO ANDRÉ**

DIA 22 DE SETEMBRO DE 2008

DAS 9:30 ÀS 11:30 HORAS

LOCAL: Avenida Loreto, 475 (Salão MIX)



Prefeitura de Santo André



C O N V I T E

**CONVIDAMOS VOCÊ PARA PARTICIPAR DE UM ENCONTRO DE EMPREENDEDORES
POPULARES DO JARDIM SANTO ANDRÉ**

DIA 27 DE OUTUBRO DE 2008

DAS 9:30 ÀS 11:30 HORAS

LOCAL: Rua dos Dominicanos, 1250 – Jardim Santo André



Prefeitura de Santo André



ANEXO 9

Empreendedores populares convidados para a reunião do Grupo de Debate

ÁREA	Nº NO MAPA	NOME	RUA	Nº	TIPO DO NEGÓCIO
I	94	Arnaldo	Rua do Pedroso	1.635	FERRO VELHO- SUCATA
I	112	Joseilson (Primo)	Missionários	2	BAZAR, VENDE ALIMENTOS
I	113	Rosália	Missionários	7	VENDE PRODUTO DE LIMPEZA, FAZ E VENDE GELINHO
I	114	Marli	Missionários	18	QUITANDA
I	116	Maria/ Leonildo	Missionários	47	BRECHÓ
I	117	Dalva	Missionários	50	PRODUÇÃO E VENDA DE ROUPAS
I	119	Ivone	Missionários	56	COSTURA E VENDE ROUPAS
I	120	Josefa/Roberto	Missionários	76	VENDE SABÃO
I	121	Edna	Missionários	95	FAZ CACHORRO-QUENTE E LANCHES, SORVETE
I	122	Pedro da Luz	Missionários	144	CARPINTARIA, PEDREIRO, HIDRÁULICA
I	123	Dileusa	Missionários	143	CONFECÇÃO DE ROUPAS
I	128	Maria Regina	Missionários	32	DOCERIA
I	130	Ivonete	Missionários	558	COSTUREIRA
I	131	Jadir (Mineiro)	Missionários	570	BAR
I	132	Rosilda	Missionários	149	COSTUREIRA
I	135	Rogério	Missionários	167	COMÉRCIO DE BEBIDAS
I	136	Enoque	Missionários	31	BOMBONNIÈRE
I	139	Sueli	Toledana 1	90	MERCEARIA
I	140	Maria	Toledana	107	TAPIOCA (FAZ E VENDE), COMÉSTICOS

ÁREA	Nº NO MAPA	NOME	RUA	Nº	TIPO DO NEGÓCIO
I	141	Antônio	Toledana 1	401	ALUGA COCHEIRA PARA CAVALOS
I	143	Sandra (BP)	Toledana 1	41	BANCA DE VARIEDADES - BIJOU, BRINQUEDOS
I	144	Eunice	Toledana	41	BAR e RESTAURANTE
I	146	Elisabete	Toledana 1	345	COSTURA e ARTESANATO
I	150	José Franscisco	Toledana 1	513	PANIFICADORA/MERCEARIA
II	50	Alessandro	Pedroso	2.015	COMÉRCIO, FERRAMENTAS, MIUDEZAS, DOCES
II	68	Tânia	Bizancio	29	SERVICO DE ESTÉTICA: MANICURE, PEDICURE, CABELEIREIRO, DEPILA
II	71	José	Bizâncio	72	TROCA DE ÓLEO
II	72	Maria	Bizâncio	119	BAR
II	73	José Antônio	Bizâncio	194	COMÉRCIO DE BEBIDAS
II	77	João	Éden	275	BAZAR, PAPELARIA
II	79	Girlanete (BP)	Salesiana	613	LAN HOUSE
II	80	Francisco	Salesiana	639	VENDE BEBIDA
II	85	Aparecida	Maronita	42	PRODUZ E VENDE SORVETE
II	86	Maria (BP)	Maronita	527	DOCERIA
II	91	Luiz	Canossa	100	MECÂNICA
III	82	Ana Paula	São Francisco	1.156	CASA DO NORTE, MERCEARIA
III	28	Domingas	Loreto	76	CABELEIREIRO
III	31	Severino	Loreto	423	BAR E DOCERIA
III	32	José (BP)	Loreto	430	MERCADO DE GENERO ALIMENTÍCIO

<i>ÁREA</i>	<i>Nº NO MAPA</i>	<i>NOME</i>	<i>RUA</i>	<i>Nº</i>	<i>TIPO DO NEGÓCIO</i>
III	33	Maria	Loreto	439	BAR - COMÉRCIO DE BEBIDAS
III	34	José	Loreto	457	PADARIA
III	35	Raimunda	Loreto	499	COMÉRCIO DE PRODUTO DE LIMPEZA
III	36	Maria Aparecida	Loreto	517	COMÉRCIO DE VARIEDADES
III	37	Dalvio	Loreto	541	AUTO ELÉTRICA
III	38	Sandro	Loreto	589	MERCADINHO
III	39	Iracema	Loreto	606	BAR, BRECHÓ, PRODUTOS DE LIMPEZA
III	44	Cida	Pompéia	6	BAZAR
III	46	o Simoni	Pompéia	99	MARCENARIA
III	90	Damião e Luciano	Oriente	496	LOJA DE MATERIAIS DE CONSTRUÇÃO
III	93	Iolanda	Vaticano	174	DOCERIA, REFRIGERANTES
III	108	Claudio	União	397	DOCERIA
III	106	José Inácio	Do Cruzeiro	259	PANIFICADORA
III	103	Maria do Carmo	Cruzeiro	79	DOCERIA
III	103	Maria do Carmo	Cruzeiro	79	DOCERIA
III	105	Margarida	Do Cruzeiro	247	DOCERIA E CABELEREIRO

ANEXO 10**Participantes da reunião do Grupo de Debate**

NOME	ENDEREÇO	TIPO DE NEGÓCIO	LOCALIZAÇÃO NO MAPA
Dalvio	Av. Loreto, 541	Auto elétrica	Área III/37
Elisabete	R. Toledana 1, 345	Costura e artesanato	Área I/146
Girlanete	R. Salesiana, 613	Lan house	Área II/79
Iracema	Av. Loreto, 606	Bar, brechó e produtos de limpeza	Área III/39
Maria	Av. Loreto, 457	Padaria	Área III/34
José	Av. Loreto, 430	Mercado	Área III/32
José Francisco	R. Toledana , 1	Padaria/mercearia	Área I/150
Antonio	Av. Loreto, 439	Bar	Área III/33
Maria Aparecida	Av. Loreto, 517	Mercado	Área III/36
Margarida	R. do Cruzeiro, 247	Salão de Beleza e Doceria	Área III/122
Arlindo	Av. Loreto, 475	Bazar	convidado
Almir	Banco do Povo		
Aldo	DGTR		
Luciana	DGTR		

ANEXO 11

Programação e relato da reunião do Grupo de Trabalho

Realizado dia 22 de setembro de 2008

Local: Salão MIX. Avenida Loreto, 475

Programação

- ⇒ Apresentação dos objetivos da reunião.
- ⇒ Apresentação dos empreendedores – nome, onde mora, tipo de empreendimento.
- ⇒ Localização dos empreendimentos populares no mapa.
- ⇒ Apresentação dos slides com os resultados das pesquisas realizadas no Jardim Santo André (*Pesquisa e estudo para a promoção do desenvolvimento local, empreendedorismo e economia solidária no Município de Santo André e Promoção do Desenvolvimento Econômico Local - Pesquisa socioeconômica e estímulo à organização comunitária no Jardim Santo André – São Paulo*)
- ⇒ Debate.
- ⇒ Sistematização (tarjetas).
- ⇒ Encaminhamentos.

Metodologia

- ⇒ Na apresentação dos participantes estes devem localizar e marcar seus empreendimentos no mapa (geoprocessamento).
- ⇒ O objetivo desse trabalho é facilitar a visualização da distribuição dos empreendimentos populares no bairro e incentivar o debate acerca das possibilidades de articulação entre eles, sob diferentes aspectos:

1. Mesma atividade,
2. Atividades complementares,
3. Novas atividades (levantamento entre os presentes da demanda que precisa ser atendida tanto para consumidores, quanto para empreendedores),
4. Novas atividades já apontadas: horta comunitária, coleta seletiva de lixo, jornal para divulgação dos prestadores de serviços, central de serviços autônomos.
5. Outras oportunidades existentes ou a serem criadas.

- ⇒ Debate sobre as formas que a Prefeitura poderia contribuir nessa articulação entre os empreendedores.
- ⇒ Trabalho com tarjetas definindo o que fazer, como, no que a Prefeitura deverá colaborar e o que é responsabilidade dos empreendedores.
- ⇒ Encaminhamentos e encerramento.

SISTEMATIZAÇÃO DO TRABALHO

Proposta

- ⇒ Confeção de jornal para divulgação dos empreendimentos populares locais.

Ações

- ⇒ Os empreendedores podem contribuir com a distribuição no próprio empreendimento e em área pré-definida;
- ⇒ Os jornais podem ser deixados no ponto final dos ônibus;
- ⇒ Distribuição dos jornais nas feiras: contratação pessoa.

Contribuição da Prefeitura

- ⇒ Fornecer suporte para colocar os jornais nos centros, pontos de ônibus, Pronto Socorro e Postos de Saúde;
- ⇒ Autorizar a distribuição em locais públicos.

Solicitações à Prefeitura

- ⇒ Controlar e garantir que os feirantes sejam moradores do Jardim Santo André.
- ⇒ Redução da taxa para comercializar em feiras.
- ⇒ Feira do Jardim Santo André com maior variedade de produtos.
- ⇒ Cursos de capacitação com acompanhamento dos empreendedores.

COMENTÁRIOS GERAIS

- ⇒ Há muita burocracia para conseguir as coisas na Prefeitura.
- ⇒ Muitas pessoas achavam que a reunião estava relacionada com as eleições, por isso não compareceram.
- ⇒ Há muito egoísmo, falta união entre os empreendedores populares locais, e entre os moradores também.
- ⇒ A articulação pode ser viável para empreendimentos de uma mesma atividade.
- ⇒ Falta comércio, mas sem ser repetido.

ANEXO 12

Apresentação dos resultados das pesquisas na reunião do Grupo de Debate

GRUPO DE DEBATE 1

**Santo André, 22 de setembro de 2008
Jardim Santo André**



Prefeitura Municipal de Santo André

Objetivo dos Grupos de Debate

- ⇒ Divulgação dos resultados obtidos nas pesquisas.
- ⇒ Criação de um espaço de diálogo e reflexão sobre as potencialidades socioeconômicas do Jardim Santo André.
- ⇒ Construção de propostas de ação que visem a promoção do desenvolvimento local e que possam ser desencadeadas por parte dos empreendedores populares contando com o apoio da Prefeitura de Santo André.

Pesquisa e estudo para promoção do desenvolvimento local, empreendedorismo e economia solidária no Município de Santo André

Dezembro de 2006 a abril de 2007

Objetivos

⇒ Mapeamento dos empreendimentos populares e das oportunidades no Jardim Santo André para subsidiar ações articuladas pela Prefeitura para a promoção de políticas participativas de fomento ao desenvolvimento local, empreendedorismo e economia solidária.

⇒ Contribuir para a redução das desigualdades sociais, para a melhoria da qualidade de vida e incentivo à participação popular.

A pesquisa

⇒ Foram entrevistados 150 empreendedores populares,
⇒ Dos quais 30 são clientes do Banco do Povo.

Critérios

⇒ Empreendimentos localizados em domicílios,
⇒ Com identificação exterior,
⇒ Máximo de 2 ajudantes remunerados.

Promoção do Desenvolvimento Econômico Local – Pesquisa Socioeconômica e Estímulo à Organização Comunitária no Jardim Santo André – São Paulo

Outubro de 2007 a dezembro de 2008

Objetivos

⇒ Mapeamento dos empreendimentos populares e das oportunidades no Jardim Santo André para subsidiar ações articuladas pela Prefeitura para a promoção de políticas participativas de fomento ao desenvolvimento local, empreendedorismo e economia solidária.

⇒ Contribuir para a redução das desigualdades sociais, para a melhoria da qualidade de vida e incentivo à participação popular.

A pesquisa

⇒ Foram entrevistados 150 empreendedores populares,
⇒ Dos quais 30 são clientes do Banco do Povo.

Critérios

⇒ Empreendimentos localizados em domicílios,
⇒ Com identificação exterior,
⇒ Máximo de 2 ajudantes remunerados.

Objetivos

⇒ Pesquisa para identificar as características de consumo da comunidade e as potencialidades econômicas da região.

⇒ Mapeamento dos empreendimentos populares.

⇒ Facilitar o acesso à informação,
⇒ proporcionar espaço para a troca de experiências entre os empreendedores populares,
⇒ favorecer o debate, a organização e articulação da comunidade em torno de questões referentes ao desenvolvimento socioeconômico local.

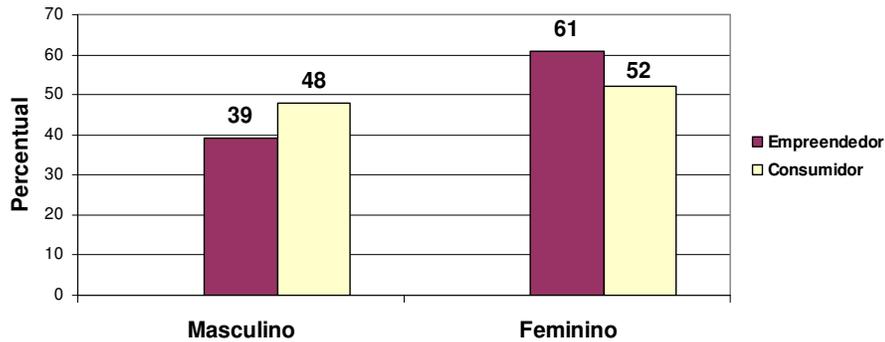
A pesquisa

Foram pesquisados 500 moradores/consumidores residentes no Jardim Santo André, na mesma região em que foi realizada a pesquisa com os empreendedores populares.

Localização Geográfica

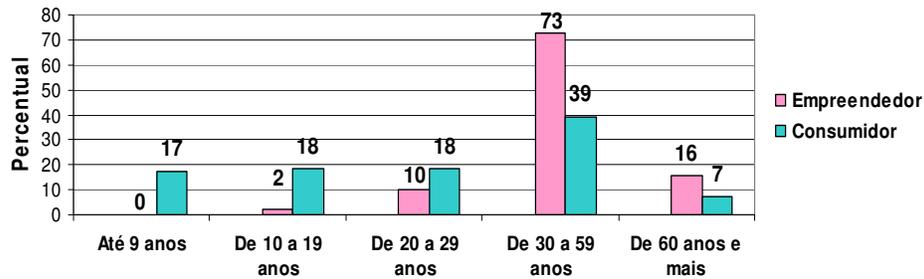


Gênero



Fonte: Prefeitura do Município de Santo André/Dieese – “Pesquisa e estudo para a promoção do desenvolvimento local, empreendedorismo e economia solidária no Município de Santo André” e Promoção do Desenvolvimento Local – Pesquisa Socioeconômica e Estímulo à Organização Comunitária no Jardim Santo André – São Paulo

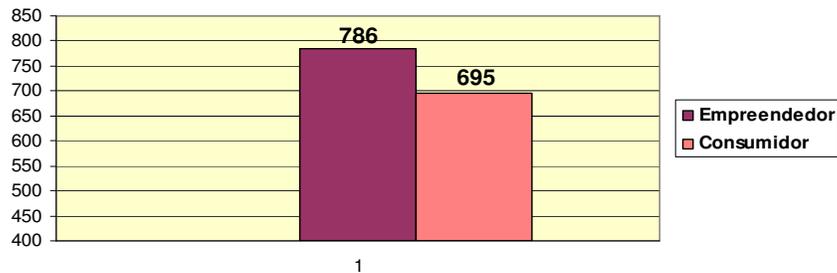
Faixa Etária



⇒ 90% dos empreendedores têm idade superior a 30 anos

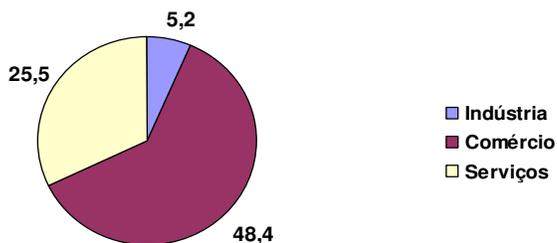
Fonte: Prefeitura do Município de Santo André/Dieese – “Pesquisa e estudo para a promoção do desenvolvimento local, empreendedorismo e economia solidária no Município de Santo André” e Promoção do Desenvolvimento Local – Pesquisa Socioeconômica e Estímulo à Organização Comunitária no Jardim Santo André – São Paulo

Renda média mensal (em Reais)



Fonte: Prefeitura do Município de Santo André/Dieese – “Pesquisa e estudo para a promoção do desenvolvimento local, empreendedorismo e economia solidária no Município de Santo André” e Promoção do Desenvolvimento Local – Pesquisa Socioeconômica e Estímulo à Organização Comunitária no Jardim Santo André – São Paulo

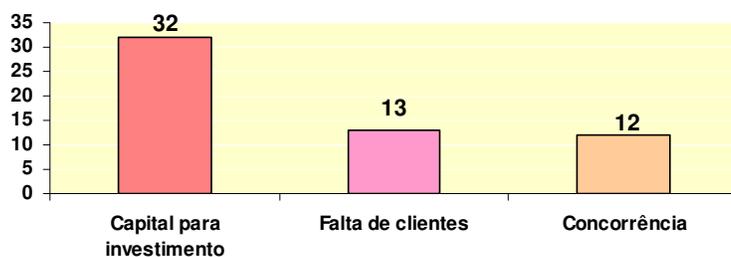
Setor de atividade (%)



⇒ Indústria – marcenaria, panificação e confecção.

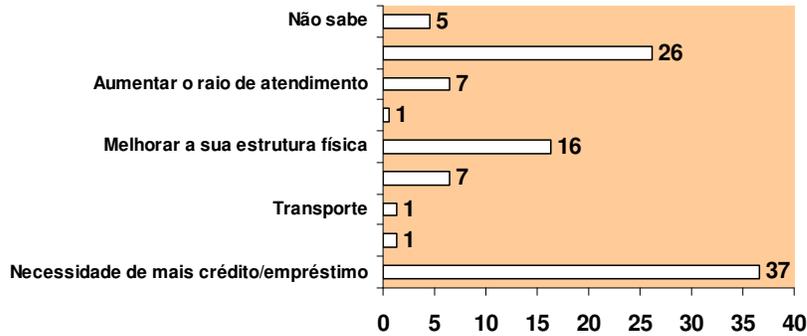
Fonte: Prefeitura do Município de Santo André/Dieese – “Pesquisa e estudo para a promoção do desenvolvimento local, empreendedorismo e economia solidária no Município de Santo André” e Promoção do Desenvolvimento Local – Pesquisa Socioeconômica e Estímulo à Organização Comunitária no Jardim Santo André – São Paulo”

Principais dificuldades dos empreendedores (%)



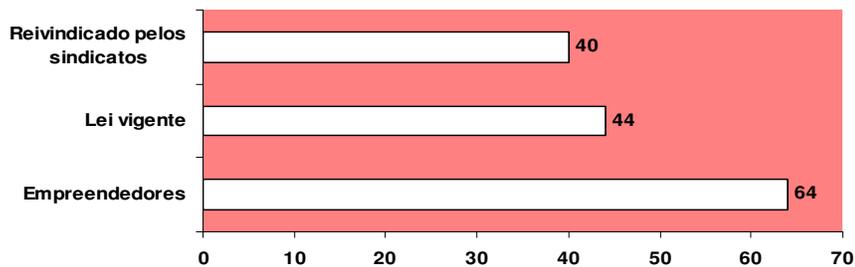
Fonte: Prefeitura do Município de Santo André/Dieese – “Pesquisa e estudo para a promoção do desenvolvimento local, empreendedorismo e economia solidária no Município de Santo André” e Promoção do Desenvolvimento Local – Pesquisa Socioeconômica e Estímulo à Organização Comunitária no Jardim Santo André – São Paulo”

Considera fundamental para melhoria do Empreendimento (%)



Fonte: Prefeitura do Município de Santo André/Dieese – “Pesquisa e estudo para a promoção do desenvolvimento local, empreendedorismo e economia solidária no Município de Santo André” e Promoção do Desenvolvimento Local – Pesquisa Socioeconômica e Estímulo à Organização Comunitária no Jardim Santo André – São Paulo

Horas trabalhadas semanais (horas)

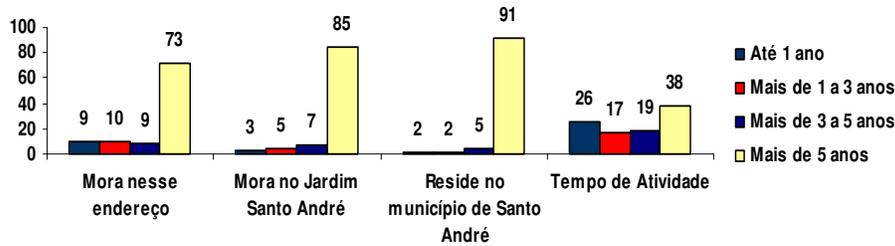


⇒ 71% dos empreendedores trabalham 7 dias por semana. Por lei, a jornada de trabalho é de até 6 dias por semana (incluindo 4 horas no sábado).

⇒ 66% dos empreendedores trabalham mais de 60 horas por semana.

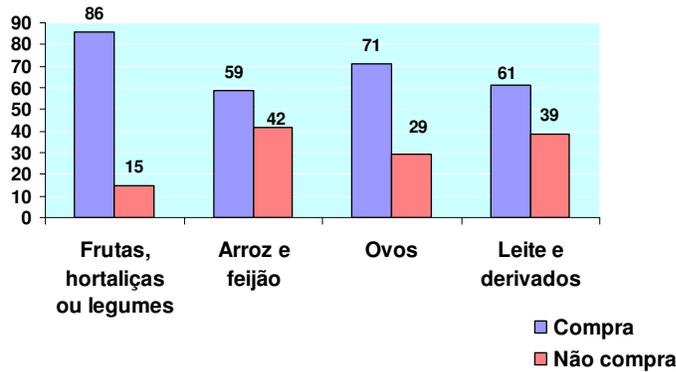
Fonte: Prefeitura do Município de Santo André/Dieese – “Pesquisa e estudo para a promoção do desenvolvimento local, empreendedorismo e economia solidária no Município de Santo André” e Promoção do Desenvolvimento Local – Pesquisa Socioeconômica e Estímulo à Organização Comunitária no Jardim Santo André – São Paulo

Tempo de atividade e tempo de residência (%)



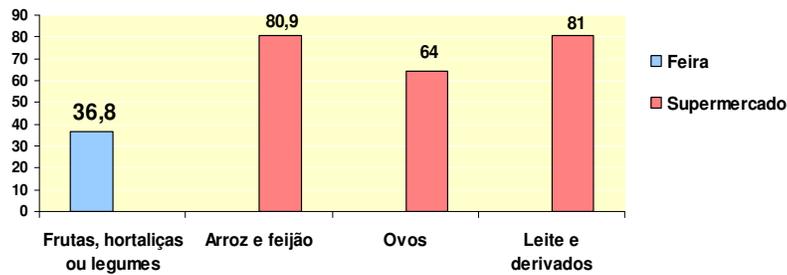
Fonte: Prefeitura do Município de Santo André/Dieese – “Pesquisa e estudo para a promoção do desenvolvimento local, empreendedorismo e economia solidária no Município de Santo André” e Promoção do Desenvolvimento Local – Pesquisa Socioeconômica e Estímulo à Organização Comunitária no Jardim Santo André – São Paulo”

Compra no Jardim Santo André? (%)



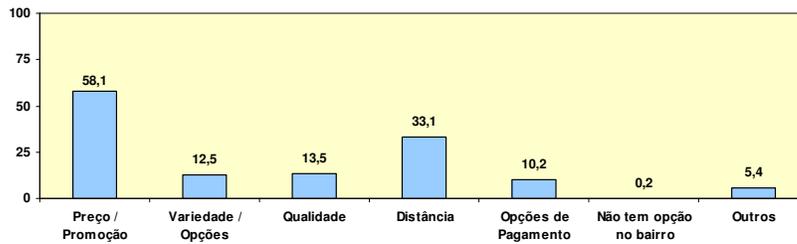
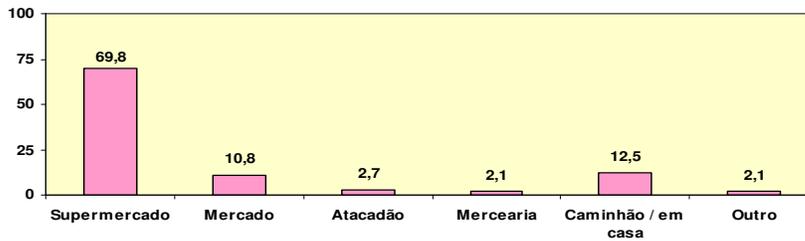
Fonte: Prefeitura do Município de Santo André/Dieese – “Pesquisa e estudo para a promoção do desenvolvimento local, empreendedorismo e economia solidária no Município de Santo André” e Promoção do Desenvolvimento Local – Pesquisa Socioeconômica e Estímulo à Organização Comunitária no Jardim Santo André – São Paulo”

Local de preferência para compra no Jardim Santo André (%)



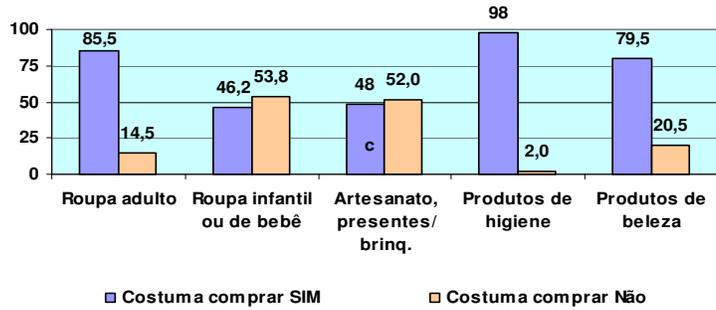
Fonte: Prefeitura do Município de Santo André/Dieese – “Pesquisa e estudo para a promoção do desenvolvimento local, empreendedorismo e economia solidária no Município de Santo André” e Promoção do Desenvolvimento Local – Pesquisa Socioeconômica e Estímulo à Organização Comunitária no Jardim Santo André – São Paulo”

Locais e motivos de compra dos produtos de limpeza no Jardim Santo André



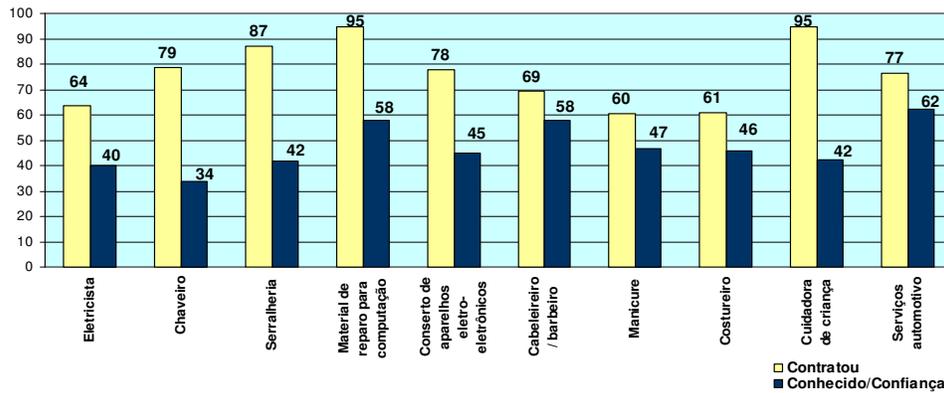
Fonte: Prefeitura do Município de Santo André/Dieese – “Pesquisa e estudo para a promoção do desenvolvimento local, empreendedorismo e economia solidária no Município de Santo André” e Promoção do Desenvolvimento Local – Pesquisa Socioeconômica e Estímulo à Organização Comunitária no Jardim Santo André – São Paulo”

Costuma comprar no Jardim Santo André?



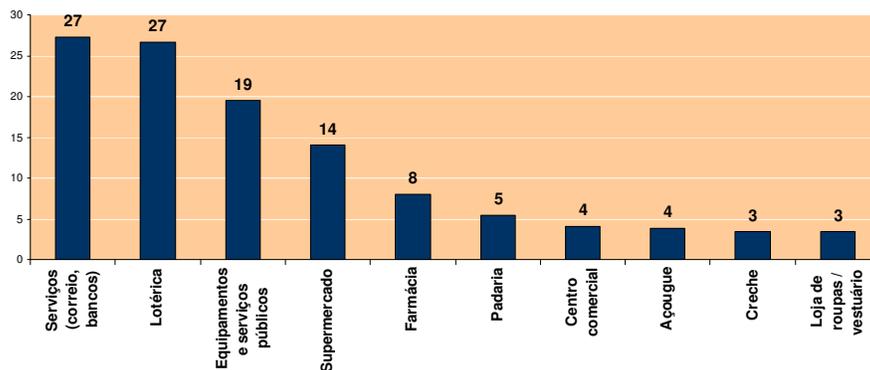
Fonte: Prefeitura do Município de Santo André/Dieese – “Pesquisa e estudo para a promoção do desenvolvimento local, empreendedorismo e economia solidária no Município de Santo André” e Promoção do Desenvolvimento Local – Pesquisa Socioeconômica e Estímulo à Organização Comunitária no Jardim Santo André – São Paulo”

Contratação de serviços (%)



Fonte: Prefeitura do Município de Santo André/Dieese – “Pesquisa e estudo para a promoção do desenvolvimento local, empreendedorismo e economia solidária no Município de Santo André” e Promoção do Desenvolvimento Local – Pesquisa Socioeconômica e Estímulo à Organização Comunitária no Jardim Santo André – São Paulo”

O que falta no Jardim Santo André? (%)



Fonte: Prefeitura do Município de Santo André/Dieese – “Pesquisa e estudo para a promoção do desenvolvimento local, empreendedorismo e economia solidária no Município de Santo André” e Promoção do Desenvolvimento Local – Pesquisa Socioeconômica e Estímulo à Organização Comunitária no Jardim Santo André – São Paulo

Informações importantes

- ⇒ 60% são mulheres
- ⇒ 70% têm idade entre 30 e 59 anos
- ⇒ 60% trabalham no próprio domicílio
- ⇒ 76% trabalham sozinhos
- ⇒ 48% dos empreendimentos são estabelecimentos comerciais
- ⇒ 85% dos empreendedores exercem sua atividade de forma permanente
- ⇒ 57% afirmam que enfrentam muita concorrência
- ⇒ 93% dos empreendedores vendem para pessoa física residentes no Jardim Santo André
- ⇒ 63% não conseguem poupar e nem reaplicar no próprio negócio
- ⇒ 52% não conseguem separar as despesas pessoais e as do empreendimento
- ⇒ 89% não fazem nenhum controle da contabilidade.

Fonte: Prefeitura do Município de Santo André/Dieese – “Pesquisa e estudo para a promoção do desenvolvimento local, empreendedorismo e economia solidária no Município de Santo André” e Promoção do Desenvolvimento Local – Pesquisa Socioeconômica e Estímulo à Organização Comunitária no Jardim Santo André – São Paulo

ANEXO 13

Programação da Oficina de Trabalho – Dieese/DGTR

OFICINA DE TRABALHO

Apresentação e debate dos resultados

**Pesquisa e estudo para a promoção do desenvolvimento local,
empreendedorismo e economia solidária no Município de Santo André
Promoção do desenvolvimento econômico local – Pesquisa socioeconômica e
estímulo à organização comunitária no Jardim Santo André – Santo André
Dia 5 de setembro de 2008**

Programação

9 horas

- Abertura.
- Apresentação dos participantes.
- Apresentação da pauta e os objetivos da Oficina.

9:20 horas

- Apresentação do resultado das pesquisas realizadas no Jardim Santo André.
- Apresentação de questões/problematização dos dados obtidos.

11 horas

- Café

11:15 horas

- Divisão em grupos para debate e análise dos dados apresentados.

13 horas

- Almoço

14 horas

- Continuidade dos trabalhos em grupo.

15 horas

- Café.

15:15 horas

- Apresentação do resultado do trabalho em grupos.
- Debate.

17 horas

- Encerramento.

ANEXO 14

Participantes da Oficina de Trabalho – Dieese/DGTR

5 de setembro de 2008

Local – Secretariado Nacional dos Trabalhadores do Comércio e Serviços – SENTRACOS

Participantes:

NOME	INSTITUIÇÃO
Clemente Ganz Lúcio	Diretor Técnico do Dieese
Magda Chiossi	Consultora
Cristiane Perez	Dieese
Luciano Simões	Observatório do Trabalho - SP
Fernando	Observatório do Trabalho - SP
Sergio Mendonça	Coordenador dos Observatórios do Trabalho
Marcos	Observatório do Trabalho - Osasco
Noé Cazzeta	Diretor do Departamento de Geração de trabalho e Renda da Prefeitura do Município de Santo André - DGTR
Ildslaine Silva	DGTR
Aldo	DGTR
Ângela Schwengber	Dieese
Maysa Dias Garcia	Coordenadora da Pesquisa
Annez Andraus	Instituto Via Pública
Ana Benaveluto	Observatório do Trabalho - SP
João Bonis	Instituto Via Pública

ANEXO 15

Programação do Curso de Capacitação

Conteúdo:

Primeiro momento – Identificação

(Importante para que os participantes se conheçam e troquem informações sobre seus empreendimentos)

Por que ele é empreendedor? Por que ele topou participar?

O que ele espera desse curso? O que ele quer aprender e debater?

Segundo momento – Reconhecimento

(Inserir o empreendedor como empreendedor popular no contexto do debate)

O que é ser empreendedor? O que é ser empreendedor popular?

O que é ser empreendedor popular no Jardim Santo André – área urbana de pobreza?

Necessidade de mobilização social e discussão do desenvolvimento local com toda comunidade e não apenas com os empreendedores. Qual o papel dos empreendedores nesse processo?

Terceiro momento – Técnico

(Levar em consideração os aspectos que os empreendedores apontaram para o debate e outros temas considerados importantes pela pessoa que vai conduzir o curso)

O que significa para os empreendedores que o empreendimento está “dando certo”?

O que é possível fazer para favorecer o desenvolvimento comunitário?

Quais ações coletivas podem ser realizadas na comunidade visando seu desenvolvimento?

Apresentação por parte do DGTR das ações que a Prefeitura de Santo André desenvolve e que podem fomentar o desenvolvimento socioeconômico local.

ANEXO 16

Empreendedores populares convidados para o Curso de Capacitação

ÁREA	NÚMERO MAPA	NOME	RUA	Nº	TELEFONE	TIPO DO NEGÓCIO
I	112	Joseilson	Missionários	2	44559195	COMÉRCIO DE VARIEDADES
I	116	Maria e Ivonildo	Missionários	47	44574123	BRECHÓ
I	119	Ivone	Missionários	56	49743002	COSTURA E VENDE ROUPAS
I	121	Edna	Missionários	95	71236932	FAZ CACHORRO-QUENTE E LANCHES, SORVETE
I	123	Dileusa	Missionários	143	49726226	CONFECÇÃO DE UNIFORMES PROFISSIONAIS
I	140	Maria	Toledana	107	44550789	COMÉSTICOS E TAPIOCA (FAZ E VENDE)
I	150	José Franscisco	Toledana 1	513	49720484	MERCEARIA E PADARIA
II	68	Tânia	Bizancio	29	44550139	SERVICO DE ESTÉTICA: MANICURE, PEDICURE, CABELEREIRO, DEPILA
II	85	Aparecida	Maronita	42	44575768	PRODUZ E VENDE SORVETE
II	86	Maria (BP)	Maronita	527	44518228 após às 20h	MERCEARIA
II	91	Luiz	Canossa	100	34397634	MECÂNICA
III	32	José (BP)	Loreto	430	49714617	MERCEARIA
III	36	Maria Aparecida	Loreto	517	49746843	MERCEARIA

ÁREA	NÚMERO MAPA	NOME	RUA	Nº	TELEFONE	TIPO DO NEGÓCIO
III	37	Dalvio	Loreto	541	34395372	AUTO ELÉTRICA
III	44	Cida	Pompéia	6	91056437	BAZAR E PRODUTOS DE LIMPEZA
III	90	Luciano e Damião	Oriente	496	49721355	LOJA DE MATERIAIS DE CONSTRUÇÃO
III	105	Margarida	Cruzeiro	247	44552764	DOCEIRA, SALÃO DE CABELEREIRO
III	106	Rita (BP) e José Inácio	Cruzeiro	259	44557533	PANIFICADORA
V	75	Edvaldo (Dinho)	Carmelitas	196	44556612	ELETRICISTA DE AUTOS
VI	17	Marta	Dravidiana	206	34399172	OFICINA COSTURA, PAPELARIA
VI	21	Maria Lúcia	Laplace	100	44553119	MERCEARIA

ANEXO 17

Convite para o Seminário Desenvolvimento da Economia Popular no Jardim Santo André

CONVITE

SEMINÁRIO

DESENVOLVIMENTO DA ECONOMIA POPULAR NO JARDIM SANTO ANDRÉ – SANTO ANDRÉ/SP

O QUE VAI SER APRESENTADO?

O mapeamento da economia popular no Jardim Santo André
Os resultados da pesquisa realizada no bairro

O QUE VAI SER DEBATIDO?

As oportunidades e os desafios existentes para o desenvolvimento da economia popular

Sua participação é muito importante!

Dia: 3 de novembro 2008

Local: CESA - Jardim Santo André

Horário: das 9 às 14 horas

Será servido um lanche aos participantes no local durante a Oficina.



Prefeitura de Santo André

ANEXO 18

Programação do Seminário Desenvolvimento da Economia Popular no Jardim Santo André

SEMINÁRIO DESENVOLVIMENTO DA ECONOMIA POPULAR NO JARDIM SANTO ANDRÉ SANTO ANDRÉ/SP

Dia 3 de novembro de 2008
CESA – Jardim Santo André

Programação

9 horas

Abertura
Boas Vindas e Objetivos do Seminário

09h30min

Apresentação do mapa da economia popular no Jardim Santo André
Os resultados da pesquisa e os desafios para o desenvolvimento da economia popular

10h30min horas

Café

11h00min

Debate – Oportunidades e desafios existentes no bairro para a economia popular

12h00min

Síntese

13 horas

Encerramento

ANEXO 19**Empreendedores populares convidados para o Seminário Desenvolvimento da Economia Popular no Jardim Santo André**

ÁREA	N° MAPA	NOME	RUA	N°	TIPO DO NEGÓCIO
I	94	Arnaldo	Rua do Pedroso	1.635	FERRO VELHO-SUCATA
I	112	Joseilson (Primo)	Missionários	2	BAZAR, VENDE ALIMENTOS
I	114	Marli	Missionários	18	QUITANDA
I	116	Maria/ Leonildo	Missionários	47	BRECHÓ
I	117	Dalva	Missionários	50	PRODUÇÃO E VENDA DE ROUPAS
I	122	Pedro da Luz	Missionários	144	CARPINTARIA, PEDREIRO, HIDRÁULICA
I	123	Dileusa	Missionários	143	CONFECÇÃO DE ROUPAS
I	128	Maria Regina	Missionários	32	DOCERIA
I	131	Jadir (Mineiro)	Missionários	570	BAR
I	132	Rosilda	Missionários	149	COSTUREIRA
I	135	Rogério	Missionários	167	COMÉRCIO DE BEBIDAS
I	139	Sueli	Toledana 1	90	MERCEARIA
I	140	Maria	Toledana	107	TAPIOCA (FAZ E VENDE), COMÉSTICOS
I	141	Antônio	Toledana 1	401	ALUGA COCHEIRA PARA CAVALOS
I	143	Sandra (BP)	Toledana 1	41	BANCA DE VARIEDADES - BIJOU, BRINQUEDOS

ÁREA	Nº MAPA	NOME	RUA	Nº	TIPO DO NEGÓCIO
I	144	Eunice	Toledana	41	BAR e RESTAURANTE
I	145	Robetania (BP)	Toledana 1	252	OFICINA DE COSTURA
I	146	Elisabete	Toledana 1	345	COSTURA e ARTESANATO
I	150	José Franscisco	Toledana 1	513	PANIFICADORA/MERC EARIA
II	50	Alessandro	Pedroso	2.015	COMÉRCIO CD, FERRAMENTAS, ARTIGOS E MIUDEZAS, DOCES
II	68	Tânia	Bizancio	29	SERVICO DE ESTÉTICA: MANICURE, PEDICURE, CABELEIREIRO, DEPILA
II	71	José	Bizâncio	72	TROCA DE ÓLEO
II	73	José Antônio	Bizâncio	194	COMÉRCIO DE BEBIDAS
II	77	João	Éden	275	BAZAR, PAPELARIA
II	79	Girlanete (BP)	Salesiana	613	LAN HOUSE
II	85	Aparecida	Maronita	42	PRODUZ E VENDE SORVETE
II	86	Maria (BP)	Maronita	527	DOCERIA
II	91	Luiz	Canossa	100	MECÂNICA
III	32	José Timóteo (BP)	Loreto	430	MERCADO DE GENERO ALIMENTÍCIO
III	34	José	Loreto	457	PADARIA
III	36	Maria Aparecida	Loreto	517	COMÉRCIO DE VARIEDADES
III	37	Dalvio	Loreto	541	AUTO ELÉTRICA
III	38	Sandro	Loreto	589	MERCADINHO

ÁREA	Nº MAPA	NOME	RUA	Nº	TIPO DO NEGÓCIO
III	44	Cida	Pompéia	6	BAZAR
III	46	o Simoni	Pompéia	99	MARCENARIA
III	90	Damião e Luciano	Oriente	496	LOJA DE MATERIAIS DE CONSTRUÇÃO
III	105	Margarida	Cruzeiro	247	DOCERIA, SALÃO DE CABELEIREIRO
III	109	Neusa (BP)	União	415	BAZAR, ARTESANATO, DOCERIA
III	111	Maria Marlene(BP)	Descampado	747	BAR
IV	57	Olinda	Dominicanos	44	VENDE ROUPAS E OBJETOS USADOS - BRECHÓ
IV	58	Graziele	Dominicanos	180	COMÉRCIO DE PRODUTOS DE LIMPEZA
IV	59	Nelson	Dominicanos	250	CONSTRUTOR, INSTALADOR DE BOX PARA BANHEIRO
IV	63	Terezinha (BP)	UM	12	BAR
V	19	Cleuza	Oito de Março	23	COMÉRCIO DE DOCES
V	47	Regina	Pedroso	445	BRECHÓ
V	52	Maria	Milton Barreto	57	TRABALHOS DE ARTESANATO EM BARBANTE
V	75	Edvaldo	Carmelitas	196	ELETRICISTA DE AUTOS
VI	4	Tatiane	Galiléia	Quadra 4 Casa 55	CABELEIREIRO
VI	10	José/Francisca	Nautilus	582	COMÉRCIO DE BEBIDAS
VI	11	Sebastião	Nautilus	615	MANUTENÇÃO ELETRÔNICA, COPIADOR DE CHAVES
VI	14	Maria	Champion	380 A	VENDA DE SORVETES (CASEIRO)
VI	15	José	Dravidiana	153	MANUTENÇÃO ELETRÔNICA
VI	17	Marta	Dravidiana	206	OFICINA COSTURA, PAPELARIA
VI	21	Maria	Laplace	100	MERCEARIA

ÁREA	N° MAPA	NOME	RUA	N°	TIPO DO NEGÓCIO
VI	22	José	Laplace	226	COMÉRCIO DE BEBIDAS
VI	24	Roberto	Lamartine	45 B	TAPECARIA, PINTURA TEXTURIZADA
VI	26	Cícera	Hamurabi	195	SERVICO DE CABELEREIRA
VI	27	Rosângela	14 de Junho	30	BOMBONNIÈRE

ANEXO 20**LIDERANÇAS CONVIDADAS PARA O SEMINÁRIO DESENVOLVIMENTO DA ECONOMIA POPULAR NO JARDIM SANTO ANDRÉ
SANTO ANDRÉ/SP**

NOME	NUCLEO	ÁREA	TELEFONE
Alemão	Cruzado	III	7617.0391
Alexandre	Galileia (Presidente associação de moradores - contato telefônico)	I	9392.8780
Antonio Lagos	Toledanos	III	7673.6890
Bigode (Dogival)	Lamartine, 1259 (participou da reunião anterior)	I	4972.5790
Bozó	Prédio A11/Dominicanos	-	9921.6398
Eliana	Associação de Moradores Toledanos (contato telefônico)	III	8649.4196
Evandir	Galileia (casinhas – associação de moradores)	I	4455.1320/9323.6466
Fábio	Predinhos (24)	-	8358.2176/4452.8832
Fátima	Rua Dominicanos, 20 (participou da reunião Representando Maria Lúcia)	I	4453.1170/ 4451.0690
Gedalva		-	4452.4554
Ita (m)	Casinhas CDHU (contato telefônico)	-	9510.0411

NOME	NUCLEO	ÁREA	TELEFONE
José Silva	Rua Galileia, q. 1, casa 4 (participou da reunião anterior)	I	4455.7344
Juraci	Missionários (contato telefônico)	I	8202.7774
Lazinho	Dravidiana (contato telefônico)	II	7112.0913
Maria Lucia	Dominicanos	I	4451.0690
Maria das Neves	Rua Dominicanos, 13 (participou na reunião agente comunitária)	I	4972.4553
Rosalina	Missionários	I	9147.2221
Samyra		-	9248.7300/8338.0982
Sonia/Luis Negão	Lamartine (associação de moradores)	I	4451.9855
Sonia	Associação Beneficente	-	9201.2325

ANEXO 21

Participantes do Seminário Desenvolvimento da Economia Popular no Jardim Santo André/SP

SEMINÁRIO	
DESENVOLVIMENTO DA ECONOMIA POPULAR NO JARDIM SANTO ANDRÉ – SANTO ANDRÉ/SP	
Data: 3 de novembro de 2008 Local: CESA Jardim Santo André	
 DEPARTAMENTO INTERSINDICAL DE ESTATÍSTICA E ESTUDOS SOCIOECONÔMICOS	 Prefeitura de Santo André

NOME	ATIVIDADE
Dogival P. de Lima	Liderança comunitária
José Carlos de Brto	Empreendedor popular
José Thimotio Neto	Empreendedor popular
Elizabeth Santos	Empreendedor popular
Gerlanete B. de Lavor	Empreendedor popular
Maria Lucia de Souza	Empreendedor popular
Noe Cazetta	DGTR
Juraci Sales	Empreendedor Popular
Eliana P.Luiz	Associação de Amigos e Moradores Toledanas

NOME	ATIVIDADE
Roberto Lantim	DGTR - IPEPS
Luciano Schmit Simões	Dieese – Observatório do Trabalho
Claudete Pagotto	UNICAMP
Jerônimo Neto	DGTR - IPEPS
Luciana Ortiz Frederico	DGTR - IPEPS
José Carlos de Brito	Empreendedor popular
Wilson Rodrigues da Costa	DGTR - Fórum Municipal de Trabalho e Economia Solidária
Valdinete J. Brito	DGTR
Meire Picote	DGTR – Central de Serviços Autônomos
Marilda de Oliveira Lemos	DGTR - IPEPS
Maria Luzinete de Oliveira	UNICAMP
Juliana Sassi	UNICAMP
Rogério Fortini	UNICAMP
Renata Yano	DGTR - IPEPS
Giany A. Povoá	Prefeitura de Várzea Paulista
Vera Barbosa	Prefeitura de
Marcelo Carpintero	Prefeitura de
Samyra Soares	Liderança comunitária

SEMINÁRIO

DESENVOLVIMENTO DA ECONOMIA POPULAR NO JARDIM SANTO ANDRÉ

SANTO ANDRÉ/SP

3 de novembro 2008

Pesquisa e estudo para promoção do desenvolvimento local, empreendedorismo e economia solidária no Município de Santo André

Dezembro de 2006 a abril de 2007

Promoção do Desenvolvimento Econômico Local – Pesquisa Socioeconômica e Estímulo à Organização Comunitária no Jardim Santo André – São Paulo

Outubro de 2007 a dezembro de 2008

O QUE FORAM ESSAS PESQUISAS?

⇒ Mapeamento de 150 empreendimentos populares do Jardim Santo André (empreendimentos localizados em domicílios, com identificação exterior e com, no máximo, 2 ajudantes remunerados).

⇒ Identificação das características de consumo da comunidade e das potencialidades econômicas da região, por meio de pesquisa com 500 moradores/consumidores residentes no Jardim Santo André, na mesma região em que foi realizada a pesquisa com os empreendedores populares.

QUAL O OBJETIVO DAS PESQUISAS?

⇒ para subsidiar ações articuladas pela Prefeitura para a promoção de políticas participativas de fomento ao desenvolvimento local, empreendedorismo e economia solidária.

⇒ para contribuir na redução das desigualdades sociais, na melhoria da qualidade de vida e no incentivo à participação popular.

CONTRIBUIÇÃO À COMUNIDADE

- ⇒ **acesso à informação – divulgação dos resultados**
- ⇒ **criação de espaços para a troca de experiências entre os empreendedores populares e**
- ⇒ **debate, organização e articulação da comunidade em torno de questões referentes ao desenvolvimento socioeconômico local.**

LOCALIZAÇÃO GEOGRÁFICA

Áreas selecionadas para pesquisa de campo

→ Área 1

→ Área 2



1ª PESQUISA

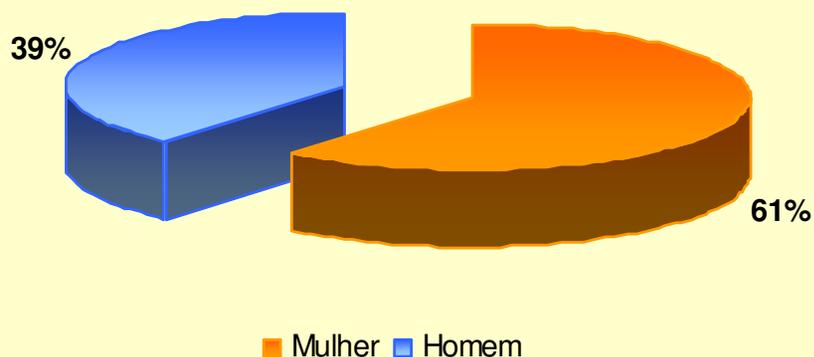
- ⇒ dezembro de 2006 a abril de 2007;
- ⇒ 150 empreendedores populares entrevistados

NOVA VISITA

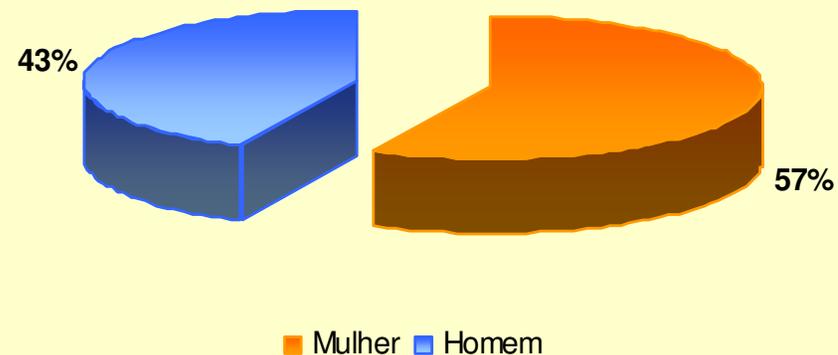
- ⇒ setembro e outubro de 2008:
 - ⇒ 42 fechados definitivamente
 - ⇒ 15 não localizados
 - ⇒ 93 em atividade
 - ⇒ 69 entrevistados

DADOS SOBRE EMPREENDEDORES

1ª PESQUISA



NOVA VISITA

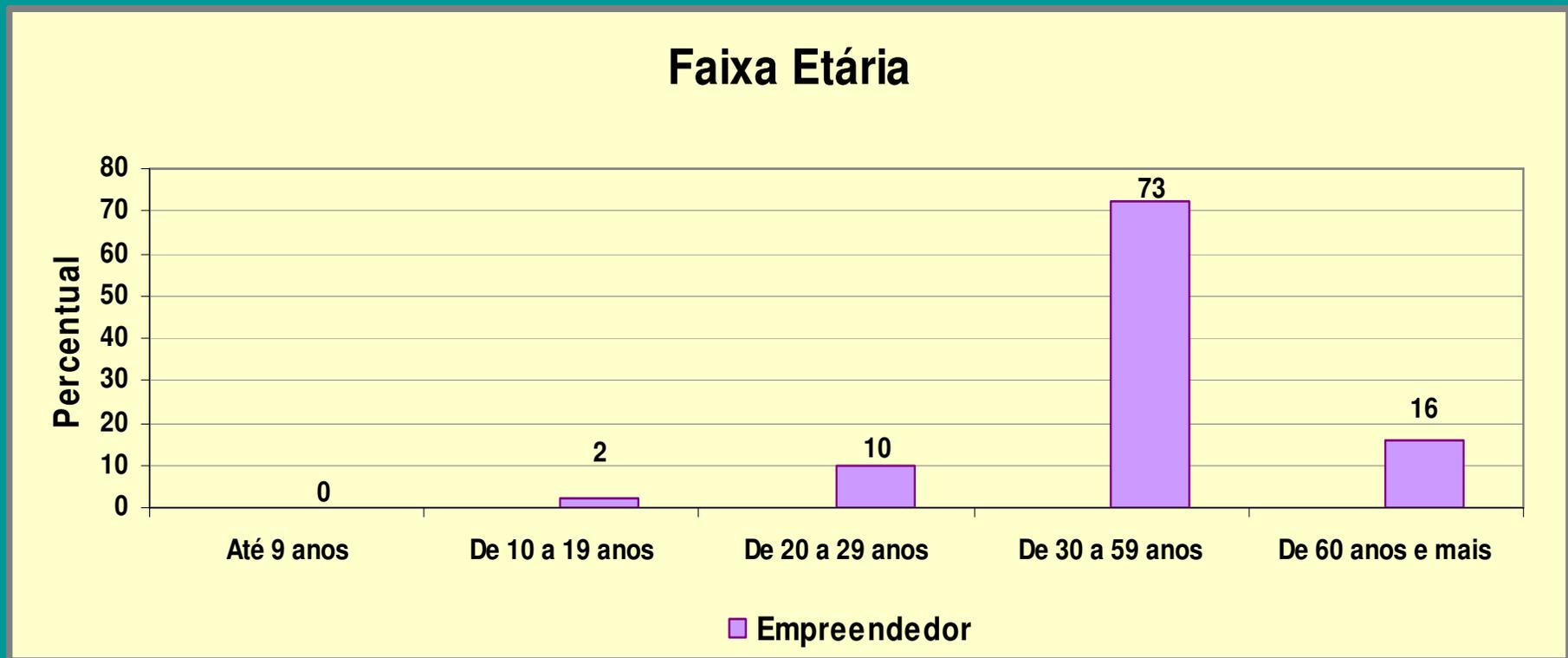


- 61% dos empreendedores populares são mulheres

- a maioria das mulheres é casada

Fonte: Prefeitura do Município de Santo André/Dieese – “Pesquisa e estudo para a promoção do desenvolvimento local, empreendedorismo e economia solidária no Município de Santo André” e Promoção do Desenvolvimento Local – Pesquisa Socioeconômica e Estímulo à Organização Comunitária no Jardim Santo André – São Paulo”

DADOS SOBRE EMPREENDEDORES



⇒ **90% dos empreendedores têm idade superior a 30 anos**

Fonte: Prefeitura do Município de Santo André/Dieese – “Pesquisa e estudo para a promoção do desenvolvimento local, empreendedorismo e economia solidária no Município de Santo André” e Promoção do Desenvolvimento Local – Pesquisa Socioeconômica e Estímulo à Organização Comunitária no Jardim Santo André – São Paulo”

DADOS SOBRE EMPREENDEDORES

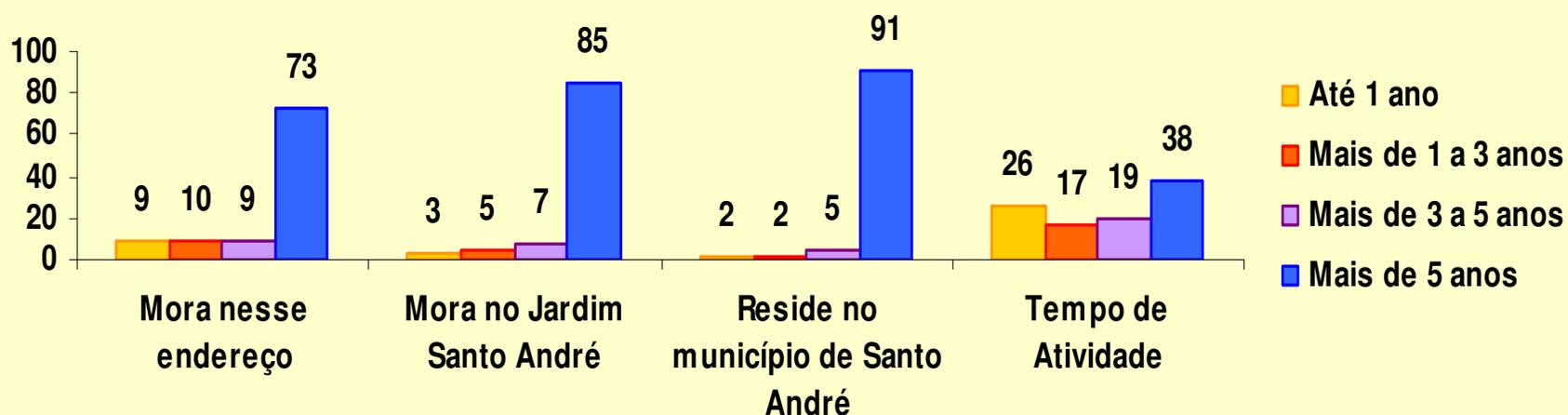


⇒ 71% dos empreendedores trabalham 7 dias por semana. Por lei, a jornada de trabalho é de até 6 dias por semana (incluindo 4 horas no sábado).

⇒ 66% dos empreendedores trabalham mais de 60 horas por semana.

DADOS SOBRE EMPREENDEDORES

Tempo de atividade e tempo de residência (%)



Fonte: Prefeitura do Município de Santo André/Dieese – “Pesquisa e estudo para a promoção do desenvolvimento local, empreendedorismo e economia solidária no Município de Santo André” e Promoção do Desenvolvimento Local – Pesquisa Socioeconômica e Estímulo à Organização Comunitária no Jardim Santo André – São Paulo”

INFORMAÇÕES IMPORTANTES

1ª PESQUISA

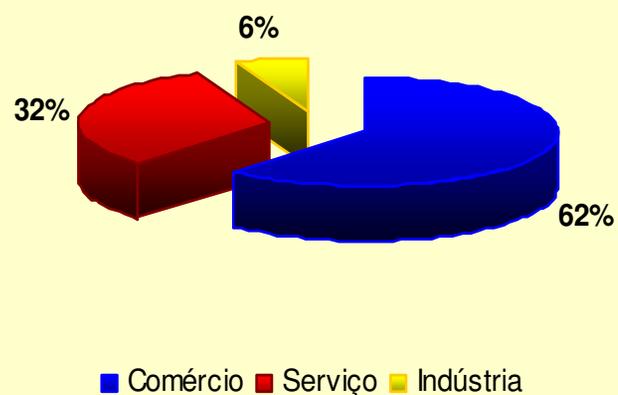
- ⇒ 76% trabalham sozinhos
- ⇒ 85% dos empreendedores exercem sua atividade de forma permanente
- ⇒ 93% dos empreendedores vendem para pessoa física residentes no Jardim Santo André
- ⇒ 63% não conseguem poupar e nem reaplicar no próprio negócio

NOVA VISITA

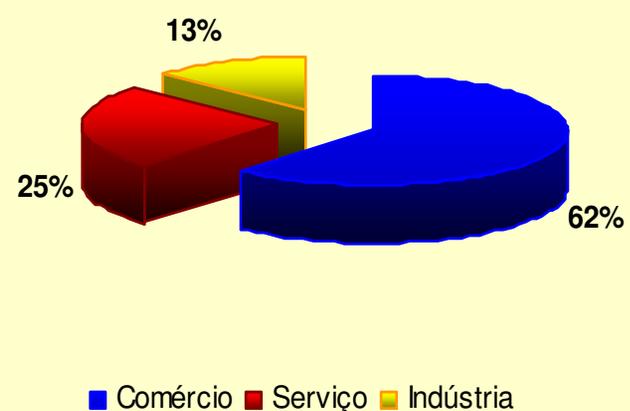
- ⇒ Informações obtidas nas 69 entrevistas :
 - ⇒ Principais motivos para iniciar o empreendimento: desemprego e complementação de renda
 - ⇒ Principal vantagem para manter o empreendimento: ajudar na renda familiar
 - ⇒ Metade dos entrevistados conta com a colaboração da família no negócio
 - ⇒ Uma das características dos empreendimentos populares é a falta de controle sobre a contabilidade. Na primeira pesquisa 89% dos entrevistados não faziam nenhum controle contábil
 - ⇒ Mesmo assim, metade dos entrevistados na nova vista afirmou que faz algum tipo de anotação para não misturar as despesas do empreendimento com as despesas domésticas.

DADOS SOBRE OS EMPREENDIMENTOS

1ª PESQUISA

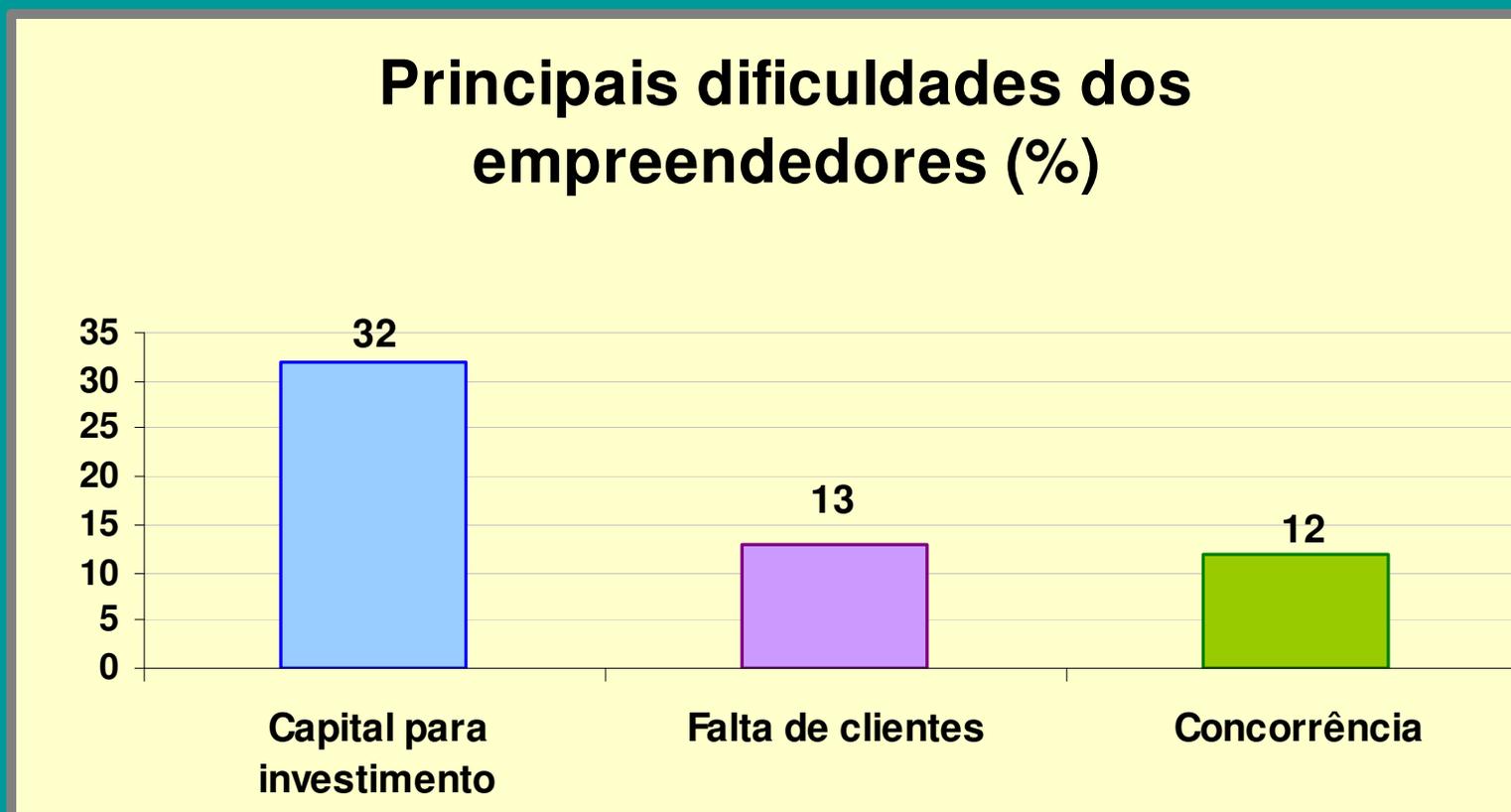


NOVA VISITA



Fonte: Prefeitura do Município de Santo André/Dieese – “Pesquisa e estudo para a promoção do desenvolvimento local, empreendedorismo e economia solidária no Município de Santo André” e Promoção do Desenvolvimento Local – Pesquisa Socioeconômica e Estímulo à Organização Comunitária no Jardim Santo André – São Paulo”

DADOS SOBRE OS EMPREENDIMENTOS



Fonte: Prefeitura do Município de Santo André/Dieese – “Pesquisa e estudo para a promoção do desenvolvimento local, empreendedorismo e economia solidária no Município de Santo André” e Promoção do Desenvolvimento Local – Pesquisa Socioeconômica e Estímulo à Organização Comunitária no Jardim Santo André – São Paulo”

DADOS SOBRE OS EMPREENDIMENTOS

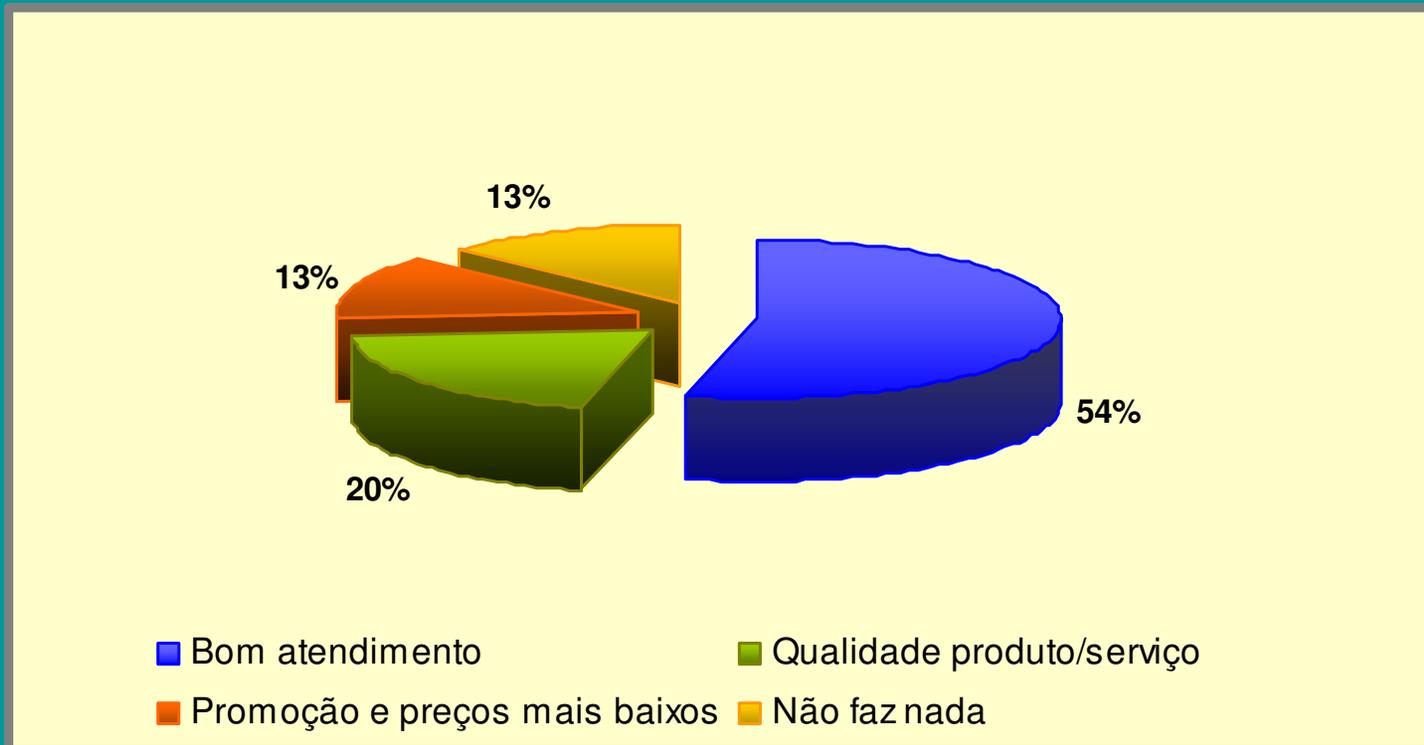
1ª PESQUISA – 57% enfrenta muita concorrência

NOVA VISITA:

- ⇒ Metade dos entrevistados considera que o empreendimento melhorou, houve aumento das vendas/clientes, por causa da melhoria econômica do país.
- ⇒ A concorrência também é o principal problema enfrentado pelos empreendedores.
- ⇒ Para 30% piorou, a situação piorou por causa da concorrência.
- ⇒ Mas muitos afirmam que a concorrência não afeta seu negócio
- ⇒ O calote é um grande problema para os empreendedores populares, por isso, muitos pararam de vender fiado.

DADOS SOBRE OS EMPREENDIMENTOS

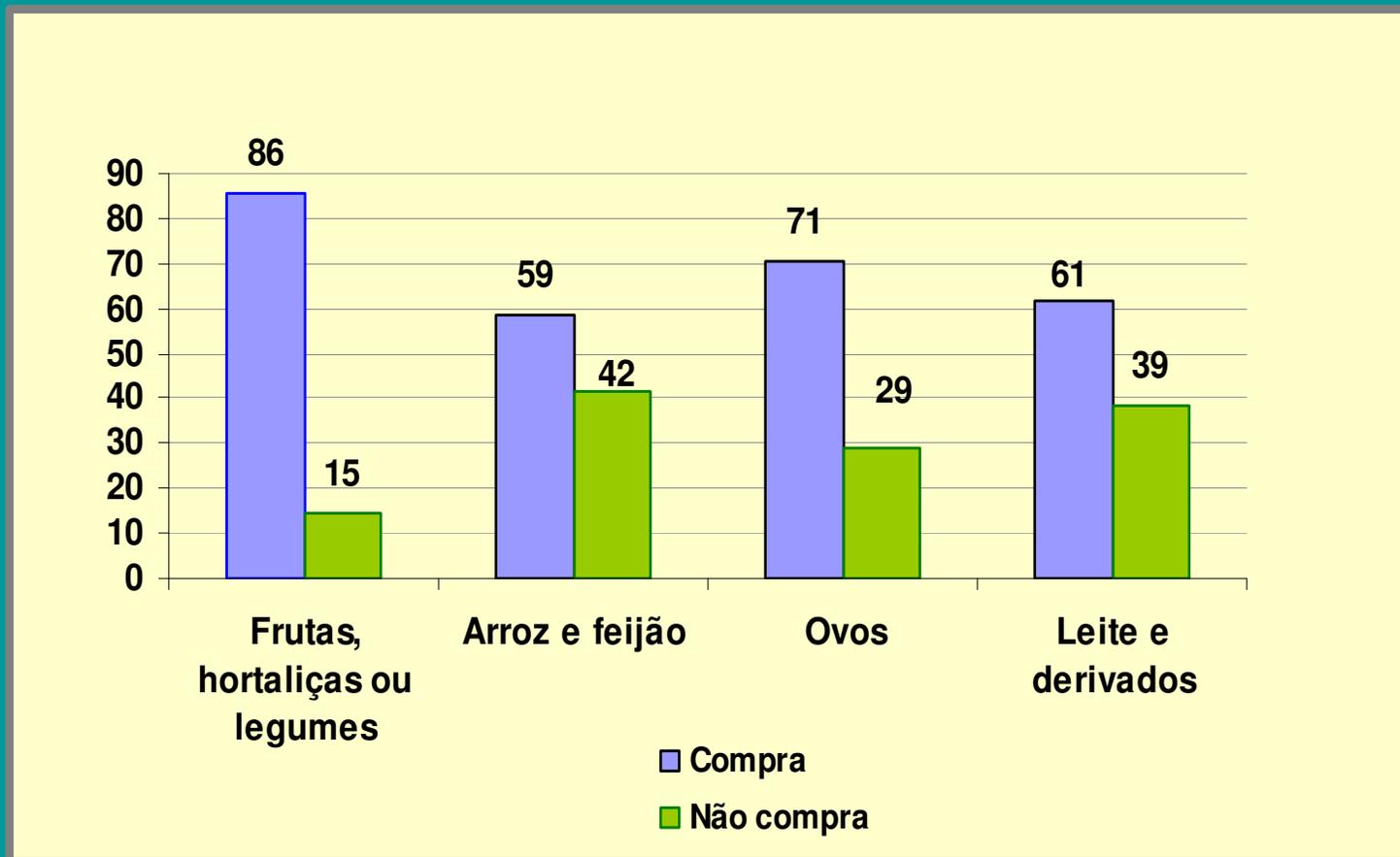
O que faz para atrair o cliente



Fonte: Prefeitura do Município de Santo André/Dieese – “Pesquisa e estudo para a promoção do desenvolvimento local, empreendedorismo e economia solidária no Município de Santo André” e Promoção do Desenvolvimento Local – Pesquisa Socioeconômica e Estímulo à Organização Comunitária no Jardim Santo André – São Paulo”

DADOS SOBRE CONSUMO

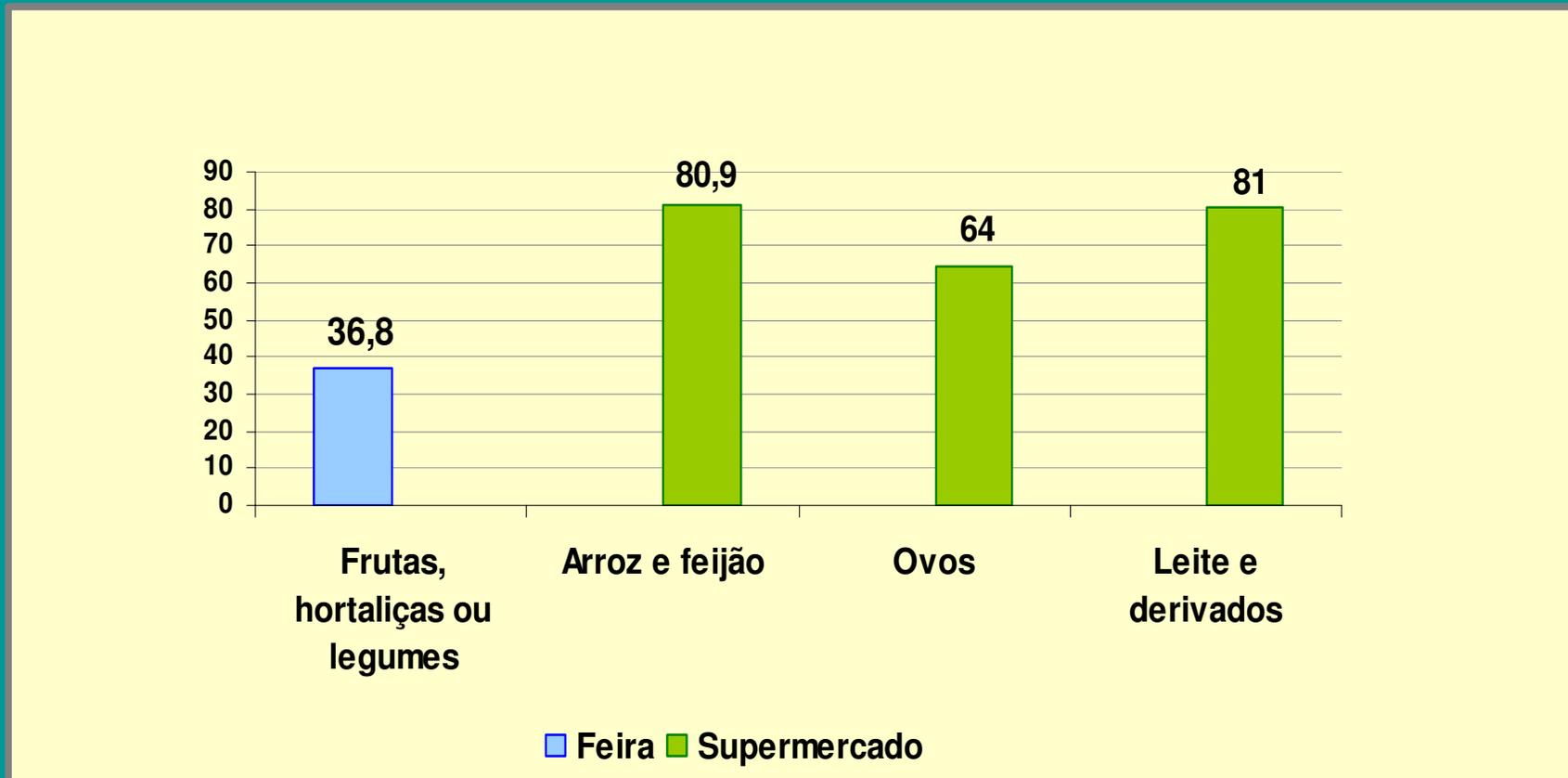
Compra no Jardim Santo André? (%)



Fonte: Prefeitura do Município de Santo André/Dieese – “Pesquisa e estudo para a promoção do desenvolvimento local, empreendedorismo e economia solidária no Município de Santo André” e Promoção do Desenvolvimento Local – Pesquisa Socioeconômica e Estímulo à Organização Comunitária no Jardim Santo André – São Paulo”

DADOS SOBRE CONSUMO

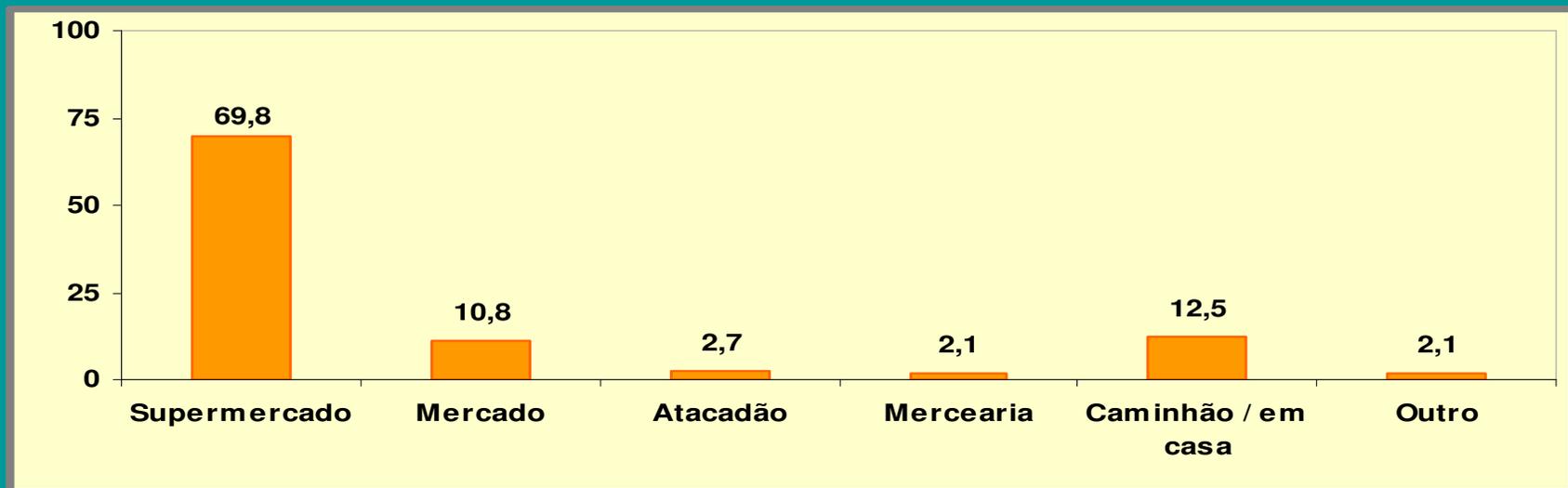
Local de preferência para compra no Jardim Santo André (%)



Fonte: Prefeitura do Município de Santo André/Dieese – “Pesquisa e estudo para a promoção do desenvolvimento local, empreendedorismo e economia solidária no Município de Santo André” e Promoção do Desenvolvimento Local – Pesquisa Socioeconômica e Estímulo à Organização Comunitária no Jardim Santo André – São Paulo”

DADOS SOBRE CONSUMO

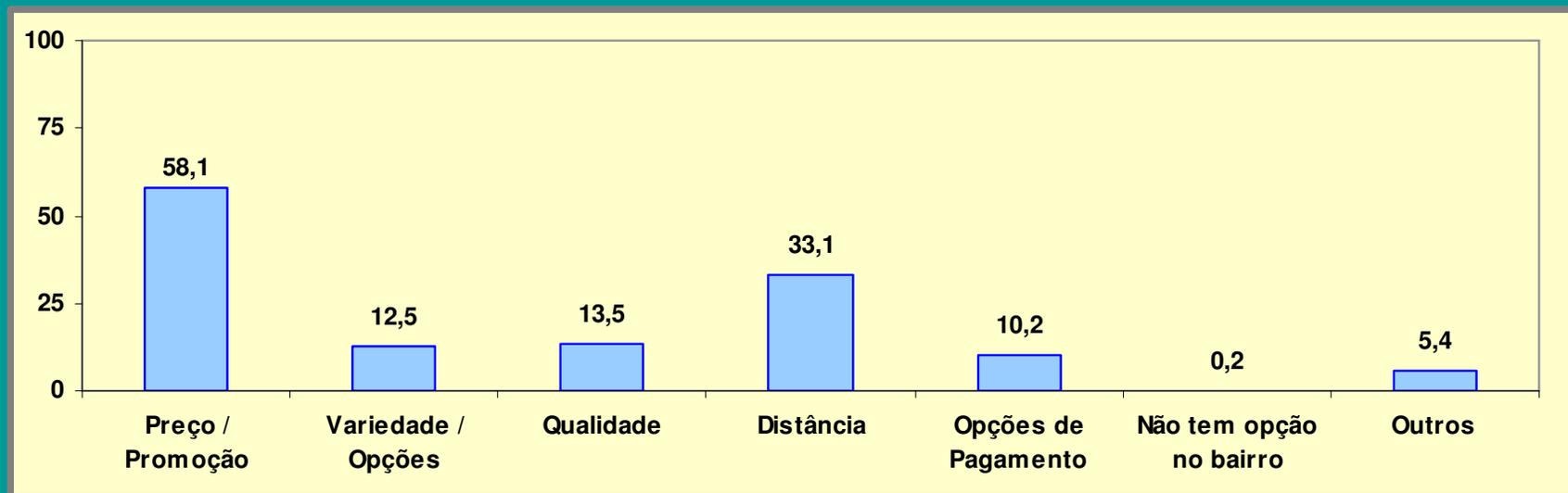
Locais de compra dos produtos de limpeza no Jardim Santo André



Fonte: Prefeitura do Município de Santo André/Dieese – “Pesquisa e estudo para a promoção do desenvolvimento local, empreendedorismo e economia solidária no Município de Santo André” e Promoção do Desenvolvimento Local – Pesquisa Socioeconômica e Estímulo à Organização Comunitária no Jardim Santo André – São Paulo”

DADOS SOBRE CONSUMO

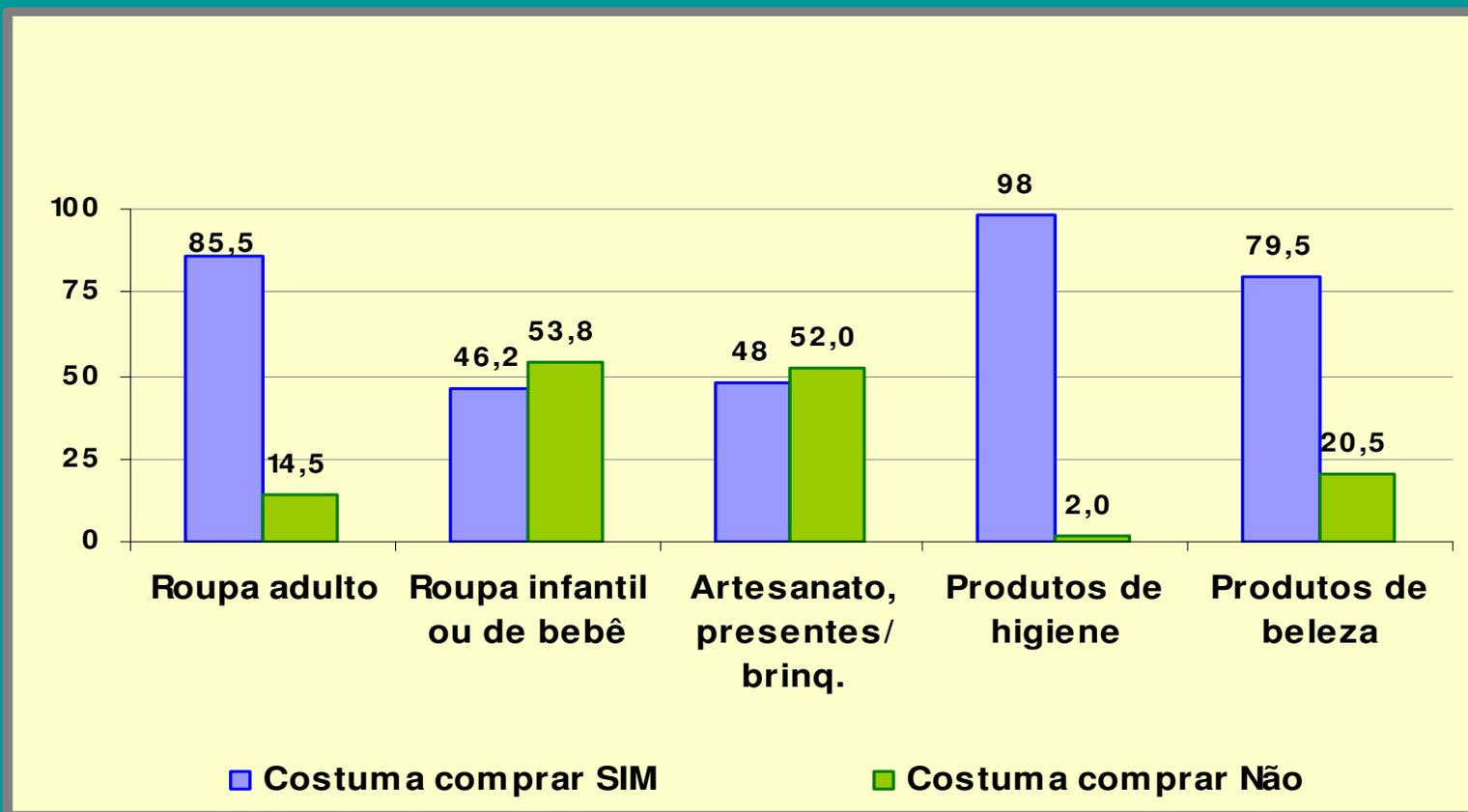
Motivos de compra dos produtos de limpeza no Jardim Santo André



Fonte: Prefeitura do Município de Santo André/Dieese – “Pesquisa e estudo para a promoção do desenvolvimento local, empreendedorismo e economia solidária no Município de Santo André” e Promoção do Desenvolvimento Local – Pesquisa Socioeconômica e Estímulo à Organização Comunitária no Jardim Santo André – São Paulo”

DADOS SOBRE CONSUMO

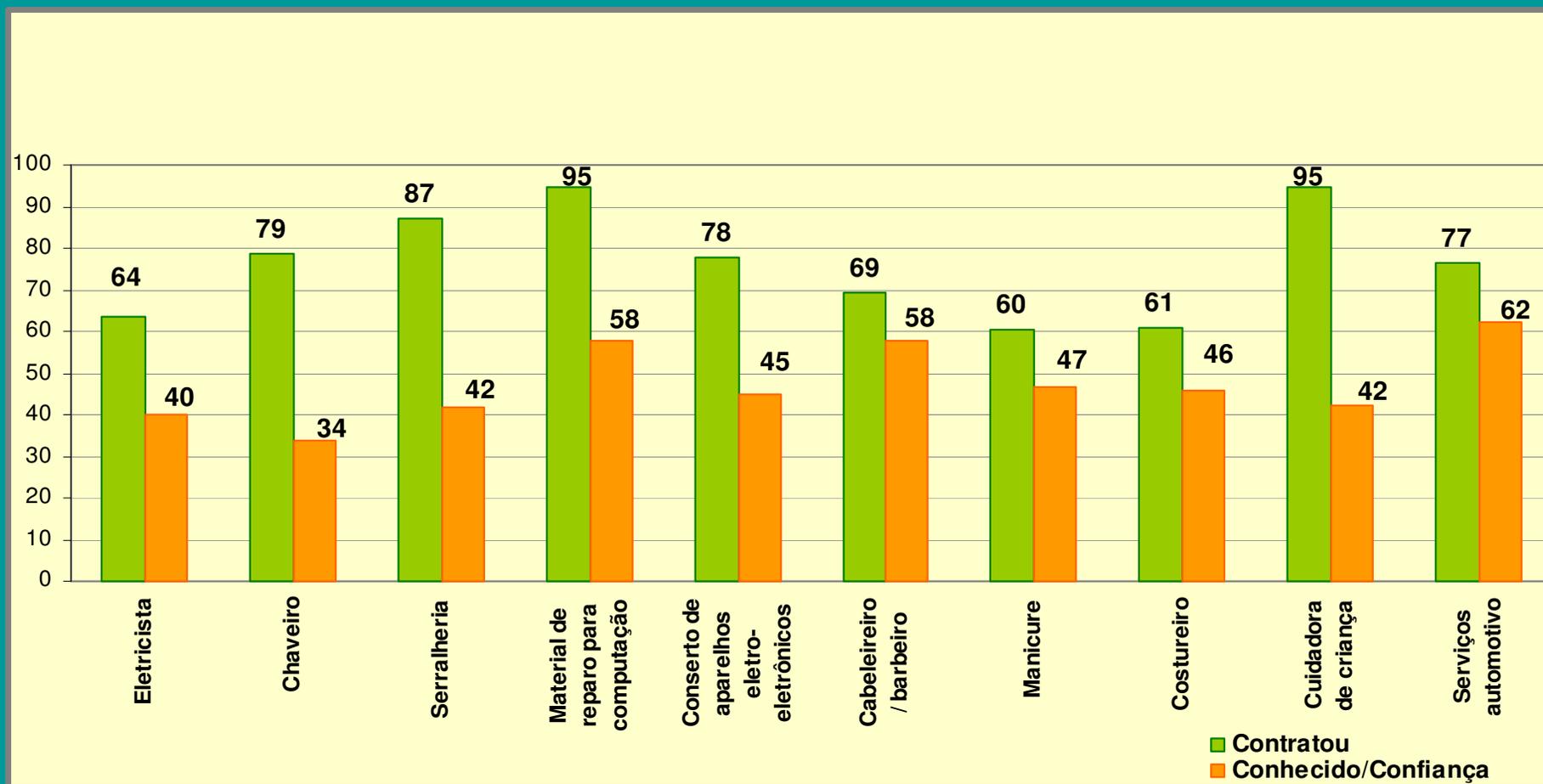
Costuma comprar no Jardim Santo André?



Fonte: Prefeitura do Município de Santo André/Dieese – “Pesquisa e estudo para a promoção do desenvolvimento local, empreendedorismo e economia solidária no Município de Santo André” e Promoção do Desenvolvimento Local – Pesquisa Socioeconômica e Estímulo à Organização Comunitária no Jardim Santo André – São Paulo”

DADOS SOBRE CONSUMO

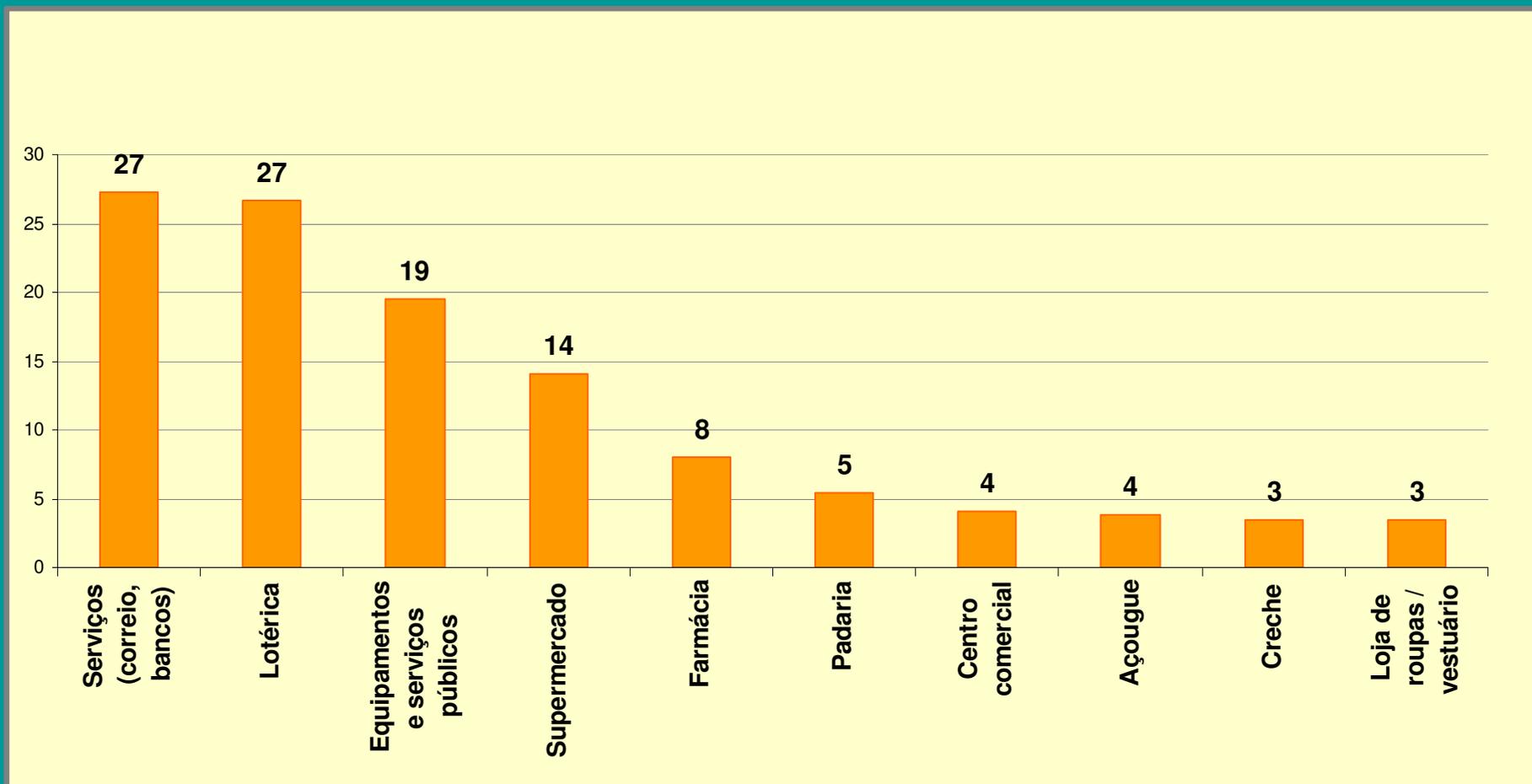
Contratação de serviços (%)



Fonte: Prefeitura do Município de Santo André/Dieese – “Pesquisa e estudo para a promoção do desenvolvimento local, empreendedorismo e economia solidária no Município de Santo André” e Promoção do Desenvolvimento Local – Pesquisa Socioeconômica e Estímulo à Organização Comunitária no Jardim Santo André – São Paulo

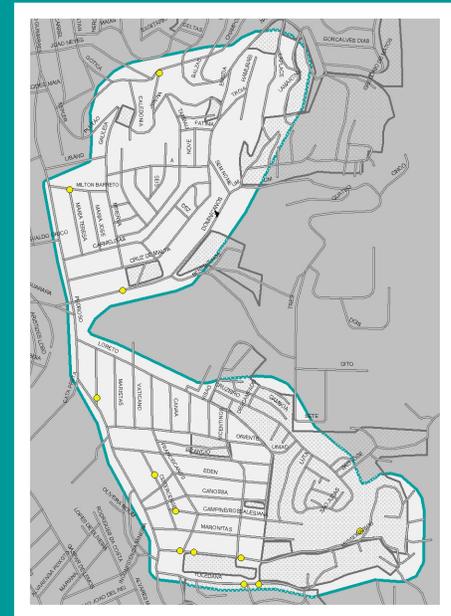
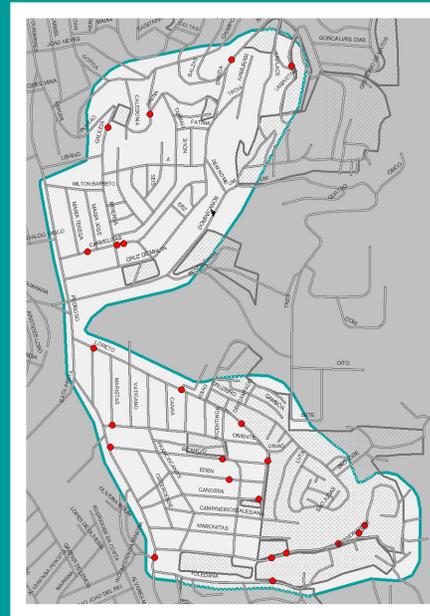
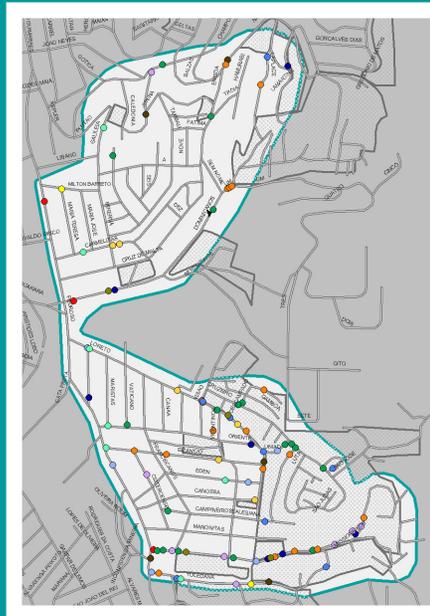
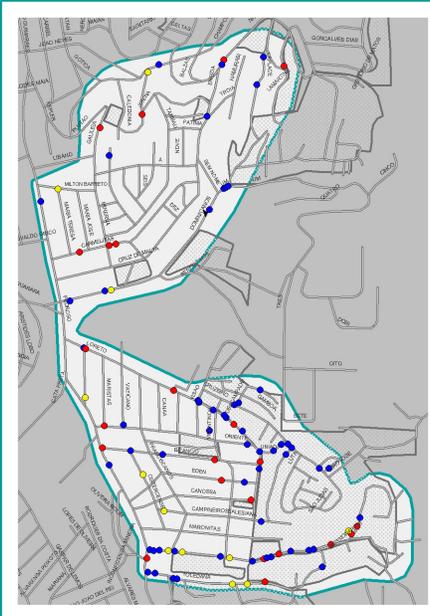
DADOS SOBRE CONSUMO

O que falta no Jardim Santo André? (%)



Fonte: Prefeitura do Município de Santo André/Dieese – “Pesquisa e estudo para a promoção do desenvolvimento local, empreendedorismo e economia solidária no Município de Santo André” e Promoção do Desenvolvimento Local – Pesquisa Socioeconômica e Estímulo à Organização Comunitária no Jardim Santo André – São Paulo

MAPEAMENTO DOS EMPREENDIMENTOS POPULARES PESQUISADOS NO JARDIM SANTO ANDRÉ

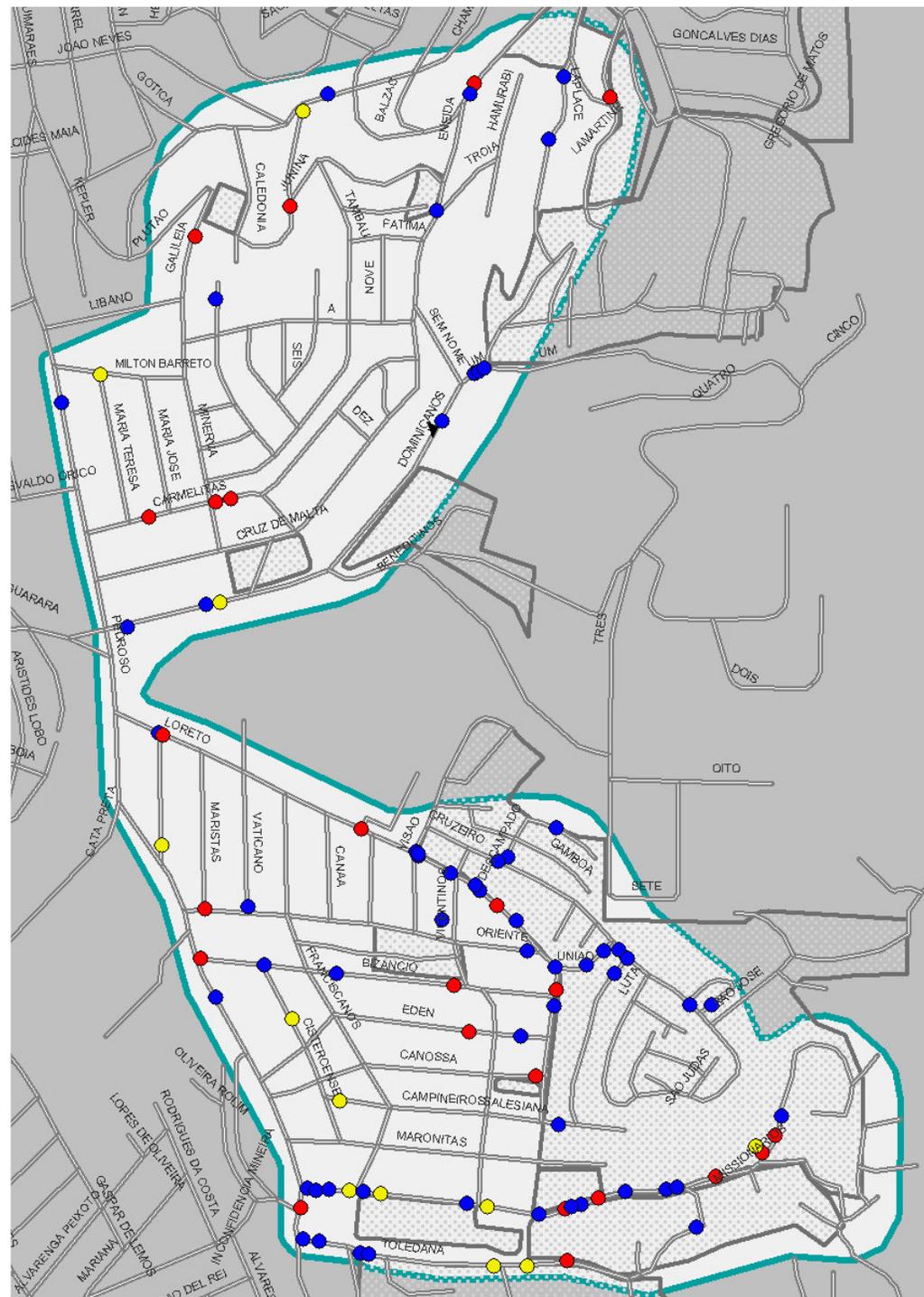


NOVA VISITA

93 empreendimentos populares

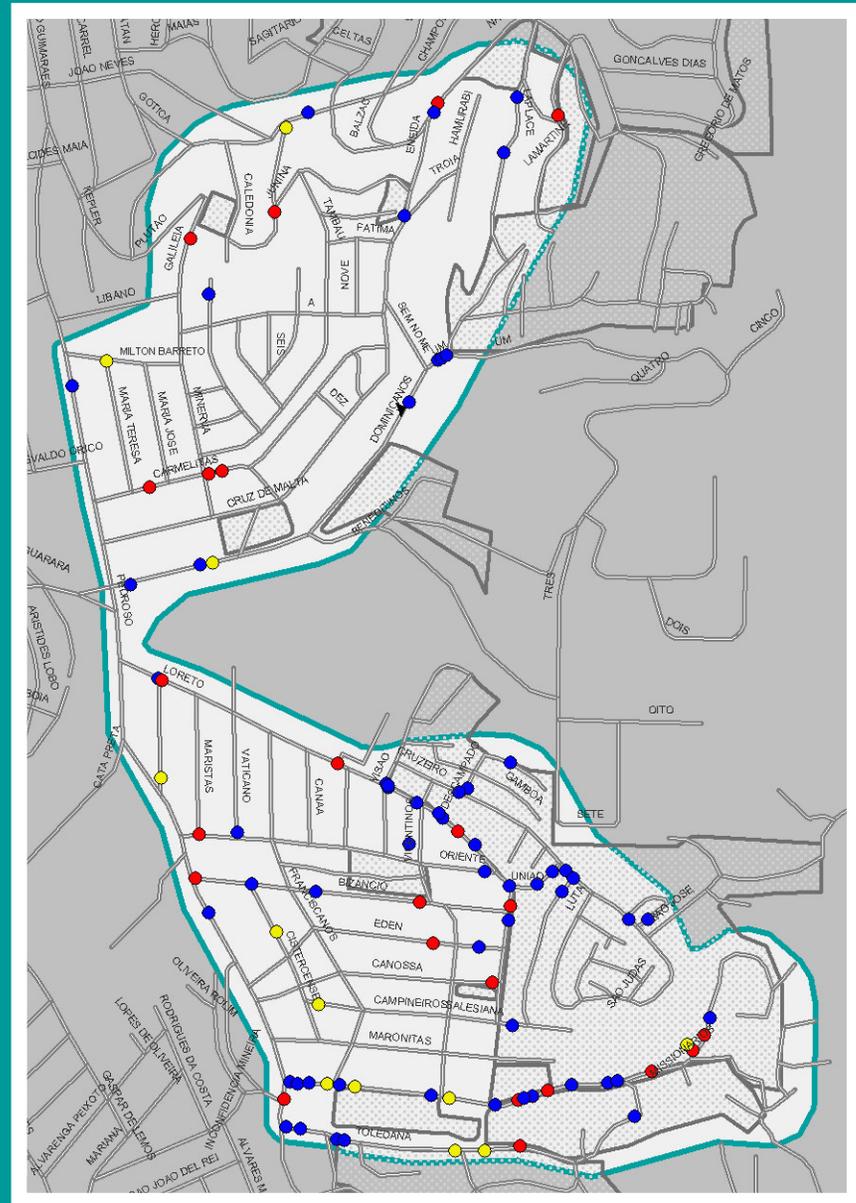
LEGENDA

-  COMÉRCIO
-  SERVIÇO
-  INDÚSTRIA
-  Jd. Santo André



Dos empreendedores populares entrevistados:

- 65% enfrentam concorrência, desses:
 - 80% concorrem com os demais empreendedores populares;
- 77% afirmam ter boa relação com os empreendedores;
- 58% consideram possível articulação entre eles.

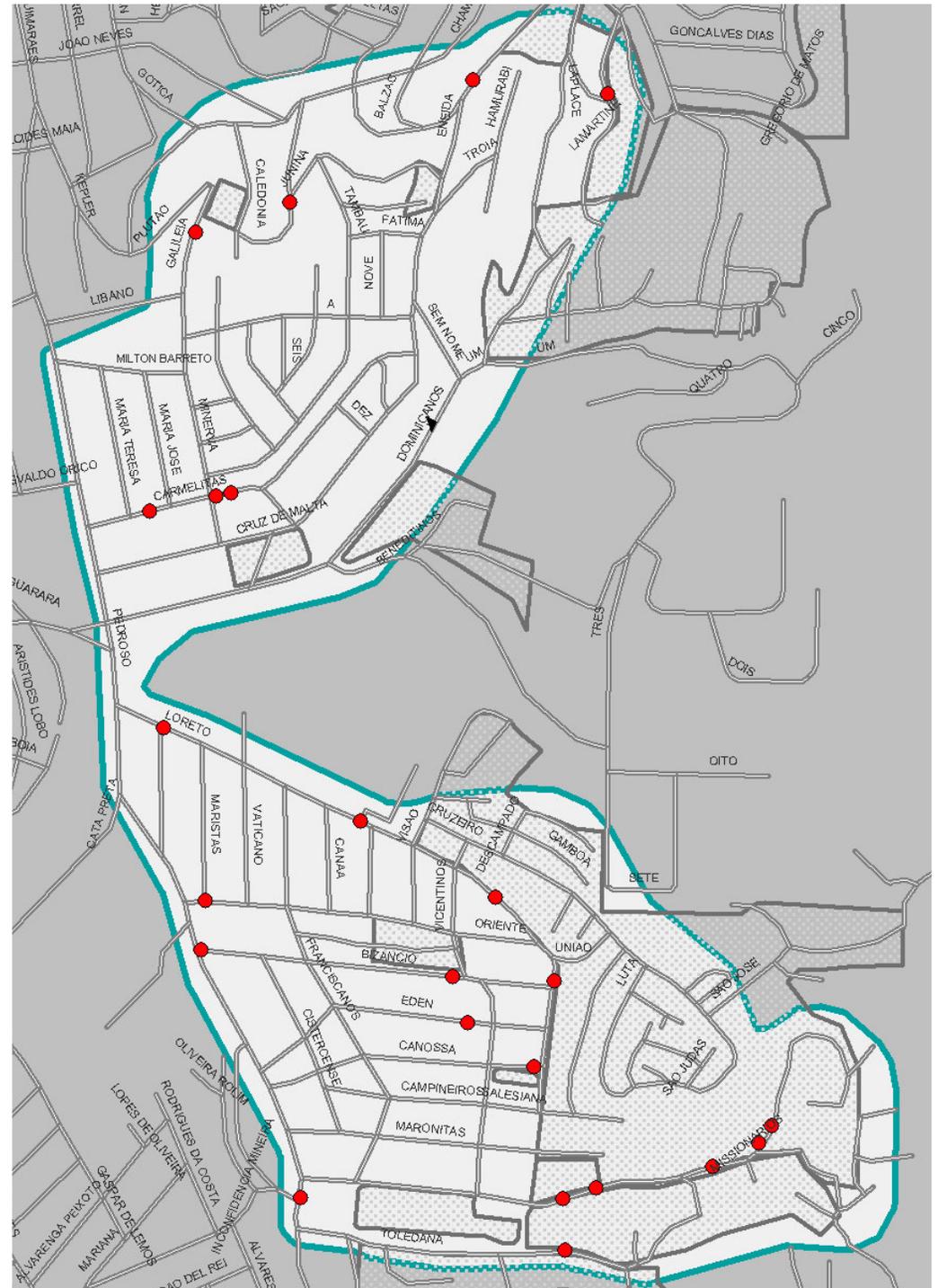


SERVIÇOS:

- 23 empreendimentos populares

LEGENDA

-  SERVIÇO
-  Jd. Santo André



INDÚSTRIA:

- 12 empreendimentos populares

LEGENDA

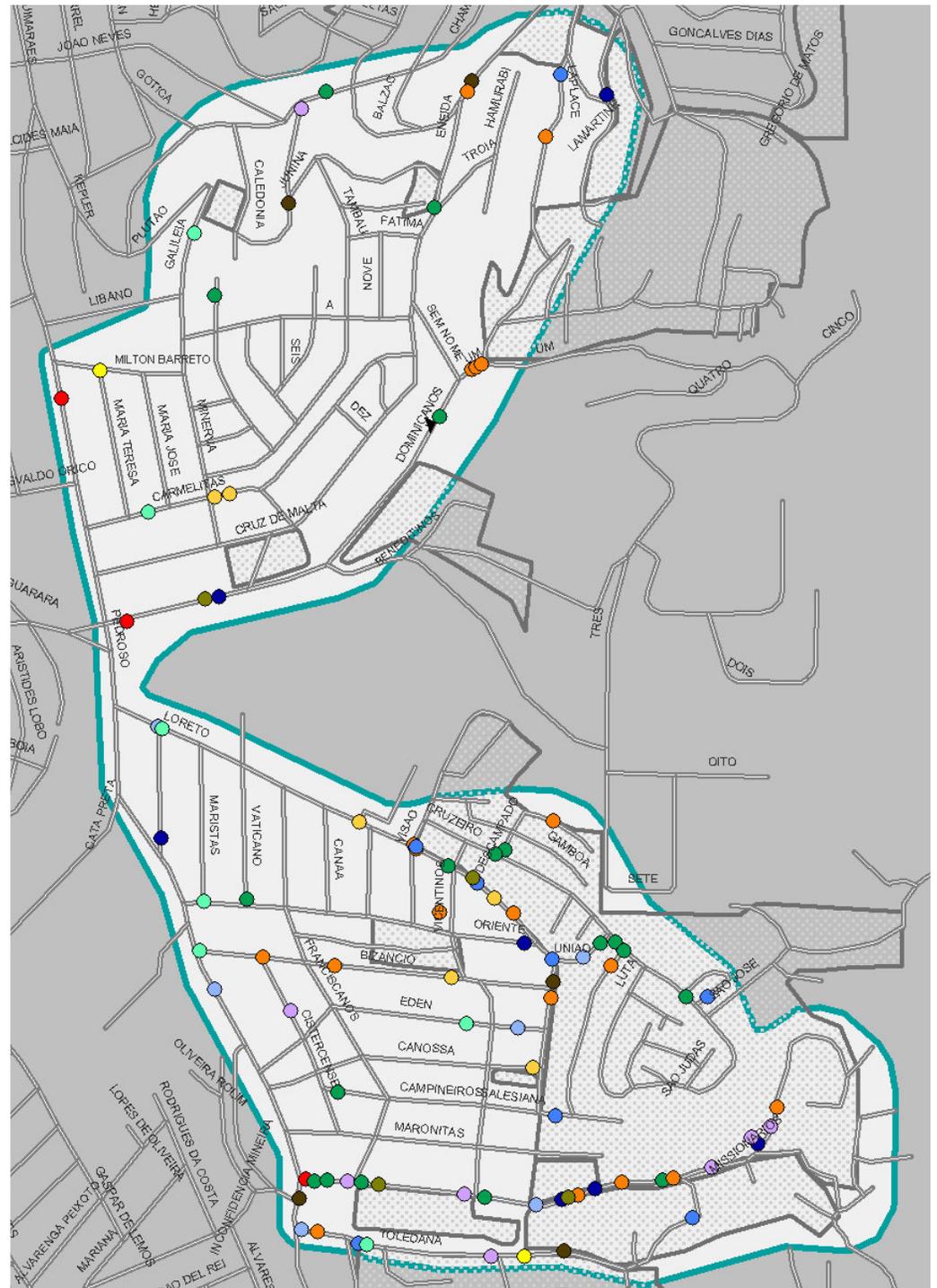
- INDÚSTRIA
- ▭ Jd. Santo André



CLASSIFICAÇÃO DOS EMPREENDIMENTOS

LEGENDA

- ARTESANATO
- AUTOMOTIVOS
- BAR
- BRECHÓ
- COMÉRCIO DE VARIEDADES
- COMÉRCIO VAREJISTA
- CONFECÇÃO, COSTURA
- CONSTRUÇÃO CIVIL
- ESTÉTICA
- GÊNEROS ALIMENTÍCIOS
- PRODUTOS DE LIMPEZA
- SERVIÇOS EM GERAL



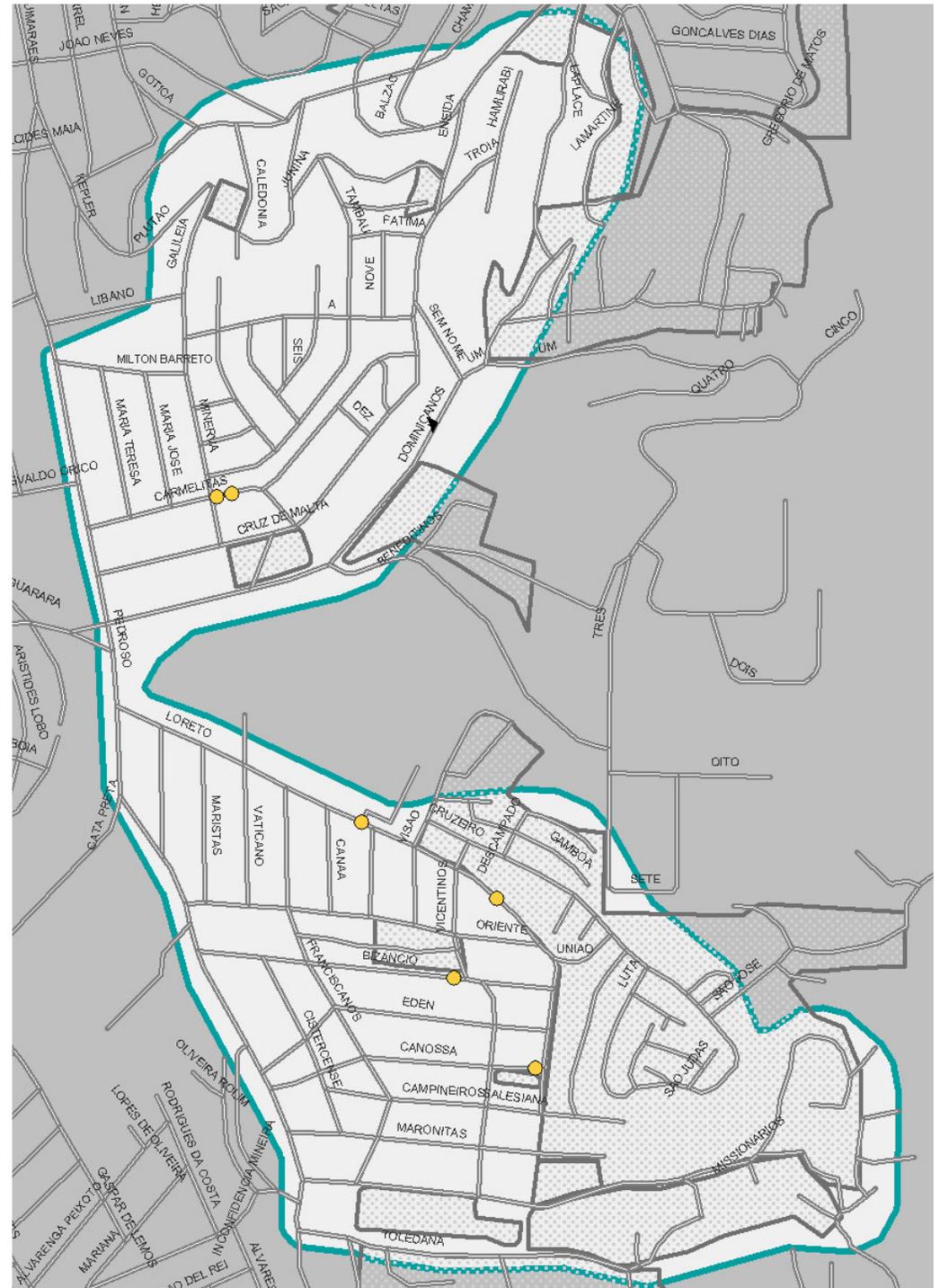
TIPO DE NEGÓCIO

AUTOMOTIVOS:

- 6 empreendimentos populares

LEGENDA

-  AUTOMOTIVOS
-  Jd. Santo André



TIPO DE NEGÓCIO

BAR:

- 19 empreendimentos populares

LEGENDA



BAR



Jd. Santo André



TIPO DE NEGÓCIO

COMÉRCIO VAREJISTA:

- 8 empreendimentos populares

GÊNEROS ALIMENTÍCIOS:

- 18 empreendimentos populares

LEGENDA

-  COMÉRCIO VAREJISTA
-  GÊNEROS ALIMENTÍCIOS
-  Jd. Santo André



TIPO DE NEGÓCIO

COMÉRCIO DE VARIÉDADES:

- 6 empreendimentos populares

PRODUTOS DE LIMPEZA:

- 4 empreendimentos populares

LEGENDA

-  COMÉRCIO DE VARIÉDADES
-  PRODUTOS DE LIMPEZA
-  Jd. Santo André



TIPO DE NEGÓCIO

CONSTRUÇÃO CIVIL:

- 7 empreendimentos populares

SERVIÇOS EM GERAL:

- 5 empreendimentos populares

LEGENDA

-  CONSTRUÇÃO CIVIL
-  SERVIÇOS EM GERAL
-  Jd. Santo André



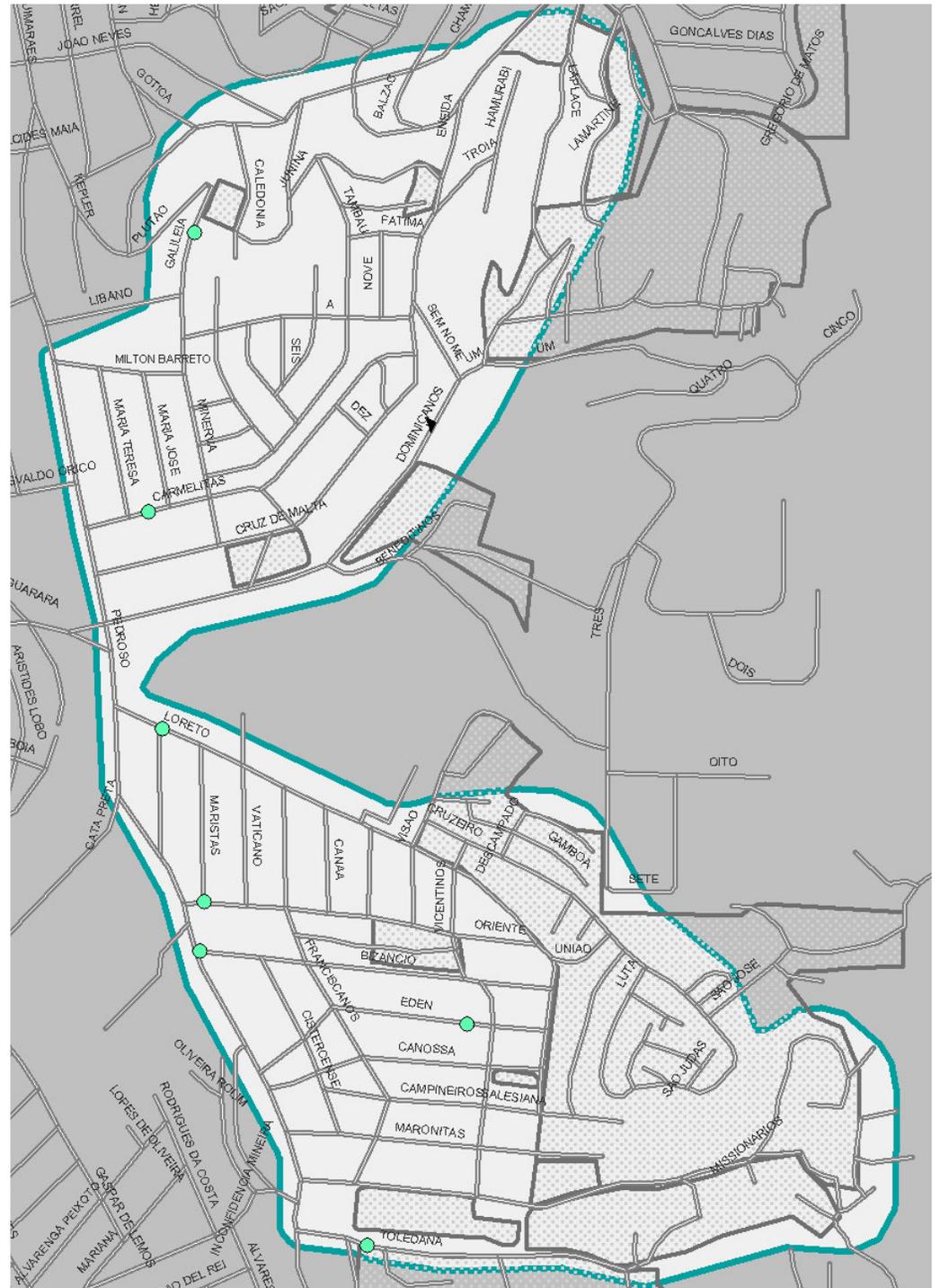
TIPO DE NEGÓCIO

ESTÉTICA:

- 7 empreendimentos populares

LEGENDA

-  ESTÉTICA
-  Jd. Santo André



TIPO DE NEGÓCIO

ARTESANATO:

- 2 empreendimentos populares

BRECHÓ:

- 3 empreendimentos populares

CONFECÇÃO, COSTURA:

- 8 empreendimentos populares

LEGENDA

-  ARTESANATO
-  BRECHÓ
-  CONFECÇÃO, COSTURA
-  Jd. Santo André



SEMINÁRIO

**DESENVOLVIMENTO DA ECONOMIA
POPULAR NO JARDIM SANTO
ANDRÉ**

SANTO ANDRÉ/SP

ANEXO 23

Seminário Desenvolvimento da Economia Popular no Jardim Santo André

Dia 3 de novembro de 2008

Local: CESA – Jardim Santo André

Abertura - Boas Vindas e Objetivos do Seminário

- Representante do DGTR - agradece e fala da importância desse trabalho.
- Representante do Dieese – explica o que é o Dieese, trata da importância desse tipo de pesquisa para o entendimento da economia popular.

Apresentação dos participantes – 24 pessoas

Apresentação dos slides

- Apresentação do mapa da economia popular no Jardim Santo André.
- Os resultados da pesquisa e os desafios para o desenvolvimento da economia popular.

Debate

- Foi perguntado o número total de moradores no bairro e por que os consumidores compram no supermercado e não no pequeno empreendedor.
- Liderança afirma que os empreendimentos que possuem máquina de cartão de crédito e de débito são mais atrativos.
- Representante do DGTR acredita que é possível articular os empreendedores populares, pois uma parcela significativa deles afirmou isso nas entrevistas.
- Liderança pergunta por que a prefeitura não oferece um curso de gerenciador?.
- Empreendedora popular disse que houve um curso do Banco do Povo com o Integra, o cadastro era bem grande mas, ao final de dois meses, apenas pessoas estavam freqüentando.

- Liderança acredita que se alguma empresa de fora no Jardim Santo André oferecer emprego a região se desenvolve. A coordenadora da pesquisa explicou que é preciso quebrar essa lógica de que é alguém tem que resolver nossos problemas.
- Pesquisadora da Unicamp/Fundação Santo André indica que a existência da Lei Orgânica e a Lei da Economia Informal em Santo André é um avanço e que tem que ser utilizada fomentando a economia popular.
- A coordenadora da pesquisa indagou se a comunidade conhece essas leis, sabe como ela pode ser beneficiada, como funciona o IPEPS, como funciona o Banco do Povo? *“Nosso trabalho acabou, o Dieese está saindo a área. Mas, fica o resultado da pesquisa. Mas, além disso, é necessário que os empreendedores solicitem que a prefeitura dê continuidade ao processo”.*
- Representante do DGTR relatou os programas que a prefeitura tem para atender ao empreendedor e à comunidade. *“Temos uma cooperativa em formação que trabalha com produto de limpeza e que estão com dificuldades de espaço e de equipamentos. Mas há deficiência de comunicação e de divulgação. Empreendedor popular – a comunidade tem que levantar e se mobilizar”.*
- A coordenadora da pesquisa enfatizou que é importante saber aonde e com quem os empreendedores devem falar na prefeitura. Como cada setor da Prefeitura pode ajudar o empreendedor popular?

Síntese

- Foram divulgados o endereço, o telefone e o responsável de cada setor do Departamento de Geração de Trabalho e Renda para os presentes.
- Todas as propostas de articulação entre os empreendedores populares que haviam sido levantadas foram registradas.
- Decidiu-se por realizar uma reunião entre prefeitura e empreendedores populares no dia 17 de novembro e definiu-se pela confecção de material institucional, contendo os programas e setores da Prefeitura que atendem aos empreendedores populares, com endereço e telefone. O documento apresentaria também as propostas levantadas no Seminário, especificando a atribuição dos empreendedores e da prefeitura.

ANEXO 24

Avaliação do Seminário Desenvolvimento da Economia Popular no Jardim Santo André – Santo André /SP

Realizado dia 03 de novembro de 2008

Local - CESA Jardim Santo André

Poucos empreendedores compareceram ao Seminário, mesmo considerando que este foi realizado após o processo eleitoral e tendo sido feita a entrega de convite especificamente para o evento. Nesse sentido, é preciso considerar que o período eleitoral afetou negativamente o desenvolvimento do trabalho de campo e da pesquisa de forma geral, porém esse não foi o motivo predominante para o não comparecimento dos empreendedores populares aos eventos.

A baixa presença, certamente, tem relação com o fato de os empreendedores não terem condições de fecharem seus empreendimentos para participarem de reuniões, pois no período em que não estão trabalhando também não estão vendendo, tendo em vista que de acordo com dados da pesquisa grande parte deles trabalha sozinha. Como, de forma geral, o faturamento é baixo, qualquer período fechado afeta o orçamento.

Essa situação reforça o argumento de que é necessário manter contato permanente com os empreendedores, através de visitas à área, evitando a realização de muitas reuniões e buscando novas formas de participação e articulação entre eles. A Prefeitura tem que se fazer presente no cotidiano dessas pessoas.

Os participantes foram os mesmos empreendedores que já compareceram em outros eventos promovidos pelo projeto (Oficina de Trabalho sobre Economia Popular e Desenvolvimento Local, reunião do Grupo de Debate). Apenas um empreendedor – entrevistado na segunda área - não havia participado de nenhum evento anterior.

Apesar de terem sido convidados, não compareceram também os representantes de outras Secretarias que atuam na região do Jardim Santo André e que já participaram de outros eventos realizados desde o início da primeira pesquisa. Por outro lado, estiveram presentes três representantes da Prefeitura de Várzea Paulista que estão interessados em desenvolver um trabalho semelhante a esse em seu município e pessoas ligadas à Fundação Santo André.

Constatou-se, durante a entrega dos convites para o Seminário que o CESA é desconhecido por muitos moradores da região. Esse fato aponta a possibilidade de o CESA não ter se constituído como uma referência para a população do bairro e não ter sido apropriado enquanto um espaço de convivência. Além disso, o CESA está localizado em uma área do Jardim Santo André que reúne poucos empreendimentos pesquisados, desta forma, justifica-se a baixa presença de empreendedores populares tanto no Seminário, quando na ocasião da realização da Oficina de Trabalho sobre Economia Popular e Desenvolvimento Local, pois o deslocamento interno no Jardim Santo André é deficiente e limita o acesso dos empreendedores populares à locais distantes de seu empreendimento.

Ficou claro durante a realização do seminário o desconhecimento da população/empreendedores em relação às ações desenvolvidas pela Prefeitura relacionadas aos empreendimentos populares (Incubadora Pública de Economia Popular Solidária, Portal de Negócios da Economia Solidária, Central de Serviços Autônomos, Centro de Negócios e Serviços, Rede Andreense de Economia Solidária, Fórum Municipal de Trabalho e Economia Solidária e Centro Público de Emprego, Trabalho e Renda), ou seja, a política municipal de trabalho e economia solidária: integrar políticas e promover o trabalho decente, precisa ser amplamente divulgada entre os interessados.

Por esse motivo optou-se por abrir um espaço durante o Seminário para que os representantes do DGTR tratassem do tema e esclarecessem as dúvidas existentes. Também como consequência dessa constatação, decidiu-se que o Curso de Capacitação deveria ser realizado no Centro Público de Emprego, Trabalho e Renda, de forma a fazer com que os empreendedores se desloquem até lá, conheçam o espaço e suas atividades.

Segundo informações da pessoa que entregou os convites, os empreendedores identificam o material como sendo parte da pesquisa. Algumas pessoas justificaram sua ausência nos outros

eventos realizados e afirmavam que compareceriam no seminário. Mais uma vez é possível afirmar que os empreendedores se sentem constrangidos em não comparecerem a uma atividade promovida pela Prefeitura e, desta forma, se comprometem a comparecer, mesmo quando não têm intenção de fazê-lo.

Durante o Seminário foram apresentados slides contendo o resultado das pesquisas e do mapeamento dos empreendimentos populares do Jardim Santo André. Foi encaminhado que dia 17 de novembro será realizada uma reunião com os empreendedores interessados para debater com representantes do DGTR aspectos ligados às ações que a Prefeitura já desenvolve de fomento aos empreendimentos populares. Para tanto será elaborado um material no qual constarão as principais propostas debatidas pelos empreendedores durante toda a execução deste Plano de Trabalho, bem como os endereços referência da Prefeitura (Centro Público de Emprego, Trabalho e Renda).

Veja como a Prefeitura apóia seu empreendimento:

CPETR – Centro Público de Emprego, Trabalho e Renda

(www.santoandre.sp.gov.br/cpetr)

Intermediação de trabalhadores no mercado de trabalho.
Curso de qualificação profissional. Seguro-desemprego.
Emissão de carteira profissional.

IPEPS – Incubadora Pública de Economia Popular Solidária

Apoio ao desenvolvimento de empresas familiares, cooperativas, empresas e/ou grupos associativos. Elaboração de planos de negócios e assessoria para empreendimentos populares.

CSA – Central de Serviços Autônomos

Busca a melhoria das condições de trabalho dos profissionais autônomos (qualificação, formalização e intermediação de serviços).

Portal da Economia Solidária

⇒ Assessoria e apoio ao desenvolvimento dos empreendimentos para melhoria da gestão.

FOMTES – Fórum Municipal de Trabalho e Economia Solidária

(fomtes1@gmail.com)

⇒ Favorece a troca de experiências e a organização de rede de empreendedores populares.

Rede Andreense de Economia Solidária - RAES

(raes.santoandre@gmail.com)

⇒ Rede de empreendedores populares e cooperativas

Banco do Povo – Crédito Solidário

⇒ Microcrédito para empreendimentos populares

**Rua Artur de Queirós, 720,
Bairro Casa Branca
Fone: 11 - 4979.3699**



**Prefeitura de
Santo André**

www.santoandre.sp.gov.br

**A Prefeitura Municipal de Santo André,
A Secretaria de Desenvolvimento e Ação Regional
e o Departamento de Geração de Trabalho e Renda**

Instituíram a
**Política Municipal de Trabalho e
Economia Solidária,**
cujos objetivos são:

- ⇒ Desenvolver pesquisas identificando características dos empreendimentos populares e do consumo local, e verificando as oportunidades de desenvolvimento econômico existentes no bairro,
- ⇒ Investir na articulação e capacitação de empreendedores populares locais para participarem da construção de uma proposta de desenvolvimento socioeconômico do Jardim Santo André.

As pesquisas desenvolvidas pelo Dieese, de 2006 a 2008, com os empreendedores populares e os moradores do Jardim Santo André buscaram atingir esses objetivos.

A apresentação e o debate dos resultados das pesquisas propiciaram que os empreendedores populares elaborassem algumas propostas.

Mas, para que elas dêem certo é preciso a sua participação!

Vejam quais são!

COMO OS EMPREENDEDORES POPULARES PODEM SE ARTICULAR?	O QUE OS EMPREENDEDORES POPULARES PODEM FAZER PARA QUE ISSO ACONTEÇA?	COMO A PREFEITURA PODE AJUDAR?
<p>JORNAL COM DIVULGAÇÃO DOS EMPREEDIMENTOS POPULARES DO BAIRRO</p>	<p>O jornal pode ser elaborado por um empreendedor popular do próprio bairro Cada empreendedor interessado poderá contribuir financeiramente para a confecção do jornal. Os empreendedores populares devem se responsabilizar por distribuir o jornal no bairro.</p>	<p>Autorizar a distribuição do jornal em terminais de ônibus, postos de saúde e equipamentos públicos municipais do bairro. Fornecer suporte para colocar os jornais em locais de grande circulação de pessoas no Jardim Santo André e em outros bairros.</p>
<p>HORTA COMUNITÁRIA</p>	<p>Produzir os produtos no próprio bairro. Indicar terrenos que estejam ociosos – mesmo que sejam pequenos – e que possam ser utilizados. Vender a produção da horta comunitária em mercados, mercearias, etc. do Jardim Santo André.</p>	<p>Contratar mão de obra desempregada do próprio bairro para trabalhar na horta. Facilitar o acesso ao crédito para compra de sementes e material necessário para a produção. Favorecer a distribuição dos produtos no bairro, para os empreendedores interessados em comercializá-los.</p>
<p>PRODUÇÃO E VENDA DE SORVETE</p>	<p>Alguns empreendedores populares produzem sorvetes que poderiam ser vendidos no Jardim Santo André. Empreendedores populares que têm padarias, mercados, mercearias etc. poderiam vender esse produto.</p>	<p>Facilitar acesso ao crédito para a produção do sorvete. Facilitar a distribuição do produto para que seja vendido nos empreendimentos do bairro.</p>
<p>COSTURA E ARTESANATO</p>	<p>Existem empreendedores populares que trabalham com costura e poderiam fornecer restos de material (tecido, etc.) para outros empreendedores que trabalham com artesanato. Esses produtos (costura e artesanato) poderiam ser vendidos em empreendimentos populares do próprio bairro.</p>	<p>Favorecer o intercâmbio entre as pessoas que trabalham com costura e as que trabalham com artesanato. Divulgar a produção no Jardim Santo André e em outros bairros. Encomendar produtos desses empreendedores para utilização na própria Prefeitura.</p>
<p>PRODUÇÃO E VENDA DE MATERIAL DE LIMPEZA</p>	<p>Muitos empreendedores produzem material de limpeza no Jardim Santo André e esse produto poderia ser comercializado no próprio bairro.</p>	<p>Oferecer cursos sobre produção de material de limpeza. Facilitar acesso ao crédito para a compra de material para a produção. Facilitar a distribuição do produto para que seja vendido nos empreendimentos do bairro. Encomendar produtos desses empreendedores para utilização na própria Prefeitura.</p>

EMPREENDEDOR POPULAR

Venha conhecer
as formas
que a Prefeitura
Municipal
de Santo André,
a Secretaria de
Desenvolvimento e
Ação Regional e o
Departamento
de Geração de
Trabalho e
Renda podem
ajudar seu
empreendimento.

Dia

**17 de Novembro
de 2008**

Local:

CESA

Jardim

Santo André

**Rua Dominicanos
(na sala multiuso)**

Horário:

das 9 às 11 horas

ANEXO 27

Reuniões realizadas

REUNIÃO DIEESE e DGTR

25.06.2008

Presença: Maysa (coordenadora da pesquisa, Marilda e Jerônimo (DGTR)

Assuntos tratados:

- ⇒ Avaliação da situação em Santo André como decorrência do período pré-eleitoral.
- ⇒ Cursos de Capacitação
- ⇒ Relatório.
- ⇒ Ofício para alteração do cronograma de desembolso.
- ⇒ Capina.

Marilda

A Oficina foi muito mobilizada e apesar da pouca presença, foi importante por causa das falas dos empreendedores populares presentes. Serviu de subsídio para pensarmos a continuidade do processo.

Não dá para considerar a população local como um todo e sim em regiões, que são heterogêneas.

Provavelmente vai ser necessário entrar em contato com as lideranças locais para que saibam o que está acontecendo no bairro.

As dificuldades são: o tempo disponível no projeto e o período eleitoral.

O pessoal da Prefeitura vai ter dificuldades de entrar em contato com a comunidade por causa da eleição.

Maysa

A campanha já está na rua. O fato de eu e a Magda não sermos de Santo André é uma vantagem.



Jerônimo

Vai ser preciso pedir apoio às lideranças. Há necessidade de mapear quem atua em cada região do bairro.

Maysa

Proposta de entrar em contato com os empreendedores em alguns dias e em seguida realizar uma pequena reunião, por regiões. Fechar quantos grupos? Utilizar quanto tempo nisso?

Pessoas de um grupo podem vir a participar de outro, como uma forma de articular a região. Tentar tirar desses grupos indicações de possibilidade de ação para serem apresentadas no Seminário.

Criar espaços para que os empreendedores se encontrem se apropriem dos dados da pesquisa e acrescentem informações sobre a região, elaborando um quadro do bairro e apontando soluções que possam ser apresentadas através da elaboração concretizadas em ações da Prefeitura.

Será preciso avaliar com DGTR o tipo de apoio que podem dar para a pesquisa nas idas ao bairro.

Marilda

Lyne fez levantamento no Centro Público e na Central de Autônomos. Centro Público não localiza os endereços via CEP, assim não encontra quem é do Jardim Santo André. Autônomos fazem cursos com a Escola de Sociologia e Política. Quer ser comunicada do cronograma de visitas para ver quando pode ir junto.



REUNIÃO DIEESE E DGTR

08.07.2008

Presença: Maysa, Magda, Noé, Jerônimo e Marilda

Assuntos tratados:

⇒ Plano de Trabalho

É preciso marcar com a divisão das áreas das comunidades.

Falar junto com o pessoal do OP e da Secretaria de Inclusão – ver divisão das regiões e locais para as reuniões.

Fazer divisões em regiões obedecendo a lógica das ruas (que nós já temos) e das lideranças.

Reuniões em regiões – avaliar quantos empreendedores vão participar e verificar quantas reuniões precisarão ser feitas. Falar com todos os empreendedores de uma área e fazer reunião na seqüência.

Possibilidade de fazer reunião mais ampla depois que conversarmos com metade das regiões. Para sistematizar o que já foi discutido até aquele momento.

Depois, fazer o Seminário juntando os dois grupos.

Definir visitas aos empreendedores: Quais regiões? Quanto tempo? Como?

⇒ Material de apoio

Não imprimir muitos, primeiro verificar se estão sendo bem aceitos, se estão ok.

⇒ Outros assuntos

- Organizar o transporte para área do Jardim Santo André com o carro da Prefeitura – DGTR.
- Reunião com DGTR para verificar divisão das regiões, locais para reunião e deslocamento. Dias prováveis – 17 ou 21 de julho.
- Precisamos manter contato com DGTR para saber como está a conjuntura na época da eleição.
- Debater mais detalhadamente com Dieese e DGTR os dados da pesquisa. Possibilidade de fazer uma Oficina de Trabalho de um dia em agosto.