



**UNIVERSIDADE REGIONAL DE BLUMENAU - FURB
ESTADO DE SANTA CATARINA
SECRETARIA DE ESTADO DA EDUCAÇÃO
CURSO DE EXTENSÃO EDUCAÇÃO TUTORIAL EM DESENVOLVIMENTO
REGIONAL COM BASE NOS OBJETIVOS DO DESENVOLVIMENTO
SUSTENTÁVEL (ODS)**

RELATOS DE EXPERIÊNCIAS DO PROESDE:

Turma Especial

Blumenau

2020

RELATOS DE EXPERIÊNCIAS DO PROESDE:

Turma Especial

Trabalho desenvolvido para a Curso de Extensão Educação Tutorial em Desenvolvimento Regional com base nos Objetivos do Desenvolvimento Sustentável – PROESDE Desenvolvimento / FURB – Turma Especial, oferecido em parceria entre a Universidade Regional de Blumenau e o Governo do Estado de Santa Catarina.

Prof. Orientador: Geraldo Máximo de Oliveira

Blumenau

2020

AGRADECIMENTOS

Agradecemos aos professores tutores, coordenação, parceiros da sociedade civil e a Secretária de Educação do Governo do Estado de Santa Catarina.

EQUIPE TÉCNICA

a) Acadêmicas (os):

Amábile Cristine Branco Oliveira
Amanda Ketlin Natt Marcon
Ana Paula da Rosa Ferreira
André Emanuel Oliani Siebert
Caetano Siemann
Débora dos Santos
Douglas Amilton Vargas
Erick de Andrade Vieira
Fernando Gabriel Mondini
Gabriela Zenita da Silva
Gisela Aparecida Sartor
Heloíse R. Siqueira
Janaína Cruz
Jefferson Gabriel Da Silva
João Rubens L. Welter
Larissa Gabriela dos Santos
Larissa Nunes
Leander A. Bini
Léo Soares Vieira
Letícia Lungen
Letícia Suelen Cunhago
Leticia Weiler
Lídia Walende Belengue
Lordan Kotarski
Lucas Adriel Oss-Emer
Mariana Rompeloti
Matheus Augusto Bortoli da Costa
Mylena Carla Antunes
Ruan Lucas Bastos
Ryu Taro Masai
Sabrina Clarissa Richartz
Sandrielle Vieira Til

Thaís Regina Neuburger

Thaynara Letícia Kuhn

Wellington Tailan Veloso

b) Área de pesquisa:

Planejamento Urbano e Regional

c) Orientador de conteúdo:

Prof. Dndo. Geraldo Máximo de Oliveira

Prof. Dnda. Adriana Dias Pasco

Prof. Dnda. Annemara Faustino

Prof. Dnda. Valeska Cristina Barbosa

d) Responsáveis pelo Curso:

Prof. Dr. Ivo Marcos Theis

Prof. Dr. Oklinger Mantovaneli Júnior

RESUMO

O relato de experiência apresenta as principais atividades desenvolvidas pela Turma Especial do PROESDE Desenvolvimento da Universidade Regional de Blumenau (FURB) durante o período de 31 de agosto de 2019 a 29 de fevereiro de 2020. Neste período, além das atividades realizadas com os estudantes em sala de aula foram realizados: Seminários, Palestras, Rodas de Conversa e Oficinas. Como resultado os acadêmicos, em grupos, elaboraram um inventário de experiências inovadoras com foco nos Objetivos do Desenvolvimento Sustentável (ODS) na região do Vale do Itajaí, que foi apresentado no Seminário Estadual do PROESDE – Compartilhamento de experiências. Os acadêmicos da Turma Especial do PROESDE Desenvolvimento somaram 35 alunos que realizaram entrevistas com roteiro semiestruturado para conhecimento de experiências inovadoras com foco nos ODS, conforme consta no corpo deste relatório. Ao incentivar o conhecimento dessas experiências em relação às teorias do desenvolvimento regional, acredita-se que o programa contribuiu para que alunos de graduação de diversas áreas passassem a conhecer a realidade socioeconômica da região do Vale do Itajaí e visualizar condutas possíveis relacionadas à prática da inovação com responsabilidade em relação aos ODS, e a partir de cada área de formação de origem dos participantes.

Palavras-chave: PROESDE; Desenvolvimento Regional; Iniciativas inovadoras.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	7
1. INVENTÁRIO DAS INICIATIVAS INOVADORAS.....	10
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	57
REFERÊNCIAS.....	58

INTRODUÇÃO

O Programa de Educação Superior para o Desenvolvimento Regional (PROESDE) faz parte das iniciativas do Governo do Estado de Santa Catarina como uma das políticas públicas para a redução das desigualdades regionais e que, com esta ação, busca equilibrar o desenvolvimento ambiental, econômico e social de cada região. De acordo com a Secretaria de Estado da Educação (SES), o objetivo geral do PROESDE é “capacitar estudantes de graduação, mobilizando um conjunto de atividades de ensino, pesquisa e extensão voltados à formação do cidadão, capaz de intervir nas políticas públicas, mediante articulação entre a formação acadêmica do estudante com o desenvolvimento socioeconômico da região” (SED, 2020). Formando assim, agentes de desenvolvimento regional que contribuirão com ações de forma articulada com os Objetivos do Desenvolvimento Sustentável (ODS).

Desta forma, entende-se que a melhoria das regiões se dá, também, por intermédio da educação superior, a partir de cursos de graduação estratégicos para o desenvolvimento regional (FURB, 2020). Na FURB, o programa assume o formato de um Curso de Extensão em Desenvolvimento Regional com foco nos Objetivos do Desenvolvimento Sustentável (ODS), sendo executado por meio de metodologias de educação tutorial. Portanto, trata-se de um projeto de extensão, integrante do Programa de Pós-graduação do Desenvolvimento Regional – PPGDR e aos cursos de mestrado e doutorado (FURB, 2020). O curso de extensão em Desenvolvimento Regional desenvolveu suas atividades no período correspondente entre agosto de 2019 e fevereiro de 2020, além dos esforços de planejamento e elaboração de relatório empenhados pela equipe de coordenação e execução do projeto.

O curso teve como produto os Trabalhos de Conclusão de Curso (TCCs) que apresentaram resultados de pesquisas relacionadas às experiências inovadoras da região do Vale do Itajaí. Os acadêmicos elaboraram um inventário dessas experiências com foco nos ODS, por meio de entrevistas com roteiro semiestruturado para conhecimento de experiências inovadoras com foco nos ODS. O trabalho teve por objetivo conhecer as experiências inovadoras e a sua relação com as teorias do desenvolvimento regional, visualizando condutas possíveis relacionadas à prática da inovação com responsabilidade e em concordância com os ODS a partir de cada área de formação de origem dos participantes. A composição

das equipes teve por base a multiplicidade de áreas do conhecimento como principal fator de formação.

Para a realização deste trabalho foi utilizada uma pesquisa exploratória para inventariar as iniciativas que se enquadrassem nos critérios relativos ao empreendedorismo, a inovação e as políticas públicas com base no ODS correspondente. Em seguida, a Turma Especial foi dividida em grupos de trabalho que selecionou a iniciativa para aplicação das entrevistas baseadas no roteiro elaborado e utilizado no âmbito das pesquisas do Núcleo de Políticas Públicas (NPP) do PPGDR/FURB. As entrevistas tiveram o intuito de conhecer as experiências inventariadas, reconhecer as dimensões dos ODS presentes nas iniciativas e apontar suas localizações geográficas. Finalmente, os trabalhos foram apresentados no Seminário Regional do PROESDE e no Seminário Estadual do PROESDE, ambos ocorridos em fevereiro de 2020.

Observa-se que o inventário das iniciativas inovadoras foi resultado de uma construção coletiva da Turma Especial que foi elaborado em várias etapas, iniciando com: as aulas expositivas para conhecimento das teorias do desenvolvimento regional; as aulas expositivas para o conhecimento dos Objetivos do Desenvolvimento Sustentável (ODS); as visitas a campo; a participação em seminários regionais; a realização de entrevistas; a elaboração de registros fotográficos; o preenchimento de questionários e identificação da localização geográfica da iniciativa pesquisada para elaboração de uma cartografia das iniciativas inovadoras. O resultado destas etapas se consolidou no Trabalho de Conclusão de Curso inventariando 8 iniciativas inovadoras, que estão listadas a seguir:

- **Banco do Tempo:** um grupo sem fins lucrativos onde ninguém tem uma função específica apenas o tempo dos agentes são trocados;
- **Chácara do Salto:** produção de produtos orgânicos sazonais para comercialização direta ao consumidor;
- **Greenplace Park:** empreendimento social que tem como objetivo produzir bens e serviços que gerem impacto social para a sociedade;
- **Instituto GENE:** promove a inovação e o empreendedorismo, contribuindo para o desenvolvimento econômico e social sustentável;

- **Enxame Comércio Colaborativo:** comércio colaborativo, criativo, justo, humanizado e descontraído, além de divulgar os produtos ecológicos, artesanais e de pequenos produtores visando a sustentabilidade e o uso consciente dos produtos;
- **Comunidade que Sustenta a Agricultura – CSA:** o projeto conta com modelos que transformam os meios tradicionais agrícolas para ecológicos, e reestruturam o modo de comércio de convencional para coletivo;
- **Blusoft:** treinamento gratuito para a educação tecnológica em Blumenau;
- **Cafeteria Especial:** é uma empresa privada que gera empregos ao contratar colaboradores com síndrome de Down para trabalhar no atendimento ao público, com o objetivo de inclusão social e visibilidade sobre o tema na cidade e no vale do Itajaí.

1. INVENTÁRIO DAS INICIATIVAS INOVADORAS

Um inventário pode ser descrito como uma ação que visa identificar informações relevantes sobre um determinado tema a partir de um instrumento de pesquisa contendo questões previamente definidas para atender a um determinado fim. Neste trabalho optou-se por utilizar como instrumentos de pesquisa a entrevista e um questionário semiestruturado, para identificar as iniciativas inovadoras que envolvessem as áreas de Economia Solidária, Empreendedorismo, Inovação e Políticas Públicas identificando a quais dimensões dos ODS elas estão relacionadas.

A seguir são apresentadas as iniciativas inventariadas:

1.1. NOME DA INICIATIVA: Banco do Tempo

Acadêmicas (os):

- Gisela Aparecida Sartor;
- Léo Soares Vieira;
- Letícia Suelen Cunhago;
- Mariana Rampelotti;
- Thais Regina Neuburger;
- Thaynara Letícia Kuhn.

Respostas do questionário:

1.1.1 Nome do Projeto: Banco do Tempo;

1.1.2 Município: Blumenau/SC;

1.1.3 Modalidade: Políticas Públicas;

1.1.4 Homepage:

https://www.powtoon.com/online-resentation/foIDcYSF9bP/?utm_campaign=copy%2Bshare%2Bby%2Bnon%2Blogged&utm_content=foIDcYSF9bP&utm_po=9976355&utm_source=player-page-social-share&utm_medium=SocialShare&mode=movie;

1.1.5 Entrevistada: Bethania Guenther; Função: Todos são voluntários. Segundo a entrevistada: “O Banco de Tempo é, nós somos um grupo, não tem fins lucrativos e não tem ninguém com uma função específica, não tem ninguém que manda mais do que ninguém. É

um grupo que foi criado, isso não é do Brasil, é um grupo que veio de fora, tem em Lisboa, Nova York, tem Madri, tem em outros lugares do mundo e aqui em SC tem em Florianópolis (...) é o mais forte”. Em Blumenau existem 1211 membros cadastrados;

1.1.6 Data de fundação: 19/12/2019;

1.1.7 Tempo da entrevista: 31 minutos e 57 segundos;

1.1.8 Local da entrevista: Intercultural Agência de Intercâmbios, Rua Padre Jacob nº 75, sala 304, Bairro Centro, Blumenau/SC;

1.1.9 Telefone: (47) 3035-3848;

1.1.10 E-mail para contato: befruc@gmail.com;

1.1.11 Instituições participantes da experiência: não há;

1.1.12 Instituições coordenadoras: como todos são voluntários/agentes, a Bethânia administra o Banco de Tempo em Blumenau disponibilizando a ONG 3h suas para essa organização: “como eu sou uma das administradoras, eu ganho 3h por mês para fazer essa Administração, do Banco de Tempo. O Banco próprio me paga três horas, essas horas eu investi na rede, e a rede por sua vez (...) ninguém ajudou ninguém, ninguém fez trabalho voluntário, mas ao mesmo tempo tu percebe o amor que existe nisso, nessa troca (...)”;

1.1.13 Centros de pesquisa que prestam assessoria: não há;

1.1.14 Financiamentos recebidos: O Banco de Tempo não utiliza dinheiro em nenhuma transição, apenas o tempo dos agentes são trocados;

1.1.15 Produção científica sobre o projeto: A influência da economia colaborativa para o desenvolvimento sustentável: a experiências do Banco de Tempo na cidade de BLUMENAU, por Valdelino de Carvalho Silva (TCC);

1.1.16 Gênese do projeto: Silva (2019, p. 41) destaca que o termo Banco de Tempo apareceu inicialmente em 1827, com o anarco-individualista Josiah Warren, ao criar a Cincinnati Time Store, loja de tempo para apoiar suas teorias fundamentadas na interpretação valor-trabalho, tendo funcionado de 1827 a 1830. Em 1848, o socialista Pierre-Joseph Proudhon empreende um sistema de vales

de tempo, onde defendia que o trabalho ou sua realização precisa receber bens e serviços que contenham similar ou igual utilidade. O grupo do Timebank destaca em sua página na internet que em 1980, o professor estadunidense Edgar S. Cahn criou uma ferramenta social que ele chamou pela primeira vez de “créditos de serviço” e que esta referia-se a um meio de interação destinada a incentivar o trabalho necessário para a construção de comunidades fortes e resilientes. O Banco de Tempo de Blumenau surgiu “há mais de cinco anos”, segundo a entrevistada, esta cidade, e esse ano, de 2019, uma comissão de 5 pessoas se juntaram para executar o projeto ininterruptamente, sendo utilizando como modelo o Banco de Tempo de Florianópolis,

1.1.17 Problemática: esse grupo do Banco de Tempo em Blumenau teve a intenção de dar continuidade a ideia original, dê uma hora de serviço a outra e receba um crédito único. Você pode usar os créditos, por sua vez, para receber serviços - ou doá-los a outras pessoas;

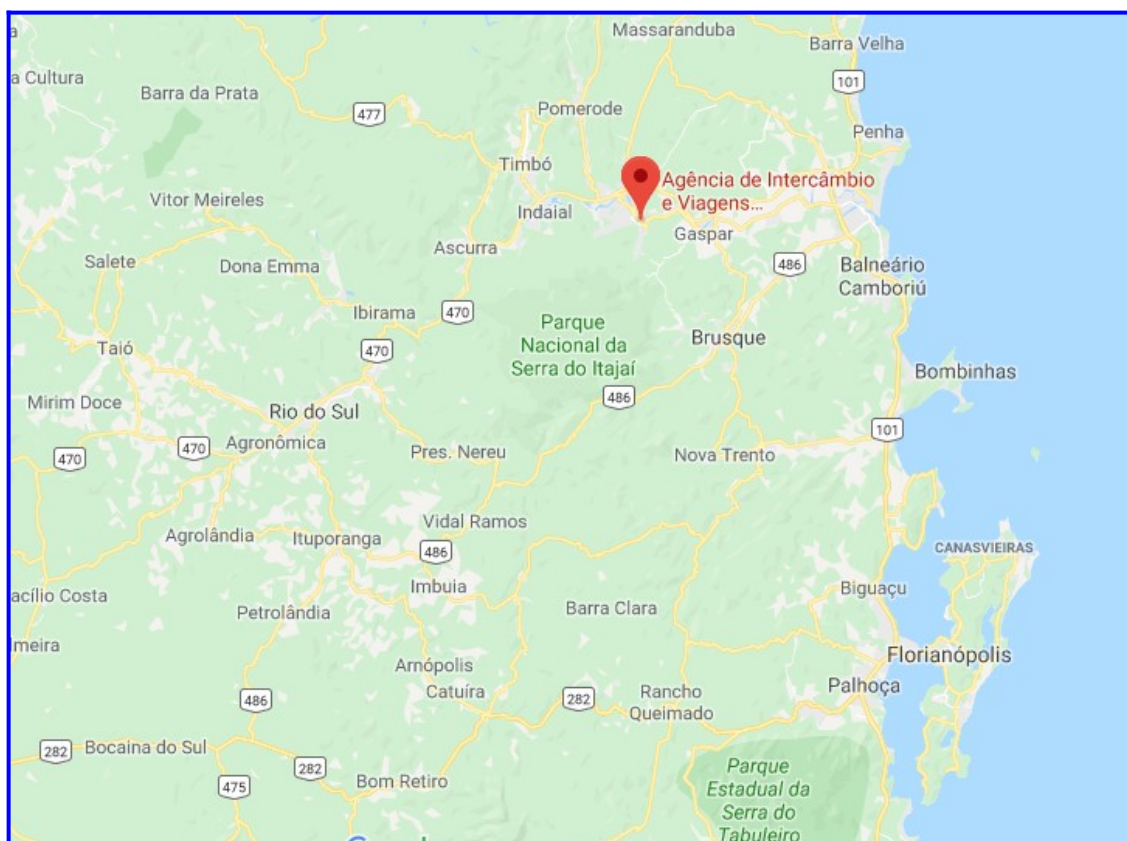
1.1.18 Objetivos da experiência: dar continuidade ao trabalho já feito mundialmente, de economia solidária com uma moeda social, cuja visão é uma mudança no paradigma social de que tudo tem a ver com dinheiro, Bethânia destaca que “aquilo que a gente tem de mais precioso na nossa vida é o nosso tempo, por que é um pedacinho das nossas vidas, de que o nosso tempo é importante”, sendo essa moeda social o tempo de talento de cada integrante;

1.1.19 Localização (território) sede e arredores: Não há infraestrutura ou espaço físico para as trocas. Todas são feitas pelos próprios agentes do Banco de Tempo, cedendo seu talento e espaço físico - caso seja necessário, como por exemplo, existem massoterapeutas, professores de ioga, etc - mas também, existem trabalhos que não precisam de espaço físico disponível, apenas o que será visitado, como exemplo os fotógrafos, maquiadores, etc. Em alguns casos, há oficinas e palestras gratuitas, e a entrevistada Bethânia disponibiliza o espaço físico da Intercultural, sua agência de intercâmbios, para esses eventos;

1.1.20 Localização específica: R. Padre Jacobs, 75 - 304 - Centro, Blumenau - SC, 89010-080. O escritório está localizado na mesorregião do Vale do Itajaí, microrregião de Blumenau. O Banco de Tempo Blumenau tem profissionais que disponibilizam seus talentos nos municípios de Blumenau, Gaspar, Indaial, Pomerode e Timbó;

1.1.21 Coordenadas Latitudinais e Longitudinais: Agência de Intercâmbio e Viagens - Intercultural Blumenau -26°55'12.0"S 49°03'57.3"W;

1.1.22 Mapa da localização: fonte - Google Maps



1.1.23 Características ecológicas do local: Blumenau está localizada no vale do Rio Itajaí-Açú, possui clima temperado quente, com ventos médios soprando do quadrante leste. As temperaturas médias variam de 16 a 27°C. A vegetação típica inclui Bacia do rio Itajaí-Açú e a Mata Pluvial de Encosta Atlântica. Sua flora e fauna abrange espécies importantes, tais como a Canela-preta, Laranjeira-do-mato, Tanheiro e Palmiteiro (flora). Na fauna, o município e região têm as espécies predominantes de Capivara,

Cutia, Gambás, Bugios, Quero-Quero, Sanhaçu, Bem-te-vi, Gaturamo (BLUMENAU, 2019);

1.1.24 Características culturais do local: área inicialmente habitada por indígenas Kaigangs, Xoklengs também denominados Botocudos. Com a chegada do Dr. Hermann Bruno Otto Blumenau em 1850, a área passa a ser colonizada principalmente por imigrantes alemães (BLUMENAU, 2019);

1.1.25 Marcos (Estratégias) do Projeto: oportunidades (externo ao projeto) e pontos fortes (internos ao projeto): as oportunidades externas do projeto dizem respeito a angariar mais agentes sociais a serem integrados, Palestras mensais e os projetos Parque da Leitura (no Parque Ramiro) e Permacultura (na escola Albert Stein). Os pontos fortes internos dizem respeito a dedicação ao projeto dos cadastrados, pois há a valorização do objetivo principal do Banco do Tempo em todas as ações, sendo mostrada essa característica com o comprometimento na oferta de horas e no recebimento delas pelos membros.

1.1.26 Ameaças (externas) e pontos fracos (internas): Bethânia elenca como ameaça externa “a questão do algoritmo do Facebook e a visibilidade”, mesmo curtindo, a página não aparece sempre no seu feed de notícias e existe dificuldade de prospectar mais participantes e perdendo campo, pois há a questão das pessoas terem que ir até o Banco de Tempo ao invés do Banco de Tempo ir até essas pessoas. O ponto fraco interno diz respeito a questão do voluntariado de cada cadastrado, pois todos fazem no seu tempo, como diz a entrevistada Bethânia “por amor”;

1.1.27 Cultura organizacional predominante (associativismo, empreendedorismo, religiosidade, movimento social e outros): movimento social, moeda social, inovação social, Banco Comunitário;

1.1.28 Conhecimentos tradicionais/populares considerados no projeto (tecnologias apropriadas): mídias sociais, pois a organização do trabalho todo é feita pelo Facebook. A questão de conhecimento populares também engloba todos os participantes e

suas diversas áreas disponibilizadas para utilização de horas, ou seja, conhecimentos em áreas como: Administrativo / Jurídico / Consultoria / Projetos / Marketing, Alimentos, Animais de estimação, Artes, Casa / horta / jardim, Educação, Festas e Eventos, Lazer / Esportes, Moda e Beleza, Saúde / Bem estar / Terapias Naturais, Social, Tecnologia da Informação, Transportes, Turismo e Lazer;

1.1.29 Metodologias de trabalho: gestão profissional, a entrevistada argumenta que o Banco de Tempo é uma “mudança na visão das pessoas em relação a sua função”.

1.1.30 Principais ações implementadas: além das ações individuais de troca de horas entre os fornecedores e consumidores cadastrados no Banco de Tempo, há também palestras mensais e os projetos Parque da Leitura (no Parque Ramiro) e Permacultura (na escola Albert Stein);

1.1.31 Resultados conseguidos durante a experiência: 700 talentos cadastrados no Banco de Tempo, palestras mensais e os projetos Parque da Leitura (no Parque Ramiro) e Permacultura (na escola Albert Stein);

1.1.32 Impactos que ocorreram depois da implementação da experiência: a experiência iniciou em Blumenau esse ano, mas já é visível o impacto neste pouco tempo, pois já existem dois projetos contínuos (Parque da Leitura e Permacultura) e as palestras mensais que impactam diretamente as pessoas, como uma delas que tratava de mentoria financeira.

1.2. NOME DA INICIATIVA: Chácara do Salto

Acadêmicas (os):

- Erick de Andrade Vieira;
- Fernando Gabriel Mondini;
- Leander Bini;
- Lucas Adriel Oss-Emer;
- Matheus Augusto Bortoli da Costa.

Respostas do questionário:

- 1.2.1 Nome do Projeto:** Chácara do Salto;
- 1.2.2 Município:** Blumenau/SC;
- 1.2.3 Modalidade:** Políticas Públicas;
- 1.2.4 Homepage:** <https://chacaradosalto.com.br/>;
- 1.2.5 Entrevistado/função:** Caixa;
- 1.2.6 Data da entrevista:** 20/12/2019;
- 1.2.7 Tempo da entrevista:** 50 minutos;
- 1.2.8 Local da entrevista:** Chácara do Salto;
- 1.2.9 Telefone:** (47) 3338-1559;
- 1.2.10 E-mail:** chacaradosalto@gmail.com;
- 1.2.11 Financiamentos recebidos:** iniciativa privada sem o auxílio de recursos financiados, o montante a sua manutenção vem da venda dos seus produtos comercializados;
- 1.2.12 Produção científica sobre o projeto:** entrevista ao Jornal do Almoço (RBS TV) - [https://www.youtube.com/watch?v=B4fQTFku-X0&t](https://www.youtube.com/watch?v=B4fQTFku-X0&t;);
- 1.2.13 Problemática:** demanda por produtos orgânicos, com procedência e qualidade;
- 1.2.14 Objetivos da experiência:** proporcionar produtos orgânicos sazonais e comercializá-lo;
- 1.2.15 Localização:** perímetro urbano, bairro Salto do Norte, Blumenau/SC;
- 1.2.16 Indicadores que demonstrem sustentabilidade da experiência:** a chácara do Salto está localizada no Bioma da Mata Atlântica segundo o Manual Técnico da Vegetação Brasileira de 2012, inserida na formação fisionômica-ecológica da floresta Ombrófila Densa das Terras Baixas com leve transição para Submontana; Localiza-se em perímetro urbano no bairro Salto Norte no município de Blumenau, Santa Catarina, pertencente a Bacia Hidrográfica do Rio Itajaí;
- 1.2.17 Ponto forte da iniciativa:** é o seu crescimento nos últimos anos, iniciando o fornecimento para mercados e venda pelo site da Chácara. A ação apresenta caráter de empreendedorismo, sendo visada totalmente para fins lucrativos tendo como receita as

vendas dos produtos comercializados e beneficiados na Chácara do Salto. A forma de produção da chácara leva em seus métodos conhecimentos visando o não uso de agrotóxico e produtos químicos como fungicidas, pesticidas, herbicidas e demais substâncias que agridem o meio ambiente e as culturas. Uma das técnicas que auxilia é a colocação de uma forragem de palha ao chão para evitar o crescimento de mato competição e ervas daninhas. As variedades cultivadas são sazonais, ou seja, elas são cultivadas somente em sua época favorável. Evitando assim, o uso de produtos químicos para o crescimento em época desfavorável quando seu desenvolvimento é menor e a planta fica mais suscetível ao ataque de pragas. São 58 produtos que estão disponíveis em diferentes períodos do ano;

1.2.18 Ponto fraco: é a dificuldade que enfrenta períodos de chuva, sendo que a área não tem uma boa drenagem e se encontra ao lado do rio Itajaí açu. Ocasionalmente prejuízos a produção e como consequência prejuízos financeiros;

1.2.19 Organizações de apoio ao projeto (instituições que influenciam, como as do Estado e organizações do terceiro setor): não há;

1.2.20 Mapa da localização

O Banco de Tempo é uma iniciativa digital que não possui localização em espaço físico. Utiliza plataformas de redes sociais e tem abrangência de troca de tempo de serviços no município de Blumenau.

1.3. NOME DA INICIATIVA: Greenplace Park Blumenau

Acadêmicas (os):

- Amábele Cristine Branco Oliveira;
- Douglas Amilton Vargas;
- Janaína Cruz;
- Letícia Lungen;
- Wellington Tailan Veloso.

Respostas do questionário:

1.3.1 Nome do Projeto: Greenplace Park Blumenau;

1.3.2 Município: Blumenau/SC;

1.3.3 Modalidade: Empreendedorismo Social.

1.3.4 Homepages:

Facebook: <https://pt-br.facebook.com/greenplacepark/>

Wordpress: <https://greenplaceblog.wordpress.com/>

Instagram: <https://www.instagram.com/greenplacepark/>

Youtube: <https://www.youtube.com/user/greenplacebr>

1.3.5 Entrevistada: Jackeline;

1.3.6 Função: Coordenadora de projetos;

1.3.7 Data: 07/12/2019;

1.3.8 Tempo da entrevista: 1 hora;

1.3.9 Telefone: (47) 3322-7799;

1.3.10 E-mail de contato: greenplacepark@gmail.com;

1.3.11 Instituições participantes da experiência: duas;

1.3.12 Instituições coordenadoras: a experiência Greenplace pode ser caracterizada como sua própria fonte de pesquisa, pois há a formação de um grande laboratório ao ver essas experiências sociais, econômicas e empreendimentos acontecendo, sendo desenvolvidas e dando certo. Ao se intitular Empreendimento Social a experiência se coloca como uma forma de empreender que tem como objetivo produzir bens e serviços que gerem impacto social, promovendo melhorias para a sociedade. Hoje a experiência tem duas identidades políticas, uma MEI Greenplace que desenvolve eventos e loca espaços e a fábrica de cultura, esporte e cidadania, que é a associação e movimenta para além dos espaços físicos. Na fábrica há um movimento bem maior do que na MEI;

1.3.13 Centros de pesquisa que prestam assessoria: quanto à assessoria de centros universitários há sempre alunos da Universidade Regional de Blumenau (FURB), interessados em estudar aquilo que a Greenplace desenvolve. No momento a experiência está desenhando uma parceria com a FURB, visando que a instituição desenvolva uma "extensão colaborativa", onde a

Greenplace elenca as necessidades do local e os cursos da Universidade podem estar atendendo a tais demandas. Seja na parte de identidade, publicidade, parte administrativa, projetos arquitetônicos. Sobre essa parceria pode-se colocar que as reuniões já começaram e ela está em processo inicial. A experiência mostra-se rica em material para a Universidade, por exemplo, propondo práticas e iniciativas, seja qual curso ou área for. Mostra-se local para experiência e crescimento profissional e pessoal, desde a diversidade e liberdade de expressão encontrados. Até os conceitos de respeito, valorização e sustentabilidade, que são tão necessários na sociedade atual;

1.3.14 Demais instituições: outra instituição que não é uma parceira direta, mas uma interessada em desenvolver a tecnologia da experiência é a AILOS, sistema que atua em áreas urbanas do sul do Brasil e através das cooperativas filiadas visa trazer desenvolvimento e melhora da qualidade de vida dos cooperados e comunidade e querem transformar o mundo através do cooperativismo. Atualmente a empresa não financia nada, mas gostaria de comprar a metodologia da experiência, mas para isso se tem criado grupos para fomentar tais tecnologias. A própria FURB, o Instituto Gene e outros vem pensando em formar parcerias com a experiência, assim sendo, uma organização de coletivos que buscam a sustentabilidade;

1.3.15 Financiamentos recebidos: Greenplace não recebe qualquer tipo de repasse financeiro. A Greenplace não se considera um projeto social, mas sim um empreendimento social. Onde empreendem projetos que tem impacto social. Assim sendo, esses projetos acontecem de forma gratuita, onde parceiros se voluntariam e não sendo necessário mediação financeira, é feito como um banco de trocas. Quando o projeto é maior buscam-se patrocínios e colaboradores;

1.3.16 Produção científica sobre o projeto: foram feitos diversos vídeos para o canal Greenplace Park TV no Youtube, o último vídeo é datado de nove meses atrás onde informa sobre a Colônia de

férias no local. Outros vídeos informam sobre eventos culturais da cidade de Blumenau, como o Coletivo Colmeia e a Feirinha da Servidão, até oficinas de capoeira, desenho, música entre outras. Além de reportagens que são feitas para o próprio site da Prefeitura do Município de Blumenau, informando sobre os trabalhos realizados neste local. Também divulgações em outros veículos da mídia, como uma matéria intitulada "Greenplace Park= arte + esporte + ação + social + diversão" para O Blumenauense que trata de notícias de Blumenau e do Vale do Itajaí, (<http://www.oblumenauense.com.br/green-place-park-arte-esporte-acao-social-diversao/>). O local conta também com um vídeo institucional. Sobre produção científica muitos alunos já vieram até o local fazer entrevistas e pesquisas, mas a equipe não tem a informação se esses trabalhos se tornaram alguma produção científica. No canal do Youtube é possível encontrar vídeos sobre as atividades culturais do Greenplace e como estas emanam amor, carinho, fraternidade e outros tantos que se entrelaçam com a ideia de vida em comunidade, com diferentes tribos convivendo em paz. Pode-se considerar um escape das rotinas atuais, onde famílias, amigos e comunidade em geral se encontram e fortalecem esse laço social que consideramos mais do que necessário. Nos vídeos são apresentadas oficinas de artesanato, rodas de música e conversa, interação com o meio ambiente e com diferentes povos e culturas, o que faz do Greenplace a melhor opção para quem busca atividades que encaixam todo o âmbito familiar, um ambiente agradável em um local inesperado: uma fábrica abandonada. O canal também conta a história da experiência, onde foram necessários cerca de três anos de trabalho e o envolvimento de várias pessoas para limpar e transformar o local no que é hoje. Mas todo esforço traz uma recompensa, e no caso do Greenplace, é possível vê-la na participação social e na felicidade dos adultos e crianças que, ao frequentarem o local e terem contato com diferentes culturas, levam para casa um novo pensamento sobre o meio ambiente e a vida em sociedade;

1.3.17 Gênese do projeto: a experiência Greenplace Park Blumenau foi feita a partir de uma fábrica abandonada, e durante sua reforma, foram retiradas toneladas de resíduos com a ajuda de mais de 600 voluntários. Sendo inaugurada em setembro de 2015, e o espaço foi construído em sua quase totalidade de materiais reciclados. Nesse lugar acontecem diversos tipos de vivência, como por exemplo esportiva, cultural e de cidadania. E atividades como oficinas, colônia de férias, shows, atividades ao ar livre e esportes. A ideia começou com Ramon, que era skatista e corretor de imóveis. Ramon veio um dia até os galpões onde hoje fica o Greenplace e tinha a intenção de locá-los e trouxe amigos que se empolgaram com a ideia e tinham o desejo de construir uma pista de skate. Assim sendo, começaram a estudar o mercado de como o skate estava no mundo, quais os equipamentos seriam necessários para ter uma pista e assim mobilizar amigos para fazer acontecer o sonho de ter um "clubinho de skate". No ano seguinte, Ramon e Jackeline, coordenadora de projetos do local, se encontraram para falar da ideia. Jackeline já trabalha com economia colaborativa e economia verde, assim ampliaram a ideia e começaram a pensar além do skate, começaram a pensar em outros esportes, em trabalhar com a cultura, cidadania, empreendedorismo, inovação e outras tecnologias. Assim a Greenplace Park é um Empreendimento Social que surgiu de um "sonho" de ter um lugar onde fosse possível praticar esportes, encontrar amigos, pensar a cidade, desenvolver ações e estimular a cultura coletiva. A partir desta intenção a identidade se constituiu em um espaço de vivências esportivas e articulação de projetos áudio visuais e ações socioculturais. O princípio fundamental da experiência é a sustentabilidade em suas diferentes dimensões. O espaço físico é 85% construído a partir de reciclagem, procurou-se trazer esse conceito para dialogar também com as problemáticas globais estimulando o desenvolvimento local por intermédio dessa intenção. A Greenplace quer ser mais do que simplesmente um complexo esportivo, quer ser referência em Empreendimento Social. Ser mais do que um ponto de encontro, quer ser um espaço de ideias, de atletas, de pais, de filhos, de artistas e de diversidade. Ser mais do que um sonho realizado, quer que outros, assim como os próprios

idealizadores, possam sonhar e construir essa história todos juntos. O grande sonho é criar um ambiente onde as crianças possam desenvolver várias habilidades, como liderança, responsabilidade cívica, multimídia, cultura, tradições e paz;

1.3.18 Problemática: a iniciativa surgiu pela necessidade de se pensar em mais empreendimentos sociais na cidade e em toda a região. No pensamento de ampliar a ideia inicial, pensando além do skate, começou-se a pensar também em outros esportes. E trabalhando cultura, cidadania, formas de empreendedorismo e aprender a empreender, inovação e tecnologias sociais. A experiência começa como um sonho juvenil de ter um espaço para poder se expressar através do esporte, mas acaba por tocar em diversas outras áreas da sociedade que precisavam de atenção. E a partir disso surgiram os projetos e pensou-se cada vez mais em um espaço de expressão;

1.3.19 Objetivos da experiência:

- Trabalhar a diversidade e respeito;
- Ser um Empreendimento Social;
- Ser um local que abrigue os jovens do bairro Garcia e região;
- Criar um ambiente onde as crianças possam desenvolver várias habilidades, como liderança, responsabilidade cívica, multimídia, cultura, tradições e paz;
- Usar as ferramentas certas com os jovens e adultos para criar cidadãos conscientes com a sociedade e o ambiente que os cercam;
- Olhar por outra perspectiva este o local, notando sua diversidade e focando no ato de semear amor e coletividade;

1.3.20 Localização: Greenplace Park fica localizado rua Professor Gustavo Brandes no bairro Garcia em Blumenau. Todo o seu espaço e arredores conta com galpões (que podem ser vistos nos

um local para diversidade de obras, pensamentos e diversas identidades, essa experiência se coloca como sustentável em não só suas ações, mas também no ato consciente do empreender social;

1.3.24 Características culturais: o Greenplace Park está localizado no bairro Garcia, em Blumenau. As características culturais encontradas em uma visão macro sobre essa microrregião são as já tão enaltecidas em nossa história. Os grandes grupos de imigrantes alemães, italianos, e em menores números açorianos, poloneses, japoneses, entre outros que trouxeram muito de sua cultura ao Vale do Itajaí. O Greenplace na visão micro demonstra toda a vivência encontrada em nossa região, desde as pinturas características tão marcantes dos grandes centros urbanos, até as plantas e vegetação própria a nossa região, demonstrando a sustentabilidade da experiência. Além disso, uma característica que define muito bem o Greenplace é cultura, através de um mix de diferentes colaboradores, voluntários, sujeitos de forma geral, à experiência visa olhar por diversas dimensões, dos mais diferentes lugares e realidades. Tornando-a assim integral. A iniciativa que começou com Ramon visando um clube de skate até aos projetos atuais de tecnologia social demonstram a cultura que cresce nesse local. Uma visão para a arte, cidadania e esporte que a experiência quer fazer emergir em cada um;

1.3.25 Características sociais: quanto às características sociais a experiência apresenta-se em uma cultura caracterizada por um princípio orientador, o respeito à diversidade. No local não há um público-alvo específico, mas sim tem como objetivo elucidar vivências entre as pessoas das mais diversas camadas da sociedade, onde todos possam interagir e celebrar a diversidade. Já que a esfera social se faz na interação do sujeito com o outro e assim transforma essa convivência como potência para a própria constituição do ser, para tal a Greenplace não poderia ser exemplo melhor;

1.3.26 Indicadores que demonstrem sustentabilidade da experiência:

- Uso de material reciclado para maior parte da composição do ambiente;
- Criação de uma consciência sustentável nos sujeitos;
- Oficinas, projetos, rodas de conversa sobre a sustentabilidade;
- Todas as ações pensadas na experiência, desde a logo, ao espaço físico e tudo o que lá acontecem focam na sustentabilidade;

1.3.27 Oportunidades (externo ao projeto) e pontos fortes (internos ao projeto): hoje há um mercado em crescimento para empreendimentos eco socioeconômicos, com o comprometimento de diversos países, incluindo o Brasil, com agendas de desenvolvimento sustentável como a agenda 2030 e o acordo de Paris (2015), abre-se um amplo mercado para este tipo de empreendimento. Além do fortalecimento do movimento cooperativista que vem acontecendo no Brasil nos últimos anos. Internamente o projeto vem ganhando força na região de Blumenau com cada vez mais pessoas associadas que contribuem para o crescimento da Greenplace;

1.3.28 Ameaças (externas) e pontos fracos (internas): apesar da força do movimento cooperativista ter aumentado a Greenplace pode enfrentar empecilhos para seu crescimento devido à característica tradicionalista da economia de Blumenau, uma economia focada em empreendimentos tradicionais com orientação ao lucro e não à contribuição social o que faz com que a Greenplace tenha poucos apoiadores de maior porte. Hoje a Greenplace possui pouca geração de lucro e trabalha apenas com seu capital de giro o que pode prejudicar a saúde financeira da empresa e impedir um potencial crescimento devido às oportunidades do mercado;

1.3.29 Cultura organizacional predominante: o cooperativismo é uma característica da cultura dessa experiência. Bem como toda a tomada de decisão feita é coletiva. A Greenplace tem pessoas empreendendo em conjunto, cada água tem uma decisão, mas

essa deve ser clara ao coletivo. Todos devem estar juntos e saber o que está acontecendo no espaço. Assim, além do cooperativismo, o local também é conhecido por se caracterizar como um Empreendimento Social;

1.3.30 Conhecimentos tradicionais/populares considerados no projeto: como conhecimento ou saber tradicional se tem todo o conhecimento que é agrupado nas tradições culturais de comunidades, podendo incluir ferramentas para uso na pesca ou agricultura, ecologia, clima, todo e qualquer conhecimento que ajude na subsistência e sobrevivência e são adquiridos no contato e interação com o ambiente. Assim, os conhecimentos tradicionais considerados na Greenplace são inúmeros, vista a interação e diversidade que acontece em cada conversa, cada oficina ou evento que o espaço propõe. Pode-se citar de maneira ampla as formas de música, dança, arte, esporte e diálogos construídos. Desde os conhecimentos populares de agricultura que podem ser usados para a criação de uma horta, até conhecimentos passados de um para outros sobre reciclagem e sustentabilidade;

1.3.31 Metodologias de trabalho: participação de todo o coletivo, voluntariado seja de empresas, grupos ou pessoas, onde todos acreditem no projeto e vivam a ideia que a Greenplace quer passar;

1.3.32 Principais ações implementadas:

- Eventos que geraram renda e impactaram diversos tipos de pessoas;
- Oficinas das mais variadas formas de cultura;
- Incentivo a prática de esportes;
- Discussão entre coletivos para propor a estas formas de empreender;

1.3.33 Resultados conseguidos durante a experiência:

- Abrigar coletivos sem espaço para propor a eles empreendedorismo e espaço para discussão e construção de políticas públicas;

- Abrigar os jovens do Garcia, não existia nenhum parque aqui no bairro;
- Ter abrigado mais de 600 eventos que geraram renda, visibilidade e impactado mais de 10 mil de pessoas diretamente;
- Abrigado artistas e ideias;
- Construção de parcerias;
- Trazer à tona o tema da sustentabilidade e do empreendedorismo social para a cidade e região;

1.3.34 Impactos que ocorreram depois da implementação da experiência:

- O grande efeito foi estimular a criatividade na cidade de Blumenau. As pessoas começaram a criar mais e pensar mais nesse sentido;
- O estímulo da consciência criativa coletiva;
- Respeito à diversidade;
- Mais uma opção cultural para os blumenauenses;
- Diálogo e reflexão sobre temas tão necessários;

1.3.35 Distribuidores/consumidores dos produtos (quando há relação produtiva) /informações (relação política): a Greenplace pensa em vender um catálogo de serviços para fora, por exemplo, uma empresa que quer impactar socialmente, mas não sabe como começar a desenvolver um projeto. A experiência estudada pode ajudar vendendo projetos de impacto social prontos. Desde a revitalização de um espaço, até a criação de uma horta nos arredores da empresa. Cria-se um ecossistema. E dada a diversidade do local e uma não configuração do público-alvo, todos são os consumidores dos serviços;

1.3.36 Terceirizações que ocorrem no projeto (empresas): a terceirização na gestão financeira, processos de limpeza e manutenção, alguns serviços de rede;

1.4. NOME DA INICIATIVA: Instituto GENE

Acadêmicas (os):

- Heloíse R. Siqueira;
- Leticia Weiler;
- Sabrina Clarissa Richartz.
- Sandriele Vieira Til;

Respostas do questionário:

1.4.1 Nome do Projeto: Instituto GENE;

1.4.2 Município: Blumenau/SC;

1.4.3 Modalidade: Políticas Públicas;

1.4.4 Homepage:

<https://www.institutogene.org.br/> https://www.youtube.com/watch?v=wp_LZvtUlhY

1.4.5 Entrevistado: Prof. Udo Schroeder;

1.4.6 Função: Presidente do Conselho de Administração

1.4.7 Data: 15/12/2019;

1.4.8 Telefone: (47) 99982-4642

1.4.9 E-mail de contato: udo@furb.br

1.4.10 Instituições participantes da experiência:



1.4.11 Instituições coordenadoras: atualmente O Instituto Gene é composto por 13 associados, que são:

- ACIB Associação Empresarial de Blumenau;
- AMMVI Associação dos Municípios do Médio Vale do Itajaí;

- AMPE Associação do Médio, Pequeno e Microempresários de Blumenau;
- BLUSOFT Polo Tecnológico de Informação e Comunicação da Região de Blumenau;
- FURB Fundação Universidade Regional de Blumenau;
- IFC Instituto Federal Catarinense;
- IFSC Instituto Federal de Santa Catarina;
- SCMC Santa Catarina Moda e Cultura;
- PMB Prefeitura Municipal de Blumenau;
- SENAC Serviço Nacional do Comércio;
- SENAI Serviço Nacional da Indústria;
- SEPROSC Sindicato das Empresas de Processamento de Dados de Santa Catarina;
- UFSC Universidade Federal de Santa Catarina;

1.4.12 Centros de pesquisa que prestam assessoria: Universidade Regional Blumenau – FURB;

1.4.13 Produção científica sobre o projeto:

“A contribuição da universidade para sistemas regionais de inovação: o caso da Furb”- Ivo Marcos Theis, Marcos Antônio Matted e Stela Maria Meneghel

“ANÁLISE POR AGRUPAMENTO DE FATORES DE DESEMPENHO DE EMPRESAS DE BASE TECNOLÓGICA EM INCUBADORAS: estudo das incubadoras do Estado de Santa Catarina”- Pedro Paulo de Andrade Júnior.

1.4.14 Gênese do projeto: o Instituto Gene nasceu em 1996, através de um projeto de extensão do Departamento de Sistemas e Computação da FURB, apoiado pelo CNPq, em seu pioneiro Projeto Genesis (Geração de Novas Empresas em Software, Informação e Serviços), aprovado em 1997, sendo a primeira incubadora do Vale do Itajaí. Em 2002 adquiriu identidade jurídica própria, quando foi criada uma Associação sem fins lucrativos, denominada oficialmente como Instituto Gene Blumenau. Esta ação permitiu que o Gene pudesse expandir seus projetos e captar

recursos, que já somam mais de R\$ 21 milhões para Blumenau e região, em projetos cujos recursos foram oriundos do CNPq, FINEP, MDIC, FAPESC, SEBRAE.

1.4.15 Problemática: a falta de cultura empreendedora da sociedade em geral, foi um dos principais desafios quando do início das atividades. Além do pequeno de apoio e fomento dos órgãos públicos. Com a falta de apoio à geração de empresas inovadoras, nasce a Incubadora de Empresas e, subsequentemente, captação de recursos por meio de projetos.

1.4.16 Objetivos da experiência: durante este período de existência marcado por projetos de sucesso, a Incubadora se consolidou dentro da estrutura acadêmica e no mercado, gerando novas empresas capazes de contribuir para o aumento da competitividade de empresas já estabelecidas por meio de suas tecnologias inovadoras. Em uma incubadora a mortalidade das empresas nos primeiros anos para 20%. No IE existe a pivotagem, que consiste em questionamento contínuo de ideias. As empresas graduadas têm índice menor, de 10%.

Missão da empresa:

- Promover a inovação e o empreendedorismo, contribuindo para o desenvolvimento econômico e social sustentável.

Objetivos da empresa:

- Ativar e desenvolver o ecossistema de empreendedorismo e inovação;
- Aumentar a densidade de empresas inovadoras de alto potencial de crescimento (base tecnológica e intensivas em conhecimento);
- Apoiar a transformação de empresas tradicionais em empresas inovadoras, intensivas em conhecimento e competitivas internacionalmente;
- Atrair empresas inovadoras para o CI e para região;
- Estimular os investimentos em Ciência, Tecnologia, Inovação e Empreendedorismo;

- Aumentar o número de produtos e serviços com alto valor agregado na região;
- Aumentar o número de projetos colaborativos;
- Aumentar o índice de transferência tecnológica, da academia para o mercado;
- Aumentar o capital intelectual da região (propriedades industriais, patentes, etc.);
- Aumentar o número de pessoas capacitadas para empreendedorismo e inovação, assim como para gestão de ambientes inovadores;
- Aumentar a retenção de profissionais qualificados;

1.4.17 Localização (território): Rua Antônio da Veiga, 105 - Victor Konder - CEP: 89012-500. Blumenau / SC;

1.4.18 Mapa de localização: Google maps;



1.4.19 Coordenadas Latitudinais e Longitudinais da localização:
26°54'22"S 49°04'36"W;

1.4.20 Características ecológicas: as massas de vegetação estão eventualmente dispostas na região, e poderia ser melhor distribuída. A maior massa concentrada de vegetação e de

diversidade ecológica está na Universidade Regional de Blumenau- FURB, vizinha do Instituto e parceira.

1.4.21 Características culturais: a região que está localizado o Instituto Gene está a poucos quilômetros do centro cultural de Blumenau na região central da cidade. A rua onde está situado é caracterizada pela gastronomia e lazer além de diversas atividades que a Universidade vizinha oferece ao público.

1.4.22 Características sociais: o bairro Victor Konder, onde se localiza o Instituto Gene se encontra num dos pontos baixos da cidade, sendo que 60% das ruas são atingidas pelas grandes enchentes;

1.4.23 Características econômicas: a queda no número de habitantes e residências, possivelmente permitiram as mudanças quanto ao uso de imóveis, neste bairro, ocorrendo o acréscimo no número de atividades econômicas. Porém pela localização do Instituto encontra-se ao redor o Instituto Furb e o Supermercado Giassi, grandes polos geradores da economia;

1.4.24 Pontos fortes:

- Levantamentos da Associação Nacional de Entidades Promotoras de Empreendimentos Inovadores (ANPROTEC) e do Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovação (MCTI) apontam que as iniciativas de parques tecnológicos* no Brasil aumentaram de 74 em 2007 para 94 empreendimentos em 2014, em diferentes estágios de desenvolvimento;
- A estrutura proporciona o estímulo à inovação, cooperação e geração de negócios;
- Centro de Inovação/Parques tecnológicos* potencializam a inovação e a diversificação econômica em zonas industriais;
- Zoneamento e políticas públicas de implantação são simplificados em relação à estrutura de distrito de inovação

1.4.25 Pontos fracos:

- Levantamentos da Associação Nacional de Entidades Promotoras de Empreendimentos Inovadores (ANPROTEC)

e do Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovação (MCTI) revelam que entre 2008 e 2013, houve o acréscimo de apenas 3 parques em operação no Brasil (25 para 28), revelando-se as dificuldades na transição dos estágios de projeto e implantação para a fase operacional;

- Considerando os estágios: Projeto, Implantação e Operação, os mesmos estudos apontam que, entre 2008 e 2013, 7 iniciativas existentes em fase de projeto (9,5%) foram extintas. No mesmo intervalo, 37 (55,2%) parques se mantiveram no estágio de desenvolvimento, 22 (32,8%) parques avançaram para uma fase posterior e 8 (12%) parques regrediram para uma fase anterior no estágio de desenvolvimento;
- Segundo ANPROTEC e MCTI, no mesmo intervalo, de acordo com os gestores dos parques no Brasil, apenas 10,3% dos parques em fase de projeto e 46,7% dos parques em implantação passaram para o estágio de operação;
- Do ponto de vista de planejamento temporal associado à viabilização de parques, no ciclo de 5 anos, 1 em cada 10 parques em fase de projeto consegue se tornar operacional.
- Em contrapartida, nesse mesmo período, cerca de 1 a cada 2 parques em fase de implantação passou para a fase operacional. Os dados sugerem que as iniciativas que se encontram na fase de projeto enfrentam obstáculos severos e críticos, comparativamente aos parques em implantação;
- Cerca de 1 em cada 4 parques em operação tiveram um rebaixamento do status da sua fase de desenvolvimento ao longo de 5 anos. Nesses casos, o impacto pode ser significativo, pois os parques podem ter superado os diversos obstáculos das fases de projeto e implantação, investindo recursos humanos e financeiros substanciais, sem a geração de resultados mais contundentes e palpáveis;

- Parques tecnológicos não incluem infraestrutura de entretenimento, lazer e compras. Definição de Parques Tecnológicos, segundo a Lei 13.243, de 11 de janeiro de 2016, Artigo 10. "(...) complexo planejado de desenvolvimento empresarial e tecnológico, promotor da cultura de inovação, da competitividade industrial, da capacitação empresarial e da promoção de sinergias em atividades de pesquisa científica, de desenvolvimento tecnológico e de inovação, entre empresas e uma ou mais ICTs, com ou sem vínculo entre si;"

1.4.26 Cultura organizacional predominante (associativismo, empreendedorismo, religiosidade, movimento social e outros):

- Empreendedorismo, pois o Instituto Gene nasceu com a missão de estimular o empreendedorismo e apoiar empresas e projetos inovadores;

1.4.27 Metodologias de trabalho (descentralização/centralização, racional/emotiva, participação induzida/voluntária, gestão profissional/voluntariado e outros):

- O programa de Incubação do Instituto Gene lança editais de chamada pública de uma a duas vezes por ano. São três modalidades de incubação: pré- incubação, incubação residente e incubação virtual. A empresa incubada passa a fazer parte do Programa de Incubação, disponho de todos os serviços oferecidos pelo Gene, como apoios em consultorias e treinamentos e uma rede privilegiada de contatos com investidores. As empresas na incubação residente têm á disposição sala individual com acesso á telefone nas dependencias da Incubadora;
- O Instituto Gene oferece apoio á criação, desenvolvimento e aprimoramento nos aspectos tecnológicos e gerenciais dos empreendimentos incubados. Tudo sob monitoramento constante da equipe de consultores especializadas.

1.4.28 Principais ações implementadas:

- Promover o desenvolvimento multissetorial por meio do estímulo e suporte à inovação e ao empreendedorismo;
- Arranjo institucional e socioproductivo (institucionalidade e cadeia produtiva envolvidas) de base territorial;
- O foco do Gene é a ativação e articulação do ecossistema de inovação e empreendedorismo no Médio Vale do Itajaí;
- Toda a reestruturação dos stakeholders está fundamentada na integração dos atores da intitulada “Quádrupla hélice), composta por entidades e pessoas dos setores: Público, Privado, Academias e Terceiro Setor;
- Para tanto, a composição do quadro associativo da entidade considera representante destes quatro setores, com o objetivo de atender as demandas de toda a sociedade.

1.4.29 Fornecedores de insumos (quando há relação produtiva)/provedores de informação (relação política): todos os stakeholders do ecossistema de Inovação e Empreendedorismo.

1.4.30 Distribuidores/consumidores dos produtos (quando há relação produtiva) /informações (relação política): todos os stakeholders do ecossistema de Inovação e Empreendedorismo.

1.4.31 Organizações de apoio ao instituto Gene: secretarias de desenvolvimento econômico e social do Município, Estado e União, através de suas instituições de fomentos (FINEP, FAPESC, BADESC, etc.); Instituições de Ensino, Pesquisa, Extensão e Inovação; SEBRAE, através de seus programas de desenvolvimento do empreendedorismo; Empresas privadas.

1.4.32 Terceirizações que ocorrem no projeto (Empresas): tendo em vista que são diversas as atividades desenvolvidas para as entregas esperadas, além da preocupação e manter uma estrutura de custos enxuta, o Gene contrata, por demanda, empresas especializadas nos serviços necessários. Destacam-se: empresas de treinamento, pesquisa, consultoria específicas e laboratórios.

1.4.33 Propostas e Intenções Futuras da experiência:

- O projeto de implantação da Rede Catarinense de Centros de inovação, trouxe para o médio Vale do Itajaí a oportunidade de participar, através do Distrito e Centro de Inovação de Blumenau;
- A SDE Secretaria de Desenvolvimento Econômico do Estado de Santa Catarina editou o “Guia de Desenvolvimento de Ecossistemas e Centros de Inovação”, que contém todo o planejamento estratégico e tático para a implantação dos centros de inovação, cuja responsabilidade, em Blumenau, é do Instituto Gene;
- As definições contidas neste guia, representam em sua essência, os desafios para o Instituto Gene para os próximos três anos.

1.5. NOME DA INICIATIVA: Enxame Comércio Colaborativo

Acadêmicas (os):

- Caetano Siemann;
- Débora dos Santos;
- Larissa Gabriela dos Santos;
- Larissa Nunes;
- Ryu Taro Masai.

Respostas do questionário:

1.5.1 Nome do Projeto: Enxame Comércio Colaborativo;

1.5.2 Município: Blumenau/SC;

1.5.3 Modalidade: Políticas Públicas;

1.5.4 Homepage:

<https://www.facebook.com/enxamecomerciocolaborativo/>

<https://www.youtube.com/watch?v=3rRc4GXkxyc>

1.5.5 Entrevistada: Maria Eduarda Boaventura

1.5.6 Função: Proprietária

1.5.7 Data: 07/12/2019

1.5.8 Tempo de Entrevista: 8:31

1.5.9 Telefone: (47)99122-5353

1.5.10 Instituições participantes da experiência:

- Melry - vasos pintados à mão;
- Handmade mãos que criam - mensageiros bordados e crochê;
- Akemi K – cadernos;
- Aromas e aconchego - almofada térmica terapêutica;
- Útero de pano - sling e absorvente de pano;
- Exobordado - produtos ecológicos;
- Nós e o Davi - fralda de pano;
- Hari e George - tapete higiênico lavável para pet;
- Yo dog - roupinha pet;
- Leve ser - cosméticos veganos;
- Guaba – camisetas;
- Armoa - roupa feminina;
- Maria Pi – amigurumis;
- Xame - camisas estampadas;
- Klever - cadarço elástico;
- Dobra - carteiras de papel;
- Ateliê da Schuêda - fantasia infantil;
- Be Cult - roupas com sobras de tecido de grandes confecções;
- Use 2B – bolsas;
- Cafofo Amei - roupas com sobras de tecido de grandes confecções;

1.5.11 Instituições coordenadoras: Enxame Colaborativo;

1.5.12 Centros de pesquisa (universitários) que prestam assessoria:
nenhum.

1.5.13 Financiamentos recebidos: não recebeu financiamento;

1.5.14 Produção científica sobre o projeto:

- Reportagem do Jornal do Almoço do dia 26/03/2018:
<https://www.youtube.com/watch?v=EAd3EEUtYog>;
- Reportagem do Bom dia Santa Catarina 02/04:
<http://g1.globo.com/sc/santa-catarina/bom-dia-santa->

catarina/videos/t/edicoes/v/loja-colaborativa-reune-marcas-de-pequenos-emprededores-em-blumenau/6628325/;

- Reportagem da Rádio Página 2 19/04/18;
- <https://www.radiopagina2.com.br/comercio-colaborativo-incrivel-historia-da-enxame-esperando-voce-conhece-la/>;
- Reportagem do TV Empresa da FURB TV - 29 de novembro de 2017;
- <https://www.youtube.com/watch?v=IXybacdlmA4>;
- <https://www.youtube.com/watch?v=jeo-g7ZUqFs>;
- Matéria do Lucca Koch <https://luccakoch.com.br/enxame-blumenau/>;

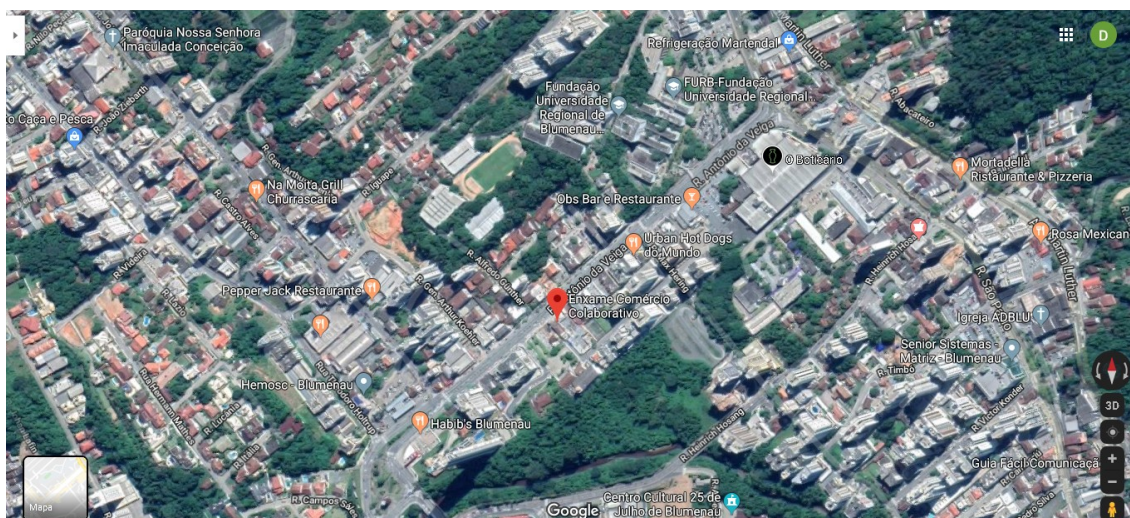
1.5.15 Gênese do projeto: a proprietária e o namorado (Roberto) tinham vontade de fazer algo novo, desta forma foram guardando dinheiro até decidir. Ela já conhecia um pouco sobre o formato de comércio colaborativo, mas o namorado não, então decidiram visitar algumas lojas em São Paulo com o intuito de saber mais sobre isso e resolveram, por conseguinte abrir uma loja nestes moldes. Gostariam que não fosse só pelo dinheiro, mas sim que isso fosse uma consequência de estarem fazendo algo bom e que crescessem com mais pessoas junto;

1.5.16 Problemática: ao trabalhar em indústria percebeu que não havia muita humanização e acabou cansando de grandes empresas, o que fez valorizar mais o comércio local e pequenos produtores;

1.5.17 Objetivos da experiência: se conseguiu acompanhar de perto o crescimento de marcas locais e pequenos produtores, sendo que o Enxame iniciou com 8 e agora tem 24, por ser a primeira loja de comércio colaborativo do estado (principalmente em formato de caixa) muitos não conheciam então fora preciso explicar tudo (como funcionava e a importância). Com o passar do tempo perceberam uma maior conscientização e valorização, mesmo por parte de quem não conhece a loja;

1.5.18 Localização (território): Rua: Antônio da Veiga, 495, Sala 4. Victor Konder. Blumenau. CEP: 89012-570;

1.5.19 Mapa da localização:



1.5.20 Características ecológicas: em Blumenau há muitos pontos ecológicos espalhados pela cidade, cito alguns como o morro Spitzkopf, parque das Nascentes, parque São Francisco de Assis onde se encontram preservados a fauna e flora da região. A loja pesquisada não reside perto destes pontos, por estar mais próxima ao centro da cidade, não possui tanto área verde em seu torno. Tendo apenas alguns pontos com mais concentração de área verde;

1.5.21 Características culturais: sua localização mais próxima ao centro da cidade auxiliou a melhor propagação do seu conceito. Os residentes desta região já estavam mais habituados a movimentações dessa forma, como a feirinha da servidão, auxiliando assim na melhor divulgação e aceitação do conceito da loja;

1.5.22 Características sociais: o público-alvo é homens e mulheres em torno de 16 a 35 anos, com renda acima de dois salários mínimos. É um público que conhece as novas tendências e está aberto a novas experiências de consumo como esta, pessoas mais conscientes em relação tanto ao consumo sustentável quanto consciente;

1.5.23 Características econômicas: o mercado das lojas colaborativa vem crescendo cada vez mais, a Endossa, uma loja colaborativa também, abriu uma filial em Belo Horizonte e já possui todos os

106 espaços na loja ocupados e uma lista de espera de cerca de 500 pessoas. Esse novo conceito traz muitos benefícios, principalmente aos pequenos empreendedores que muitas vezes não tem condições de arcar com os custos de uma loja física sozinhos, desta forma eles conseguem estar em uma loja por um custo menor, normalmente o custo das caixas varia entre R\$150 a R\$420 por mês para custos de impostos e divulgação. Essas lojas normalmente possuem uma ampla comercialização de segmentos diferentes, proporcionando ao consumidor um lugar com várias opções de escolha.

1.5.24 Indicadores que demonstrem sustentabilidade da experiência:

a Enxame realizou esse ano, dois anos de fundação, e foi a primeira loja colaborativa de Santa Catarina. Possui 20 marcas locadas em sua loja dos mais diversos segmentos, número que vem crescendo desde sua inauguração com continha apenas 8 marcas. A Enxame não aluga espaços para marcas do mesmo ramo e público, e sempre busca por produtos regionais e diferenciados do mercado, como a marca Útero de Pano, que faz absorventes de pano. A Enxame foca muito em consumo consciente e sustentável, e as marcas que estão na loja também possuem esse conceito, por fazerem a reutilização de materiais, carteiras feitas com material reciclado, tapete reutilizável para animais de estimação, absorventes de panos, canudos de metais e talheres ecológicos;

1.5.25 Marcos (Estratégias) do Projeto:

- Primeira loja de Santa Catarina;
- Divulgação das novidades em canais locais televisivos;
- 20 marcas em dois anos de Enxame;

1.5.26 Oportunidades: consciência por produtos sustentáveis, incentivo social, proposta de inovação;

1.5.27 Pontos fortes: inovação em produtos, preço competitivo, qualidade no produto, variedades de produtos, valorização do mercado regional.

1.5.28 Pontos fracos: vendas limitadas, pouco tempo atuando no mercado, marketing, equipe reduzida, concorrências com grandes empresas, crise econômica, novas tecnologias;

1.5.29 Cultura organizacional predominante (associativismo, empreendedorismo, religiosidade, movimento social e outros): empreendedorismo e movimento social;

1.5.30 Conhecimentos tradicionais/populares considerados no projeto (tecnologias apropriadas): o conceito da loja é baseado nos compostos de feiras colaborativas, um conjunto de marcas, com produtos de produtores regionais que se reúnem num espaço para fazer a venda dos seus produtos para os consumidores.

1.5.31 Metodologias de trabalho: a empresa se mantém no mercado seguindo os métodos descentralizados, que é a divisão do poder absoluto de um determinado produto passa a ser dividido com outras pessoas, como é o caso da enxame, onde são feitas parcerias entre empresas. Movidos por uma metodologia mais “emotiva”, pela desconstrução dos conceitos de loja atualmente, pensando num processo colaborativo, ajudando empresas pequenas e regionais. Sendo as marcas geridas por uma gestão profissional;

1.5.32 Principais ações implementadas:

- Consumo consciente;
- Divulgação e valorização dos produtos de pequenos produtores;
- Disseminação do conceito de loja colaborativa;

1.5.33 Resultados conseguidos durante a experiência: por se tratar de uma empresa com uma formato pouco conhecido, e também a falta de experiência dos proprietários, a enxame passou por certas dificuldades após ingressar no mercado, porém meses depois atuando no mercado, chamou a atenção de novas marcas, passando de 8 marcas associadas para 24 marcas de produtos variados, como:

- Produtos artesanais;

- Produtos ecológicos;
- Cosméticos veganos;
- Carteiras de papel;
- Roupas feitas de sobras de tecidos;
- Absorvente de pano;
- Almofada térmica;
- Fraldas de pano;

1.5.34 Impactos que ocorreram depois da implementação da experiência: seguindo a sua logomarca, “Colaborativo, criativo, justo, humanizado e descontraído”, a Enxame além de divulgar os produtos ecológicos, artesanais e de pequenos produtores, impulsionou a valorização desses produtos, visando a sustentabilidade e o uso consciente dos produtos fugindo da lógica do consumo;

1.5.35 Fornecedores de insumos (quando há relação produtiva)/provedores de informação (relação política): as 20 marcas que alugam o espaço dentro da loja colaborativa:

- Melry - vasos pintados à mão;
- Handmade mãos que criam - mensageiros bordados e crochê;
- Akemi K – cadernos;
- Aromas e aconchego - almofada térmica terapêutica;
- Útero de pano - sling e absorvente de pano;
- Exobordado - produtos ecológicos;
- Nós e o Davi - fralda de pano;
- Hari e George - tapete higiênico lavável para pet;
- Yo dog - roupinha pet;
- Leve ser - cosméticos veganos;
- Guaba – camisetas;
- Armoa - roupa feminina;
- Maria Pi – amigurumis;
- Xame - camisas estampadas;

- Klever - cadarço elástico;
- Dobra - carteiras de papel;
- Ateliê da Schuêda - fantasia infantil;
- Be Cult - roupas com sobras de tecido de grandes confecções;
- Use 2B – bolsas;
- Cafofo Amei - roupas com sobras de tecido de grandes confecções;

1.5.36 Terceirizações que ocorrem no projeto: não possui.

1.6. NOME DA INICIATIVA: Comunidade que Sustenta a Agricultura – CSA

Acadêmicas (os):

- André Emanuel Oliani Siebert;
- Gabriela Zenita da Silva;
- Jefferson Gabriel Da Silva;
- Lordan Kotarski;
- Mylena Carla Antunes.

Respostas do questionário:

1.6.1. Nome do Projeto: Comunidade que Sustenta a Agricultura – CSA;

1.6.2. Município: Blumenau/SC;

1.6.3. Modalidade: Social

1.6.4. Homepage:

<https://www.facebook.com/DellaTerra.Organicos/>

<http://www.csabrasil.org/csa/>

1.6.5. Entrevistado: Rafael Martins, proprietário, entrevistado em 19/12/2019. Entrevista com duração de 1 hora . Endereço: Rua Theodoro Holtrup, 112 - Vila Nova cidade de Blumenau;

1.6.6. Telefone: (47) 99192-6304;

1.6.7. E-mail: martins.rafael1978@gmail.com

1.6.8. Instituições participantes da experiência: CSA Jaraguá – Alberto Carlos Uecker - Banana orgânicas;

1.6.9. Financiamentos recebidos: não recebeu financiamentos;

1.6.10. Produção científica sobre o projeto: não há;

- 1.6.18.Características econômicas:** a economia é formada pelo comércio prestação de serviço e turismo de eventos. O CSA auxilia também na formação de produtores, e outros negócios de agricultura, como por exemplo uma produtora de café;
- 1.6.19.Indicadores que demonstrem sustentabilidade da experiência:** uma ação de desenvolver mais produtos orgânicos para as pessoas, onde se desenvolve-se a forma sustentável para o comércio DELLA TERRA mesmo os produtos fornecidos de Jaraguá do Sul e a demanda é a preocupação para que as crianças façam o consumo e até os mais idosos de produtos naturais;
- 1.6.20.Marcos (Estratégias) do Projeto:** utilização de certificações rigorosas, teve-se que investir também na aparência dos orgânicos;
- 1.6.21.Oportunidades (externo ao projeto) e pontos fortes (internos ao projeto):** além da alimentação saudável tem-se resgatado relações interpessoais, consegue-se quebrar a relação empresa cliente, onde a amizade para com o consumidor passar a ser mais importante. Deixasse de lado a produção para ter todo o enfoque na qualidade;
- 1.6.22.Ameaças (externas) e pontos fracos (internas):** uma das grandes ameaças/ponto fraco é a concorrência desleal, onde empresas/vendedores dizem ter um produto orgânico, pensando apenas em vendas, sem ter interesse na saúde de seus consumidores. Para iniciar um sítio é preciso alto investimento para produzir os orgânicos, é imprescindível ter estufas e outras construções e/ou produtos que o orgânico necessita;
- 1.6.23.Cultura organizacional predominante (associativismo, empreendedorismo, religiosidade, movimento social e outros):** em sua predominância tem-se o movimento social;
- 1.6.24.Conhecimentos tradicionais/populares considerados no projeto (tecnologias apropriadas):** o principal seria o plantio, além de conhecimento tradicionais faz-se necessário o uso de diversas tecnologias para o cultivo do orgânico.
- 1.6.25.Metodologias de trabalho:** Abrange um pouco de todas as metodologias;
- 1.6.26.Principais ações implementadas:** melhorias da qualidade de vida;

1.6.27.Resultados conseguidos durante a experiência: teve um resultado positivo, a experiência obtida foi algo considerado novo, principalmente na região, onde pôde-se trazer mais qualidade de vida para os consumidores, além das amizades com os clientes. A CSA está conseguindo proporcionar um resgate da relação da comunidade com os orgânicos, trazendo para muitos consumidas o “gostinho de infância”, e ensinando as crianças que mesmo morando na ‘cidade’ é possível ter uma qualidade de vida;

1.6.28.Impactos que ocorreram depois da implementação da experiência: ainda ocorrem muito impacto por ser uma empresa nova, porém ela está conseguindo cada vez mais consumidores com a sua popularização;

1.6.29.Arranjo Institucional e Socio-produtivo (institucionalidade e cadeia produtiva envolvidas) de base territorial: somente regional, sistema privado de cooperativa sem participação pública;

1.6.30.Organizações de apoio ao: no momento não se tem nenhum tipo de apoio.

1.6.31.Propostas e Intenções Futuras da experiência: abrir novos estabelecimentos de comidas saldáveis para todos os que aderem esse projeto orgânico.

1.7. NOME DA INICIATIVA: Blusoft

Acadêmicas (os):

- Amanda Ketlin Natt Marcon;
- João Rubens Leite Welter;
- Lídia Walende Belengue

Respostas do questionário:

1.7.1. Nome do Projeto: Blusoft - Polo Tecnológico de Informação e Comunicação da Região de Blumenau;

1.7.2. Município: Blumenau/SC;

1.7.3. Modalidade: Políticas Públicas;

1.7.4. Homepage:

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

1.7.5. Entrevistado: Sérgio Tomio;

1.7.6. Telefones: (47) 3323-3598 / (47) 3323-3598;

1.7.7. E-mail de Contato: contato@blusoft.org.br;

1.7.8. Instituições participantes da experiência:

- Altimus Desenvolvimento de Softwares LTDA;
- Armazém Data Center;
- Automasoft;
- Bludata Software;
- BR Conselhos;
- BSB Sistemas;
- Tawer Engenharia;

1.7.9. Instituições coordenadoras: Prefeitura Municipal de Blumenau;

1.7.10. Centros de pesquisa que prestam assessoria: Universidade Regional de Blumenau (FURB);

1.7.11. Financiamentos recebidos FURB - Universidade Regional de Blumenau e financiada pela FAPESC - Fundação de Amparo a pesquisa do Estado de Santa Catarina;

1.7.12. Produção científica sobre o projeto:

MATTEDI, Marcos Antônio, THEISS, Ivo Marcos. Ciência e tecnologia no desenvolvimento regional de Santa Catarina: Um estudo comparativo entre a Blusoft e a CDB. Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Regional. Universidade Regional de Blumenau- FURB. 2005;

<http://www.jornaldeblumenau.com.br/n.php?ID=27910&T=hbsis-contrata-75-novos-profissionais-do-entra21-blusoft>

1.7.13. Gênese do projeto: no final dos anos 80 e início da década seguinte, a crise no setor têxtil, agravada pela entrada no mercado de produtos asiáticos, fez com que as empresas escolhessem seus quadros de funcionários, inclusive nos departamentos de informática. Além disso, a proliferação e barateamento dos microcomputadores, com o fim da reserva de mercado permitiram que as pequenas e médias empresas, que antes dependiam dos serviços de birôs como o Cetil se tornassem tecnologicamente independentes, ou seja, podiam rodar suas folhas de pagamento e contabilidade sozinhas em seus micros. Neste momento,

observa-se um macro na economia de Blumenau. O Cetil passou a ser um prestador de serviços à empresa desenvolvedora de software (e vender para seus antigos clientes do birô). Já não precisava de tantos funcionários quanto antes. Ou seja, a cidade assistiu o surgimento de novas empresas de desenvolvimento de softwares capitaneadas pelos antigos funcionários dos CPDs (dispensados pelas indústrias têxteis) e do próprio Cetil. Muitas empresas que atualmente compõem o cenário econômico do município surgiram nesta época, outras viriam posteriormente ao sucesso dessas;

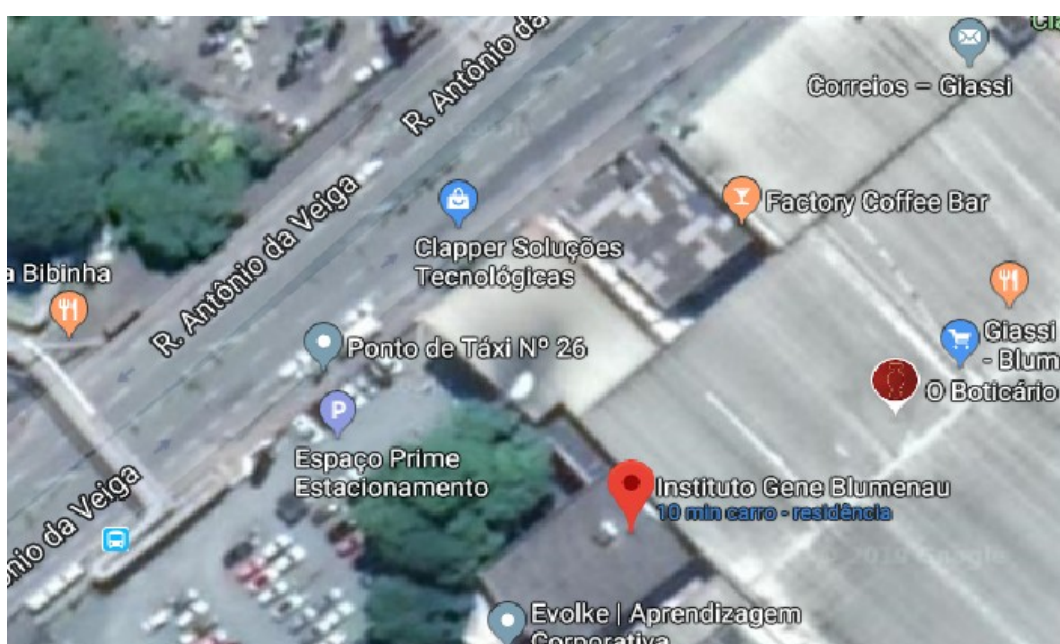
1.7.14.Problemática: o maior problema que o pesquisador nos apresentou foi atender à necessidade das empresas por maioria qualificada. No começo dos anos 2000, esta era a maior dificuldade, pois limitava o crescimento das empresas instaladas em Blumenau e não permitia que outras empresas se instalassem no município;

1.7.15.Objetivos da experiência: a solução para este problema foi o Entra 21, no qual através da maior capacitação de jovens, através da tecnologia e informação, para atuarem nessas empresas colaborou para um crescimento sustentável no setor;

1.7.16.Localização (território): Sala 02. Rua Antônio da Veiga,105;

1.7.17.Coordenadas: -26.906529; -49.077358

1.7.18.Mapa de localização:



- 1.7.19. Características ecológicas:** a sede da Blusoft fica localizada no Instituto GENE, que por sua vez, possui pouca vegetação ao redor, com algumas arvores e plantas, porém fica próxima a FURB que concentra uma vasta vegetação em seu território;
- 1.7.20. Características culturais:** a proximidade com o centro de Blumenau e principalmente com diversas empresas de tecnologia, como a Sênior Sistemas e a HBSIS sistemas, é um ponto forte na sede da Blusoft;
- 1.7.21. Características sociais:** sua sede, localizada na Rua Antônio da Veiga é propícia para que atraia jovens estudantes, pois por ser próximo a Universidade Regional de Blumenau, muitos estudantes que vem de outras cidades acabam por aderir a aluguéis próximos a universidade para melhora do deslocamento;
- 1.7.22. Características econômicas:** o local, por ser próximo a faculdade é rodeado de estabelecimentos comerciais gastronômicos que atraem o público universitário, e que movimentam a economia do local assim como a FURB, o Supermercado Giassi, a Vila Germânica e o SENAI;
- 1.7.23. Indicadores que demonstrem sustentabilidade da experiência:** o setor de informática está entre um dos que mais empregam em Blumenau, sendo que a estimativa hoje é de geração de mais de 12 mil empregos, sendo que 60% destes empregos na área de desenvolvimento de sistemas e programação, que além de possuírem um ótimo ambiente de trabalho possuem uma remuneração alta e boa perspectiva de crescimento;
- 1.7.24. Marcos (Estratégias) do Projeto:** os principais marcos e estratégias do projeto são a parceria com diversas empresas da região, permutando a mão de obra qualificada para estas empresas em troca de geração de emprego e educação, tendo em conta a ODS de número 4 (educação de qualidade) e a de número 8 (trabalho decente e crescimento econômico);
- 1.7.25. Oportunidades (externo ao projeto) e pontos fortes (internos ao projeto):** em Blumenau existem Leis e Incentivos para a área de Empreendedorismo e Inovação. Um dos objetivos da lei é fomentar um amplo diálogo entre as empresas, setores públicos e universidades na

promoção da inovação. A legislação também proporciona maior segurança jurídica, o que estimula o desenvolvimento científico e tecnológico de Blumenau. O Índice de desenvolvimento de Blumenau é alto, portanto, é uma cidade com muita geração de empregos, qualidade de vida e educação qualificada. Sendo, para o jovem uma ótima cidade para crescer e trabalhar. Além da inclusão social gerada pelo programa, empresas de Blumenau e região suprem a mão de obra especializada na área. O Entra21 Blusoft já se tornou também um atrativo para empresas se instalarem no Vale. O treinamento é totalmente gratuito (incluindo material didático e transporte). Após o treinamento os alunos formados e que obtiveram bons resultados, são encaminhados para o mercado de trabalho. Esses alunos são avaliados pela equipe de coordenação e monitoramento.

1.7.26. Cultura organizacional predominante (associativismo, empreendedorismo, religiosidade, movimento social e outros): a cultura organizacional da Blusoft sempre foi incentivar a educação tecnológica em Blumenau, destinando grande parte da verba para aprimorar a educação, pelo que aponta em seu Balanço Social. O Polo Tecnológico de Informação e Comunicação da Região de Blumenau - Blusoft é uma associação sem fins lucrativos, de direito privado com autonomia administrativa e financeira, constituída em 22 de junho 1992, de carácter técnico científico e de assistência social, regendo-se pelo Estatuto e pela legislação que lhe for aplicável. Sua missão é promover o desenvolvimento regional e o avanço do setor de TIC, bem como a inclusão social digital e melhoria na qualidade de vida da população. (Balanço Social 2018 Blusoft);

1.7.27. Conhecimentos tradicionais/populares considerados no projeto (tecnologias apropriadas): recursos humanos, recrutamento de mão de obra qualificada, tecnologia de informação, metodologias de Ensino, desenvolvimento e análise de sistemas, empreendedorismo, sistemas de informação, dentre outros;

1.7.28. Metodologias de trabalho: as aulas podem ser feitas no período matutino, vespertino ou noturno. Cursos de desenvolvimento de sistemas com 480 horas-aula, outras especializações como Administrador Banco

de Dados, Windows Server, Desenvolvimento de Mídias Digitais e Artes Gráficas e Produção Audiovisual, também serão oferecidos. Todos os alunos têm 80 horas de treinamento no idioma inglês ou alemão. Também treinamento de educação financeira, com noções de contabilidade e finanças ministrado por consultores profissionais em oito horas - aula. Aulas de empreendedorismo e inovação, também com oito horas-aula, bem como as de desenvolvimento humano, com 28 horas-aula, preparando o aluno para o ingresso nas empresas.

1.8. NOME DA INICIATIVA: Cafeteria Especial

Acadêmicas (os):

- Ana Paula da Rosa;
- Ruan Lucas Bastos.

Respostas do questionário:

1.8.1. Nome do Projeto: Cafeteria Especial;

1.8.2. Município: Blumenau/SC;

1.8.3. Modalidade: Ação de redução de desigualdade;

1.8.4. Homepages:

<https://www.educareforma.com.br/cafeteriaespecial> Vídeo:

<https://www.youtube.com/watch?v=-e3G8eaMj6U&t=142s>

1.8.5. Entrevistado: Giorgio Sinestri. Socio fundador em 20/12/2019.

1.8.6. Duração da entrevista: 44 minutos;

1.8.7. Telefone: (47) 3042-0057;

1.8.8. E-mail: contato@cafeteriaespecial.com.br;

1.8.9. Instituições participantes da experiência: a Cafeteria Especial, é uma empresa privada que por meios de legislação não pode ter voluntários e doações por vínculo empregatício. Por este motivo paralelamente a empresa está sendo projetado em 2020 a fundação da ONG junto a cafeteria, para abertura de voluntariado dos envolvidos no projeto de inclusão social;

1.8.10. Centros de pesquisa que prestam assessoria: a instituição recebe estagiários de 3 instituições de ensino na região, são elas Unisociesc, Uniasselvi e Furb. Com a fundação da ONG sendo realizada, está sendo conversado com Furb e Unisociesc parcerias para o próximo ano de 2020, conforme relata o entrevistado;

1.8.11. Demais instituições: a cafeteria possui relação informal com a instituição Sorrir para Down, onde inicialmente foi encontrado os colaboradores, possui também relação informal com a APAE-Blumenau;

1.8.12. Financiamentos recebidos: a empresa realizou um financiamento coletivo via internet, onde recebeu o valor de R\$ 15.000,00 e participou de um programa de TV (rede globo) onde arrecadou outro montante de R\$ 50.000,00;

1.8.13. Produção Científica: conforme entrevistado, a instituição já foi entrevistada para produção de trabalho de conclusão e teses de doutorado. Porém não possui um trabalho exclusivamente da cafeteria publicado. Algumas reportagens sobre a instituição:

- <https://www.nsctotal.com.br/colunistas/pancho/criadores-da-cafeteria-especial-participam-do-programa-cadeira-do-huck-neste>
- <https://www.megacurioso.com.br/estilo-de-vida/110763-conheca-a-cafeteria-especial-onde-todos-funcionarios-tem-sindrome-de-down.htm>
- <https://omunicipioblumenau.com.br/cafeteria-especial-de-blumenau-estara-no-caldeirao-do-huck/>
- <https://gshow.globo.com/programas/caldeirao-do-huck/the-wall/noticia/saiba-como-ajudar-a-cafeteria-especial-de-giorgio-e-delfino-do-the-wall.ghtml>
- <https://observatorio3setor.org.br/noticias/cafeteria-em-sc-admite-funcionarios-com-sindrome-de-down/>
- <https://www.gazetadopovo.com.br/bomgourmet/unica-cafeteria-do-pais-com-atendentes-com-down/>

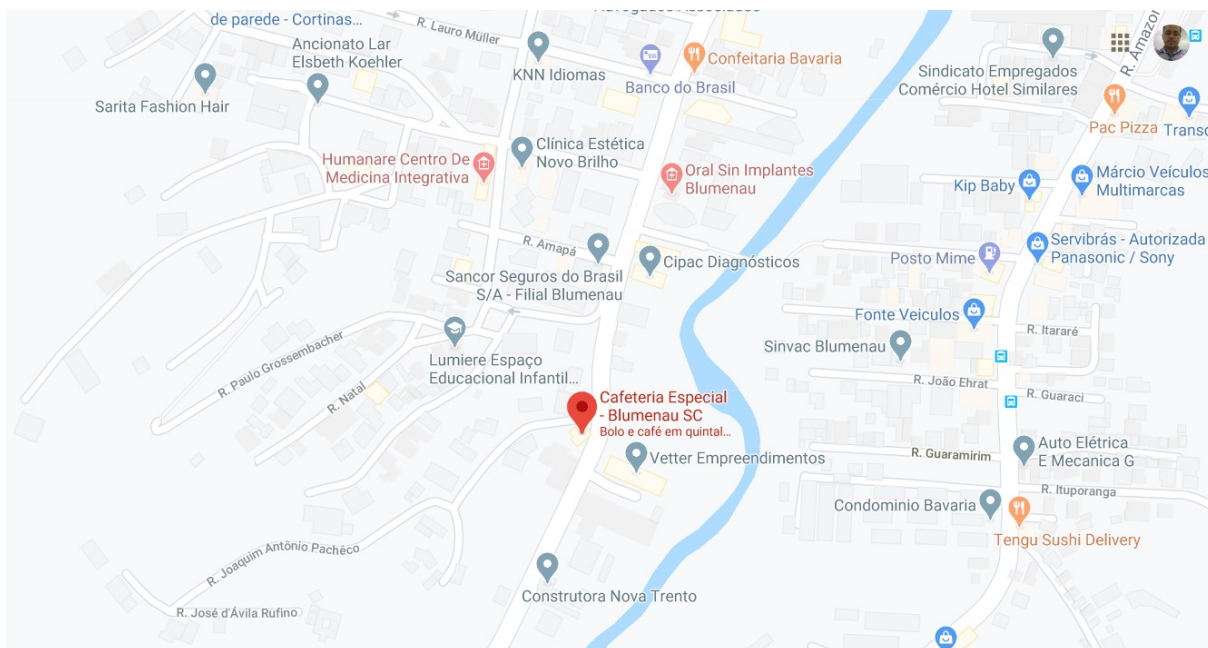
1.8.14. Problemática: necessidade de Inclusão Social no Mercado de Trabalho visando uma ação inclusiva não apenas na contratação, mas durante todo o processo de trabalho, atendendo qualquer tipo de necessidade e especificidade. Como Giorgio cita várias vezes, não por questões de cotas mas como profissionais, assim como são, todos registrados seguindo todas as normas CLT;

1.8.15. Objetivos da experiência: gerou empregos junto ao objetivo de inclusão social, visibilidade sobre o assunto na cidade e vale do Itajaí;

1.8.16. Localização (território): Rua Hermann Huscher, 104, no final da Alameda Rio Branco, no centro de Blumenau;

1.8.17. Coordenadas: -26.9322583,-49.0657693,17;

1.8.18. Mapa de localização:



1.8.19. Características ecológicas: local arborizado, sem presença visualmente perceptível de animais silvestres embora permitido animais de pequeno porte domesticados;

1.8.20. Características culturais: os alimentos da cafeteria são em maioria de culinária regional e alemã, incluindo linguiça Blumenau, cuca e bolos de receitas artesanais;

1.8.21. Características sociais: o local é adaptado para cadeirantes com rampas de fácil acesso, por ser criado para integração social das pessoas, a cafeteria possui uma grande preocupação da inclusão das pessoas sem restrições ou preconceitos. Tanto que ela é referência em desenvolvimento social, existe uma coletividade multidisciplinar aonde profissionais das áreas de Psicologia, Odontologia, Medicina, Fisioterapeuta e Fonoaudiólogo;

1.8.22. Características econômicas: o local é uma empresa privada, e sua renda e sustentabilidade econômica vem principalmente das vendas realizadas na padaria, além deste valor de vendas alimentícias, há o

valor arrecado com *crowdfunding* realizados online. A instituição consegue também descontos com parcerias, por exemplo a empresa que fornece as tortas vendidas no estabelecimento, a contabilidade que faz o serviço gratuitamente e o sistema de caixa que também é fornecido gratuitamente;

1.8.23. Indicadores que demonstrem sustentabilidade da experiência: os indicadores de sustentabilidade são: a separação dos resíduos, a destinação de garrafas e latinhas, espaço para animais (PETs), não é utilizado material descartável e o uso de canudos é apenas em casos extremos;

1.8.24. Oportunidades e pontos fortes: como oportunidade externa conforme entrevista existe uma visibilidade atual muito maior nos meios de comunicação e midiáticos, auxiliando a forma que a cafeteria traz esse assunto, de maneira inclusiva e cuidadosa com todas as falas articuladas para a questão. Os pontos fortes internos ao projeto, como cita Giorgio, é que o ambiente de trabalho com um deficiente é muito harmonioso e amoroso, segundo ele é comprovado a melhora do ambiente profissional;

1.8.25. Ameaças e pontos fracos: leitura social da família, a maioria apoia o projeto, mas por conta de cotas e até cuidado e preocupação com as relações criadas a partir dessa “independência” que o trabalho proporciona, não permitem que os deficientes se candidatem a vaga. Temos também paradigmas sociais, políticas públicas e econômica por ex.: como se manter como negócio, contra a maré da economia atual;

1.8.26. Cultura organizacional predominante: empresa privada com caráter de movimento social;

1.8.27. Conhecimentos tradicionais/populares considerados no projeto: existe troca de conhecimento através das parcerias com as instituições e voluntários da instituição, e a participação em congresso e seminários pelos membros da equipe;

1.8.28. Metodologias de trabalho: o trabalho é bem descentralizado, não há uma pessoa específica para cada função a não ser servir as mesas que normalmente são os meninos com síndrome de Down. Mesmo assim, os outros voluntários que se encontram no ambiente também dividem as

funções. No corpo de equipe além dos voluntários estão 3 funcionários contratados CLT, Giorgio (proprietário) e Delfino (sócio);

1.8.29. Principais ações implementadas: trazer a discussão e dar visibilidade a inclusão social precária na região, através do exemplo de modelo de instituição privada e ong colaborativa com a comunidade;

1.8.30. Resultados conseguidos durante a experiência: chamar atenção e reflexão da comunidade, maior espaço na mídia sobre o tema e percebeu-se também melhor aceitação social no mercado de trabalho com deficientes;

1.8.31. Impactos que ocorreram depois da implementação da experiência: financeiro (negativamente) pois existe dificuldade de atuação no mercado onde existe competição e modelos de empresas altamente voltados a produção econômica apenas. Mais pessoas querendo ouvir e ajudar transmitindo a boa mensagem, conforme o entrevistado a mensagem da inclusão é mais importante que o financeiro, a escuta maior impacto, ir atrás do conhecimento, sonhos se tornaram a experiencia, mudando os ideais dos próprios sócios idealizadores;

1.8.32. Propostas e Intenções Futuras da experiência: segundo o entrevistado e socio da empresa, a fundação da ong está planejada para o início de 2020, abrindo assim junto a empresa privada uma ong para expandir a participação de voluntários na inclusão social, a partir desta, busca-se a expansão do conhecimento e colaboração e produção de informação e formação dos participantes para adentrar mais ainda ao mercado de trabalho em Blumenau, efetivamente desenvolvendo a sociedade e a economia. A partir de 2020, com a ONG prestando apoio junto com os voluntários, familiares e instituições de ensino vai se abrir para todos tipos de deficiências e não apenas para pessoas com a síndrome de Down.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Em 2019, a Turma Especial trabalhou com os ODS, sendo que seus Trabalhos de Conclusão de Curso (TCC) foram a realização de um inventário que identificou oito iniciativas com aspectos relativos ao empreendedorismo, inovação e/ou políticas públicas que contemplam as quatro dimensões (ambiental, econômica, institucional e social) dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS). Todas essas iniciativas estão localizadas geograficamente na cidade de Blumenau/SC. A partir da identificação e da localização geográfica é possível construir uma cartografia dessas iniciativas, com o objetivo de divulgar os seus trabalhos, ampliar a sua rede de contatos e envolver os demais atores sociais, como a universidade e as redes sociais nas ações que buscam melhorar a qualidade de vida das pessoas nas quatro dimensões dos ODS.

Essas iniciativas são importantes para contribuir com um desenvolvimento regional que diminua as desigualdades e estimule a participação dos cidadãos na formulação de políticas públicas com foco no desenvolvimento multidimensional. Para tanto, a formação de agentes de desenvolvimento regional com foco nos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável pode contribuir nesse processo como multiplicadores de ações e de políticas públicas. Estas ações devem ser formuladas a partir da percepção local, estimulando o engajamento das pessoas no processo de aprimoramento da participação cidadã e do controle social das políticas indutoras do desenvolvimento regional, pensando globalmente e agindo de forma regionalizada para atingir os dezessete Objetivos de Desenvolvimento Sustentável e as metas que compõem a agenda 2030.

REFERÊNCIAS

BLUMENAU. Site Oficial do Município. Disponível em: <<https://www.blumenau.sc.gov.br/>>. Acesso em: 19 dez. 2019.

PROESDE. Programa de Educação Superior para o Desenvolvimento Regional. Programa de Pós-graduação do Desenvolvimento Regional – PPGDR/FURB. Disponível em: <http://www.furb.br/web/4844/observatorio-do-desenvolvimento-regional/proesde/apresentacao>. Acesso em 20 fevereiro 2020..

SANTA CATARINA. Secretaria de Estado da Educação. Regulamento do PROESDE Desenvolvimento 2019. Disponível em : <http://www.uniedu.sed.sc.gov.br/index.php/graduacao/proesde/apresentacao-desenvolvimento>. 2019. Acesso em 20 fevereiro 2020.

SILVA, Valdelino de Carvalho. **A influência da economia colaborativa para o desenvolvimento sustentável:** a experiências do banco de tempo na cidade de Blumenau. 2018. 66 f., il. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Ciências Sociais) - Centro de Ciências Humanas e da Comunicação, Universidade Regional de Blumenau, Blumenau, 2018. Disponível em: http://www.bc.furb.br/docs/MO/2018/365371_1_1.pdf. Acesso em: 20 dez. 2019.