

A CONTRIBUIÇÃO DO EMPREENDEDORISMO PARA POTENCIALIZAR O TURISMO NO AMAZONAS

Lucas Franklin de Souza Coelho¹

Rebeca do Nascimento Oliveira²

Profa. MSc Edileuza Lobato da Cunha³

RESUMO

Este artigo apresenta os resultados de uma pesquisa referente ao empreendedorismo como ferramenta para potencializar o turismo nas comunidades ribeirinhas e indígenas do Amazonas, através da educação empreendedora, utilizando cartilhas de orientação com base em conceitos de gestão de negócios. O objetivo foi apresentar uma cartilha com as técnicas do empreendedorismo para auxiliar os indivíduos destas comunidades no gerenciamento dos seus negócios. A pesquisa caracteriza-se como descritiva, e empregou-se o procedimento técnico documental e bibliográfico para extrair informações acerca da relação entre o empreendedorismo e o turismo no estado do Amazonas. Os resultados demonstram que a aplicação das ferramentas e técnicas nas atividades turísticas desenvolvidas nas comunidades ribeirinhas e indígenas do Amazonas, trouxeram impacto social e econômico positivo para indivíduos locais, assim como, o desenvolvimento dos negócios e a captação de mais visitantes.

Palavras-chave: Empreendedorismo. Turismo. Impacto Social.

ABSTRACT

This paper presents the results of a research on entrepreneurship as a tool to enhance tourism in Amazonian riverside and indigenous communities, through entrepreneurial education, using guidance books based on business management concepts. The objective was to present a booklet with entrepreneurship techniques to assist individuals in these communities in managing their businesses. The research is characterized as descriptive, and the documentary and bibliographic technical procedure was used to extract information about the relationship between entrepreneurship and tourism in the state of Amazonas. The results show that the application of the tools and techniques in the tourism activities developed in the riverside and indigenous communities of the Amazon brought positive social and economic impact for local individuals, as well as the development of business and attracting more visitors.

Keywords: Entrepreneurship. Tourism. Social Impact.

¹ Acadêmico do Curso de Ciências Contábeis da Universidade do Estado do Amazonas. Email: 1lucas.franklin@gmail.com

² Acadêmica do Curso de Ciências Contábeis da Universidade do Estado do Amazonas. Email: rebecaolvduarte@gmail.com

³ Orientadora: Possui graduação em Ciências contábeis pelo Centro Universitário Nilton Lins (1993); Pós em auditoria interna e externa pelo Centro integrado de Ensino Superior do Amazonas CIESA (2000); Possui mestrado em Engenharia de Produção pela Universidade Federal do Amazonas (2001); Possui MBA em gestão Financeira, Contabilidade e Auditoria pela Fundação Getúlio Vargas (2004); E Doutoranda do programa de Turismo pela Universidade do Vale do Itajaí – UNIVALI. Email: elobato@uea.edu.br

1. INTRODUÇÃO

O empreendedorismo é um termo que apresenta uma infinidade de conceitos e definições, e segundo Menezes (2007) apud Pasquini *et al* (2009, p. 5) “Empreendedorismo é aprendizado pessoal, que impulsionado pela motivação, criatividade e iniciativa, busca a descoberta vocacional, a percepção de oportunidades e a construção de um projeto ideal”.

Neste contexto, este estudo busca mostrar que com o auxílio das ferramentas que o empreendedorismo possui e suas técnicas simples, é possível gerir e administrar de maneira inovadora negócios nos mais diversos setores. Identificou-se a partir daí a importância em aplicar esses recursos nas atividades turísticas realizadas em comunidades ribeirinhas e indígenas no Amazonas, com o intuito de evoluir e facilitar na execução de atividades e na administração dos negócios, para alavancar os resultados e deste modo estimular o turismo na região, com a utilização de orientação adequada baseado em educação empreendedora.

Comunidades ribeirinhas e indígenas que já atuam exercendo atividades turísticas no Estado podem se beneficiar com a utilização dos conceitos e com a implementação de técnicas provenientes do empreendedorismo. O intuito é de disponibilizar mecanismos simples a estes indivíduos com a orientação necessária para o desenvolvimento de seus negócios. Com o auxílio de técnicas e procedimentos inovadores estas comunidades poderão gerenciar seus recursos de forma sustentável e expandir seus negócios podendo gerar mais impacto econômico ao Estado por meio do turismo.

A escolha do tema foi motivada para demonstrar que o empreendedorismo pode ter um papel importante no desenvolvimento das atividades turísticas em comunidades ribeirinhas e indígenas, através da utilização de conceitos e ferramentas do empreendedorismo como mecanismo de desenvolvimento para o turismo do Amazonas. Atualmente algumas comunidades ribeirinhas e indígenas trabalham com o turismo, porém, com dificuldades em gerir seus recursos e inovar nos serviços prestados, dificultando o desenvolvimento dos seus negócios, isso ocasiona em tomadas de decisões equivocadas que prejudicam o crescimento das atividades turísticas no Estado.

Através de capacitação adequada por meio das ferramentas e técnicas do empreendedorismo é possível desenvolver melhor essas atividades dentro da

região, implementando programas de educação empreendedora para estimular a expansão do setor turístico no Amazonas. Nesse sentido cita Schumpeter (1961), que o empreendedorismo está conectado ao crescimento econômico no desenvolvimento do país.

Hoje as pessoas que exercem atividades turísticas nas comunidades ribeirinhas e indígenas do Amazonas na sua maioria não possuem orientação adequada sobre empreender, de modo que não conhecem técnicas que podem auxiliar no gerenciamento de seus negócios, e assim não conseguem expandir suas atividades.

Em entrevista para matéria “Mulheres indígenas da Amazônia falam sobre os desafios de levar artesanato para o grande público” do Portal Amazônia (Online 2019) Rosimere Teles Coordenadora da Rede de Mulheres indígenas do Amazonas, relata que antigamente a produção de artesanato era para consumo próprio e utilização no dia a dia, e com o passar do tempo, o conhecimento foi passando de geração a geração, e atualmente, a produção se transformou para o universo do empreendedorismo.

A intenção de promover a educação empreendedora nas comunidades ribeirinhas e indígenas que realizam atividades turísticas no Amazonas, impulsionou este estudo, que visa propor o aprimoramento desses serviços com a utilização de ferramentas simples, tais como uma cartilha adaptada com uma linguagem de fácil compreensão utilizando conceitos do empreendedorismo nas comunidades que prestam serviços turísticos, mostrando o poder da educação empreendedora para uma boa administração dos recursos, bem como, para alcançar resultados econômicos e sociais, gerando renda aos habitantes locais, visando atrair mais visitantes para o Estado, impactando economicamente o setor turístico na região.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Empreendedorismo como ferramenta de gestão estratégica

O cenário global apresenta mudanças, novas relações de trabalho surgem e neste contexto a figura do empreendedor se destaca, este profissional que é criativo, inovador e utiliza ferramentas estratégicas para desenvolver e expandir novos

negócios possui um conhecimento que pode ser responsável pela mudança social e econômica de um País.

Na época atual, possuímos conceitos elaborados pelos autores Albert Shapero e Karl Vesper.

Em quase todas as definições de empreendedorismo, há um consenso de que estamos falando de uma espécie de comportamento que inclui: (1) Tomar iniciativa, (2) organizar e reorganizar mecanismos sociais e econômicos a fim de transformar recursos e situações para proveito prático, (3) aceitar o risco ou o fracasso. (SHAPERO, 1975, p. 187).

Para o economista, um empreendedor é aquele que combina recursos, trabalho, materiais e outros ativos para tornar seu valor maior do que antes; também é aquele que introduz mudanças, inovações e uma nova ordem. Para um psicólogo tal pessoa é geralmente impulsionada por certas forças – a necessidade de obter ou conseguir algo, experimentar, realizar ou talvez escapar a autoridade dos outros. Para alguns homens de negócios, um empreendedor pode ser um aliado, uma fonte de suprimento, um cliente ou alguém que cria riqueza para outros, assim como encontrar melhores maneiras de utilizar recursos, reduzir desperdício e produzir empregos que outros ficarão satisfeitos em conseguir. (VESPER, 1975, p. 2).

O empreendedor é aquele indivíduo que faz o que empresário comum já estava apto a fazer, porém, de forma inovadora, ou seja, procurando constantemente novas soluções para resolução de problemas e expansão de negócios. Neste contexto observa-se que o empreendedorismo pode ser utilizado para mudar a vida de muitas pessoas, mostrando sua importância social construindo novos negócios, e influenciando na criação de mercados e desenvolvendo estrategicamente atividades já existentes.

O empreendedorismo é o processo dinâmico de criar mais riqueza. A riqueza é criada por indivíduos que assumem os principais riscos em termos de patrimônio, tempo e/ou comprometimento com a carreira ou que provêm valor para algum produto ou serviço pode não ser novo ou único, mas o valor deve de algum modo ser infundido pelo empreendedor ao receber e localizar as habilidades e os recursos necessários. (RONSTADT, 1984, p. 28).

O empreendedorismo oferece ferramentas para direcionar empresários na gestão de seus negócios, estas podem ajudar na organização, planejamento e no plano de ação, para executar da melhor maneira suas atividades e construir o melhor negócio. Entre essas ferramentas podemos destacar três das mais utilizadas atualmente por novos empreendedores, tais como: Business ModelCanvas, Design Thinking e Pitch para construir a primeira impressão.

Estas ferramentas são utilizadas com o intuito de nortear estes profissionais empreendedores na construção dos seus negócios, auxiliando na organização e na execução de atividades que são responsáveis por trazer retorno financeiro e podem oferecer técnicas para melhores práticas. Ou seja, o propósito é que através destas ferramentas seja possível prestar soluções e serviços inovadores e experiências inesquecíveis aos usuários.

As técnicas oferecidas por estas ferramentas permitem não só uma gestão mais eficaz dos negócios como também aumentam o conhecimento que a empresa possui sobre o seu cliente ou consumidor, ajudam assim a obter novas ideias capazes de tornar pequenas informações em propostas mais rentáveis que transformam serviços comuns em modelos diferenciados no mercado.

Para Silveiro (2019) essas ferramentas podem contribuir na organização, planejamento e planos de ação para o negócio. O empreendedor deve sempre buscar pelas melhores soluções no mercado. O mercado atual tem espaço para todos atuarem. Porém, para isso, é preciso oferecer uma boa experiência ao consumidor. Além disso, é preciso ter o diferencial à concorrência e, por fim, conquistar e fidelizar os seus clientes. Mas nada disso se torna realidade sem uma boa organização e planejamento.

Estas ferramentas podem auxiliar empreendedores na administração mais eficaz de seus negócios, para que eles possam expandir e causar impacto econômico e social, movimentando a economia local dando oportunidade de emprego, e inspirando novos indivíduos a empreender também, construindo um ecossistema de inovação e desenvolvendo a sociedade.

2.2 Business model canvas

O business model canvas é uma tela separada em nove blocos, uma técnica para auxiliar empreendedores e empresas durante o processo de criação de novos negócios e produtos, um canvas permite que todo o negócio seja visualizado em uma única página. Com menos textos é possível identificar melhor as possíveis soluções, porque as ideias são postas pelos colaboradores na tela, e aos poucos vão sendo identificadas melhorias para o negócio.

Esta facilidade permite que novas ideias e sugestões de melhoria sejam analisadas mais rapidamente e em várias versões diferentes, ao invés de um

empreendedor ter um plano de negócios com diversas páginas, em apenas uma tela ele consegue colocar informações fundamentais sobre seu negócio, para visualizar de uma maneira simples e clara tudo que precisa ser visto e aprimorado.

Antigamente o plano de negócio não era bem utilizado pois continha muitas páginas e era muito complexo, ficava guardado e nem todos os colaboradores possuíam acesso, hoje com o Canvas é possível deixar exposto para toda a equipe em um painel, assim fica mais fácil para todos entenderem qual é a proposta de valor do negócio de forma mais simples e objetiva para uma fácil compreensão.

Segundo Pahins (2017), com business model canvas a inovação pode acontecer em algo que já existe e ainda enxergar novas frentes, esse modelo possibilita obter o melhor da empresa, entregando mais valor e, conseqüentemente, se destacando da concorrência. Podendo até lançar novos produtos e atuar em outros mercados, sem medo de se perder no caminho, pois ainda terá uma gestão bem elaborada.

Com essa ferramenta à disposição sendo bem utilizada pela equipe, é possível extrair de umas ideias, e explorar a criatividade necessária para desenvolver melhores soluções para o andamento dos negócios, esta técnica é simples e pode facilmente ser utilizada em qualquer lugar e a qualquer momento.

2.3 Design thinking

Esta ferramenta auxilia na criação de projetos mais coesos de melhor qualidade, segundo Charles Burnette (2005) é um processo de pensamento crítico e criativo que permite organizar as informações e ideias, tomar decisões, aprimorar situações e adquirir conhecimento. O design thinking é um processo geralmente realizado em grupo, e é dividido em 5 fases, sendo elas: empatia e compreensão, definir, idear, prototipar e testar.

Com esse passo a passo o empreendedor segue uma metodologia com etapas que ajudam a solucionar problemas do dia a dia do negócio. Ou seja, o empresário pode identificar o problema, protótipo e conseqüentemente, encontrar melhores soluções para gerenciar seu negócio. O maior objetivo do design thinking é oferecer experiências de consumo diferenciada aos seus clientes.

Para Burnette (2005) o design thinking pode conectar áreas distintas como ciência, sociedade, cultura, história, dentre outras. Pode-se dizer então que esta

ferramenta engloba um conjunto de práticas como estratégia para aprimorar processos com uma nova abordagem.

No mundo dos negócios o design thinking tem a ver principalmente com inovação dos processos adotados por uma empresa, é uma adaptação que significa pensar como designer, que vai além da estética dos produtos ou serviços, e passa a ser uma forma eficaz de criar projetos e executar tarefas.

2.4 Pitch para construir a primeira impressão

O pitch é o discurso que o empreendedor usa para vender a sua empresa, ou seja, é a forma com que ele apresenta seu negócio aos possíveis investidores ou consumidores. Através do dele é possível vender a ideia de maneira eficaz de modo que deixe uma boa primeira impressão do negócio, seu principal objetivo é despertar o interesse do investidor, fornecedor ou cliente.

Portanto, é extremamente útil que o empreendedor que deseja obter investimentos para o seu negócio, utilize o pitch por exemplo, podendo vender bem a sua ideia de maneira objetiva e eficiente, otimizando a gestão de seu tempo e o planejamento do seu negócio. No pitch o empresário tem a oportunidade de apresentar os motivos pelos quais seu produto ou serviço é a melhor escolha para o cliente, o que pode garantir a conquista de um novo cliente e até mesmo fidelizar um comprador.

2.5 A importância do empreendedorismo para o desenvolvimento de pequenos negócios

O empreendedorismo tem o poder de inspirar e mudar a vida de pessoas no mundo todo, com as ferramentas disponibilizadas por ele é possível capacitar qualquer pessoa para desenvolver e ampliar seus negócios. Essas ferramentas são capazes de transformar pequenas ideias em produtos e serviços que podem causar impactos reais na sociedade.

Uma pesquisa com quase 1000 empreendedores a fim de saber quais eram as suas maiores dores, revelaram as principais dificuldades nos grandes e principalmente nos pequenos negócios: Gestão de pessoas, Gestão financeira,

Jurídico/regulação, Marketing/vendas e o principal Inovação. A pesquisa foi divulgada pela Endeavor com apoio da Neoway (2016) e Data Folha.

Hoje os pequenos negócios enfrentam desafios devido ao fato de que seus gestores não dão a devida importância as estratégias de gestão para o crescimento de sua empresa, seus capitais não são bem administrados, e desta forma não conseguem impulsionar seus resultados de forma positiva, falta o conhecimento das ferramentas necessárias para a gestão de seus recursos.

O empreendedorismo é crucial para geração de riquezas e expansão de negócios no país, ele promove o desenvolvimento econômico, melhora a condição de vida das pessoas, também gera mais empregos para a população. Segundo DORNELAS (2005, p.28). “O empreendedorismo de oportunidade, onde o empreendedor visionário sabe aonde quer chegar, cria uma empresa com planejamento prévio, tem em mente o crescimento que quer buscar para a empresa e visa a geração de lucros, empregos e riquezas”. O empreendedorismo é capaz de ampliar horizontes e capacitar indivíduos comuns para se tornar grandes empresários capazes de movimentar a economia e causar impacto social no país.

Utilizando as estratégias das ferramentas do empreendedorismo é possível tornar uma pequena ideia em um negócio rentável, capaz de apresentar novas alternativas para diversos setores, trazendo soluções para tempos de crise, além de abrir espaço para o surgimento de novos mercados, opções de emprego e renda, e captação de recursos. Com surgimento de novos empreendimentos é possível gerar emprego e fonte de renda para a população.

Diante disso, observa-se que é imprescindível a capacitação empreendedora para quem atua em pequenos negócios, para torna-lo mais competitivos e rentáveis no mercado, através da inovação, para fazer o diferencial na entrega de produtos e serviços, agregando valor ao que já existe, tornando algo mais atrativo, capaz de expandir a comercialização e causar mais impacto econômico e social aos seus negócios.

O Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – Sebrae é uma entidade privada sem fins lucrativos que visa estimular a capacitação de empreendedorismo no Brasil com diversos treinamentos e cursos, dentre eles o “crescendo e empreendendo” no qual os participantes poderão desenvolver uma noção de organização, autodesenvolvimento, criatividade e comunicação.

2.6 Turismo no Amazonas

O Amazonas é um Estado com um grande potencial econômico, não apenas pela sua biodiversidade, espaço territorial e bacia hidrográfica, ele possui pessoas com grande potencial para empreender em diversas áreas. Hoje na Capital Amazonense é possível encontrar pessoas que mesmo sem formação acadêmica fomentam o turismo local, já atuam mesmo sem apoio do governo local, e até mesmo sem infraestrutura necessária, e com dificuldade logística. Estas dificuldades atrapalham na captação de potenciais turistas, pois pessoas que gostariam de conhecer a cidade levam todos os fatores em consideração na hora de escolher o roteiro, e escolher o Amazonas como destino turístico.

De acordo com o Departamento de Estatística da Empresa Estadual de Turismo do Amazonas - Amazonatur em 2019 foi registrado chegada de 285.304 turistas, que desembarcaram na região de janeiro a julho deste ano. A quantidade representa um aumento de 3,32% em relação ao mesmo período do último ano, 2018. Houve também um aumento na chegada de turistas internacionais cerca de 106.435, um aumento de 4,26%.

No Amazonas o turismo tem o foco nas regiões de natureza, os turistas procuram conhecer as regiões que possuem belezas naturais, ou seja, querem conhecer a fauna e a flora. Existem comunidades ribeirinhas que realizam atividades turísticas e recebe centenas de turistas por ano, porém, essas atividades são concentradas em regiões específicas e acabam não beneficiando mais amazonense também não atraem um número maior de visitantes.

Segundo Pontes (2017) uma das principais dificuldades encontradas pelas comunidades é a logística imposta pela floresta, além das características naturais das florestas que dificultam, por exemplo, o fortalecimento do turismo de selva, para eles, contudo, apesar das dificuldades, o turismo ainda é uma atividade economicamente viável e de menor impacto ao ambiente, com alto valor agregado que beneficia todos os atores envolvidos, de famílias ribeirinhas a empresários de empresas de turismo.

Devido ao turismo ser concentrado em comunidades afastadas da capital, existe a falta de capacitação que dificulta o crescimento das atividades, os pequenos empreendedores dessas regiões, não tem acesso a ferramentas e técnicas para

administrar seus recursos, e por esse motivo não conseguem expandir seu capital financeiro para investir em novos serviços e captar mais visitantes.

A intenção é utilizar o empreendedorismo para oferecer serviços melhores e contribuir para enriquecer a experiência dos visitantes, fazendo com que haja o retorno turístico não apenas nos meses de alta temporada, mas que seja contínuo o interesse dos visitantes que procuram a região do Amazonas como destino turístico.

É possível explorar novas opções de roteiro turístico, inovar nos serviços prestados, e abranger outros públicos com técnicas empreendedoras e profissionais capacitados para oferecer melhores serviços. Um exemplo disso é o turismo de base comunitária em regiões ribeirinhas do Amazonas, que desenvolvem atividades turísticas como trilhas, pesca e experiência gastronômica, além disso, traz uma oportunidade única de convivências com a realidade local e possibilitando um rico intercâmbio cultural aos visitantes.

2.7 a contribuição do empreendedorismo para o turismo no Amazonas

O empreendedorismo pode ser um grande aliado para tornar o turismo uma importante fonte de geração de emprego e renda no Amazonas, além de contribuir para o desenvolvimento econômico regional, é imprescindível para isso a capacitação de empreendedores e o aprimoramento dos serviços prestados por empresas de turismo que já atuam no estado. Alguns desafios precisam ser superados para impulsionar os serviços turísticos no Amazonas, e então expandir os resultados e abranger mais setores da economia amazonense.

A utilização das ferramentas do empreendedorismo apresenta-se como uma grande estratégia para alavancar os resultados do setor turísticos no Amazonas, tais ferramentas podem auxiliar profissionais autônomos ou ribeirinhos que exercem atividades turísticas no Amazonas a expandirem seus empreendimentos, além de terem a oportunidade de inovar e proporcionar uma experiência insubstituível aos seus clientes e visitantes.

É importante compreender que é necessário o engajamento dos empresários deste setor para se capacitarem e aprimorarem seus negócios com o intuito de explorar mais essas atividades para que o Amazonas cresça como destino turístico no Brasil e atrair mais visitantes também do mundo todo.

Através do Business ModelCanvas, DesignThinking e pitch esses empresários podem aprimorar seus negócios e entregar melhores serviços e possibilitam melhores experiências aos seus clientes. Com essas ferramentas se torna mais fácil administrar seus empreendimentos e inovar nos serviços oferecidos.

Apesar da ausência de infraestrutura é possível aplicar essas ferramentas e técnicas sugeridas em comunidades ribeirinhas, porque apesar de serem eficazes, essas técnicas são simples, e possíveis de serem utilizadas por qualquer indivíduo, desde que este tenha recebido uma capacitação adequada para obter conhecimento técnico desses conceitos.

3. METODOLOGIA

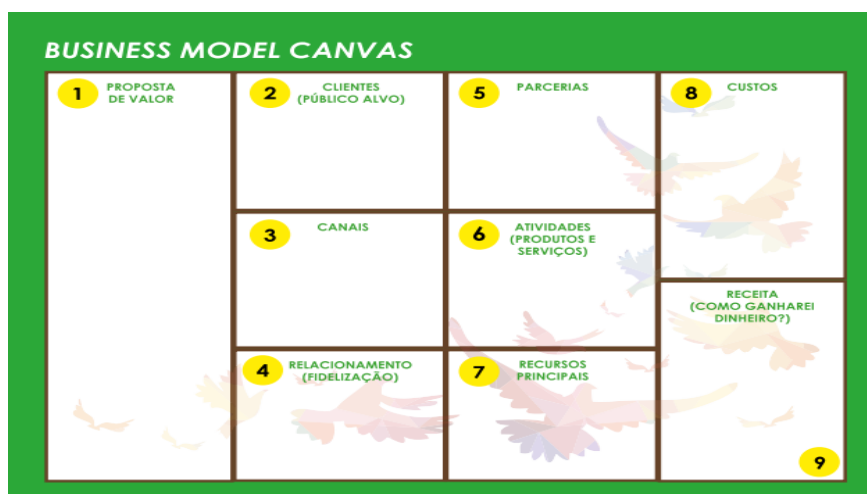
Quanto a metodologia a pesquisa caracteriza-se pela utilização de métodos elaborados através de dados secundários, que segundo Roesch (2009) são denominados de dados secundários, ou seja, não são criados pelo pesquisador, como no caso de dados primários que são criados pelo próprio pesquisador.

A pesquisa bibliográfica compreende e incorpora a bibliografia já publicada concernente ao tema em estudo, baseando-se na análise do material colido e na observação de casos para conhecer as possíveis percepções diante da temática abordada buscando descrever a relação entre fatos e fenômenos. De acordo com Silveira, et al (2004, p. 43) “método científico é um conjunto de etapas, sistemáticas e logicamente ordenadas, que são desenvolvidas ao longo da investigação, em busca do conhecimento científico”.

Este trabalho é um estudo de pesquisa descritiva, que de acordo com Vergara (2010) expõe características de determinado fenômeno podendo estabelecer correlações variáveis e definir sua natureza. Foi elaborada uma cartilha de fácil compreensão baseada em conceitos do empreendedorismo. Esta cartilha foi dividida em três categorias: Business ModelCanvas, Design Thinking e Pitch, com orientações simples adaptadas para auxiliar os indivíduos das comunidades ribeirinhas e indígenas na execução e gerenciamento de suas atividades.

4. APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS

A partir dos procedimentos metodológicos estabelecidos para a realização da pesquisa, apresenta-se a seguir os resultados obtidos. Após o estudo das ferramentas empreendedoras já existentes, foi elaborada uma cartilha adaptada para atender as necessidades das comunidades ribeirinhas e indígenas, desenvolvida com linguagem de fácil compreensão, contendo informações necessárias para auxiliar no gerenciamento dos negócios nestas comunidades, e promover mudanças positivas no aspecto social e econômico destes locais.



Inspirado no Business ModelCanvas foi desenvolvido o **AbaréCanvas**, com objetivo de demonstrar que o plano pode ser um grande aliado das comunidades no desenvolvimento dos pequenos negócios. Com este plano será possível orientar de forma simples os pequenos empresários nas comunidades, para que estes

possam ter um melhor desempenho na execução de suas atividades, promovendo o crescimento de seus empreendimentos. A intenção é que com este modelo de negócios haja a adoção de processos inovadores no exercício dos serviços oferecidos para os visitantes e turistas nestas regiões.



Desing thinking pode ser uma ferramenta complexa para quem não possui conhecimento técnico, pois inclui alguns passo-a-passo, mas que através deste estudo foi possível desenvolver umacartilhaque pode ser facilmente compreendido e explorado, extraindo-se informações resumidas em uma linguagem mais simples onde os pequenos empreendedores podem obter informações em uma única tela para aplicá-lasno processo de criação do negócio por completo.



E para complementar, através deste estudo foi criado a cartilha com estratégias do Pitch para uma melhor apresentação destes negócios, visando apoiar o desenvolvimento e visibilidade das comunidades diante de visitantes e possíveis investidores.

Para Inclusão da cartilha nas comunidades poderíamos utilizar de parcerias de instituições como da Fundação Amazonas Sustentável (FAS) que atualmente implementa soluções inovadoras para regiões isoladas do Amazonas, onde a organização atua, através de seus projetos. A FAS desenvolve novas tecnologias adaptando-as aos saberes tradicionais das comunidades.

Recentemente em um de seus projetos foi comprovado a efetividade da utilização de capacitação aos indivíduos de comunidades ribeirinhas, com a atuação da FAS os moradores da comunidade do Tumbira, na Reserva de Desenvolvimento Sustentável (RDS), tiveram a oportunidade de receber capacitação por cursos e treinamentos de empreendedorismo e de turismo de base comunitária. Esse projeto trouxe grandes benefícios a comunidade, gerando emprego e renda aos moradores.

“Temos apoiado desde o início ações inovadoras de educação capazes de fazer com que as pessoas consigam fazer uma ponte entre o saber tradicional e o conhecimento científico contemporâneo. Nossa estratégia é fazer das pessoas empreendedoras da floresta, líderes de processos inovadores capazes de valorizar a biodiversidade, gerando emprego e renda, cuidando das pessoas para que elas cuidem da floresta” (Viana, Virgílio. 2019. FAS)

De acordo com Viana (2019) O turismo com base comunitária tem um espaço grande para crescimento no Amazonas, pois além das famílias das comunidades se beneficiarem, contribui para preservação da floresta. E esse cuidado é um dos

objetivos do Edital Floresta em Pé. São 17 projetos apoiados em todo o Amazonas, com apoio do Fundo Amazônia/BNDES e Secretaria de Estado de Meio Ambiente (Sema).

Desde então, além do investimento em ações estruturantes, a FAS fornece monitoramento e assessoria em gestão de projetos junto às organizações. Dentro dessas comunidades existe também o projeto de Inclusão Financeira na Amazônia que incentiva a economia local e com o incentivo a gestão financeira de empreendedores ribeirinhos.

Grandes empresas como a marca Americanas.com, a maior loja online Brasileira investe fortemente no potencial das comunidades ribeirinhas do Amazonas e realizou treinamentos em Manaus e nas comunidades ribeirinhas da floresta Amazônica, com o objetivo de capacitar e ajudar a potencializar as vendas dos artesãos empreendedores.

A comunidade Barra de São Manoel, apoiada pela ONG WWF-Brasil que desenvolve projetos de conservação da natureza na região há mais de 10 anos, elaboraram após meses de planejamento um plano de negócios para suas atividades turísticas com a finalidade de promover um turismo sustentável. Como teste piloto a comunidade recebe visitantes que ajudam a idealizar e desenvolver os roteiros e passeios que eles vão oferecer. Com devido planejamento eles conseguem precificar e categorizar os passeios.

Segundo Cerqueira (2019), os roteiros contemplam visitas a cachoeiras, passeios de canoa, observação de Fauna e flora, trilhas na floresta, visitas a áreas de produção, visita a áreas de produção, banhos de rios e igarapés e roda de conversa com moradores locais e apresentações culturais.

O plano de negócios trata também de uma coisa muito importante que as vezes não é dada a devida importância, a repartição de lucro, de maneira que seja dívida de forma justa por todos diferentes profissionais que estarão envolvidos, como cozinheiras, pescadores e guias turísticos. De acordo com Pacheco (2017) O plano visa obter, de forma mais clara, os produtos e serviços ofertados pela comunidade, a identificação do mercado em que ela deseja se inserir e as decisões que devem ser tomadas pelos empreendedores que trabalham com esta atividade econômica.

Essas iniciativas trazem para os empresários locais a oportunidade de aprimorar seus negócios, de modo que, conseguem alcançar um mercado mais

amplo e aumentar a demanda de visitantes para a sua comunidade, desenvolvendo o turismo na região e conseqüentemente gerando renda e transformação social.

A construção do plano obtém sucesso devido ao envolvimento dos moradores da Barra de São Manoel. As atividades turísticas ajudam diretamente mais de 30 famílias e auxiliam também na preservação da região. Os próprios indivíduos da comunidade promovem essas mudanças, planejando estrategicamente o turismo e utilizando bem o espaço que possuem a sua disposição.

Iniciativas como estas mostram que é possível desenvolver o turismo comunitário no Amazonas, com a orientação adequada, através das ferramentas que os empreendedorismos dispõem, os indivíduos destas comunidades podem expandir seus negócios e promover impacto econômico e social na região, tornando o setor turístico como uma importante alternativa de emprego e renda para todo o Estado.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A proposta inicial da pesquisa foi demonstrar a importância das ferramentas do empreendedorismo para desenvolver as atividades turísticas nas comunidades ribeirinhas e indígenas do Amazonas e causar impacto social e econômico para a região. Nos casos analisados observou-se que a adoção do empreendedorismo para o gerenciamento das atividades impactou significativamente nos resultados obtidos pelos indivíduos em questão.

Esta pesquisa contribui para a análise da relação entre o Empreendedorismo e o Turismo nas comunidades ribeirinhas do Amazonas. Tomando como base comunidades que já exercem o empreendedorismo nos seus negócios e obtiveram resultados reais nas atividades que realizam, mostrando que as ferramentas do empreendedorismo são importantes alternativas para desenvolver o setor turístico no Amazonas, principalmente nas regiões que atualmente já recebem um maior número de visitantes.

Da análise observou-se que com a utilização desses métodos é possível de formar simples obter grandes resultados no que se refere ao fomento do turismo no Amazonas, pois através do empreendedorismo estas comunidades conseguem prosperar seus negócios, trazendo inovação e potencializando suas ações. Essas

ferramentas e técnicas correspondem a capacitação dos indivíduos, tornando-os aptos a realizarem melhor suas atividades, e fazendo com que, tornem-se mais competitivos no mercado, atraindo mais visitantes e fomentando o setor turístico na região.

Por fim, concluiu-se que a atuação de entidades e instituições como o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), e a Fundação Amazonas Sustentável (FAS) são importantes agentes de capacitação e transformação para essas comunidades, através de programas, projetos e cursos ministrados eles conseguem capacitar os indivíduos das comunidades para administrarem suas atividades e expandirem seus negócios fomentando a economia da região.

Com base nos resultados colhidos na pesquisa, nota-se que os conhecimentos obtidos neste estudo podem servir para colaborar com o desenvolvimento do setor turístico no Amazonas nas regiões de comunidade ribeirinhas, principalmente para que o nível de competitividade cresça atraindo mais visitantes para a região, impactando conseqüentemente no desenvolvimento dos empreendimentos turísticos regionais através da capacitação adequada, utilizando ferramentas e técnicas do empreendedorismo.

REFERÊNCIAS

BENI, M. C. **Análise Estrutural do Turismo**. 8ª ed. São Paulo: SENAC, 2003.

CASTELLI, Geraldo. **Turismo: atividade marcante**. Caxias do Sul: Educs, 2001.

CERQUEIRA, JOSÉ; DANTAS, JORGE. **Empreendedorismo: Comunidade amazônica cria plano de negócios para aproveitar potencial turístico**. 2019. Disponível em: <<https://www.wwf.org.br/?69762/Empreendedorismo-Comunidade-amazonica-cria-plano-de-negocios-para-aproveitar-potencial-turistico>> Acesso em 12 de novembro de 2019.

CERQUEIRA, L. R.; FURTADO, E. M.; MAZARO, R. M. **Políticas Públicas em Turismo no Brasil: Cronologia dos 70 anos da Legislação Turística e das Instituições Oficiais de Turismo**. VI Seminário da Associação Brasileira de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo, 10 e 11 de setembro de 2009 – Universidade Anhembi Morumbi – UAM/ São Paulo. Disponível em: <https://www.ua.pt/ReadObject.aspx?obj=30440>. Acesso em 03 nov. 2019.

EADBOX. **7 ferramentas para empreendedores que vão simplificar a gestão do seu negócio**. 2018. Disponível em: <<https://eadbox.com/ferramentas-para-empreendedores/>> Acesso em 15 de novembro de 2019.

ENDEAVOR. **Os 5 maiores desafios dos empreendedores**. 2016. Disponível em: <https://endeavor.org.br/ambiente/5-desafios-empresendedores-pesquisa/> Acesso em 16 de novembro de 2019.

FUNDAÇÃO AMAZONAS SUSTENTÁVEL. **FAS leva desenvolvimento sustentável e empreendedorismo ribeirinho da Amazônia para Portugal**. 2019. Disponível em: <http://fasamazonas.org/2019/05/fas-leva-empreendedorismo-ribeirinho-e-desenvolvimento-sustentavel-da-amazonia-para-portugal>>. Acesso em: 15 de novembro de 2019.

FUNDAÇÃO AMAZONAS SUSTENTÁVEL. **Ações de educação promovidas pela FAS na Amazônia levam a prêmio da Unesco**. 2019. Disponível em <http://fasamazonas.org/2019/11/acoes-de-educacao-promovidas-pela-fas-na-amazonia-levaram-a-premio-da-unesco/>>. Acesso em 15 de novembro de 2019.

FUNDAÇÃO AMAZONAS SUSTENTÁVEL. **Inclusão financeira na Amazônia**. 2011. Disponível em: <http://fas-amazonas.org/solucoes-inovadoras/inclusao-financeira-na-amazonia/>> .Acesso em 15 de novembro de 2019.

KOURY, CARLOS. **Turismo na Amazônia: grande potencial, poucos exemplos**. 2018. Disponível em: <https://idesam.org/turismo-na-amazonia-grande-potencial-poucos-exemplos/>> Acesso em 14 de novembro de 2019.

LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. A. Metodologia científica 2ª ed., São Paulo: Atlas, (1991).

MELO, KATIUSSI. **Curso de capacitação 'Crescendo e Empreendendo' será oferecido para a comunidade**. 2019. Disponível em: <https://www.agencia.ac.gov.br/curso-de-capacitacao-crescendo-e-empreendendo-sera-oferecido-para-a-comunidade/>> Acesso em 15 de novembro de 2019.

Minayo, Maria Cecília de Souza. "O desafio do conhecimento." *Pesquisa qualitativa em saúde* 2 (1993).

MONTORO, T. S. (Org.). **Cultura do Turismo: desafios e práticas socioambientais**. Brasília: Thesaurus, 2003.

MOTA, REBECA. **Turismo comunitário gera renda e intercâmbio cultural no Amazonas**. 2019. Disponível em: <https://d.emtempo.com.br/economia-turismo/146438/turismo-comunitario-gera-renda-e-intercambio-cultural-no-amazonas>> Acesso em 14 de novembro de 2019.

OLIVEIRA, DIEGO. **Mulheres indígenas da Amazônia falam sobre os desafios de levar artesanato para o grande público**. 2019. Disponível em: <http://portalamazonia.com/noticias/mulheres-indigenas-da-amazonia-falam-sobre-os-desafios-de-levar-artesanato-para-o-grande-publico>> Acesso em 16 de novembro de 2019.

PAHINS, SILVIA. **Método Canvas: o que é isso e como ele pode ajudar meu negócio?** 2017. Disponível em: <http://empreendacomproposito.com.br/metodo-canvas-o-que-e-isso-e-como-ele-pode-ajudar-meu-negocio/>> Acesso em 14 de novembro de 2019.

PONTES, FABIO. **Turismo amazônico enfrenta entraves burocráticos e logísticos para crescer.** 2017. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/seminariosfolha/2017/11/1938597-turismo-amazonico-enfrenta-entraves-burocraticos-e-logisticos-para-crescer.shtml>> Acesso em 13 de Novembro de 2019.

PORTAL A CRÍTICA. **Mais de 285 mil turistas visitaram o Amazonas de janeiro a maio deste ano.** 2019. Disponível em: <<https://www.acritica.com/channels/cotidiano/news/mais-de-285-mil-turistas-visitaram-o-amazonas-de-janeiro-a-maio-desse-ano-diz-amazonastur>> Acesso em 17 de novembro de 2019

PORTAL AMAZÔNIA. **Americanas.com capacita empreendedores de comunidades ribeirinhas e indígenas na Amazônia.** 2019. Disponível em: <<http://portalamazonia.com/sustentabilidade/terceiro-setor/americanascom-capacita-empreendedores-de-comunidades-ribeirinhas-e-indigenas-na-amazonia>>. Acesso em 15 de novembro de 2019.

Vergara, Sylvia Constant. **Projetos e relatórios de pesquisa.** São Paulo: Atlas (2006).