



Agosto 2017 - ISSN: 1988-7833

EMPREENDEDORISMO E CULTURA: UM ESTUDO ACERCA DA PRÁTICA DA CULTURA EMPREENDEDORA COM ARTESÃOS ASSESSORADOS PELA INCUBADORA AMAZONAS INDÍGENA CRIATIVA – AMIC.

Rodrigo Batista de Oliveira¹

Francisco Alcicley Vasconcelos Andrade²

Para citar este artículo puede utilizar el siguiente formato:

Rodrigo Batista de Oliveira y Francisco Alcicley Vasconcelos Andrade (2017): “Empreendedorismo e cultura: um estudo acerca da prática da cultura empreendedora com artesãos assessorados pela incubadora Amazonas Indígena Criativa – AMIC.”, Revista Contribuciones a las Ciencias Sociales, (julio-septiembre 2017). En línea:
<http://www.eumed.net/rev/cccss/2017/03/estudo-cultura-amic.html>

Resumo: O presente estudo teve por objetivo identificar como se propaga a prática da cultura empreendedora no município de Parintins/AM, buscando entender como se dar esse processo a partir dos relatos de experiência de artesãos assessorados pela incubadora Amazonas Indígena Criativa-AmIC, sendo quatro empreendimentos criativos onde um destes é indígena. A estratégia metodológica pautou-se em uma abordagem qualitativa, exaltando os dísticos proferidos pelos informantes do presente estudo. Para a coleta dos dados foram realizadas entrevistas a partir de um roteiro de perguntas junto aos empreendedores, além da técnica da observação direta e do diário de campo, sobre a organização produtiva dos informantes. Os resultados indicaram que existe uma parcela significativa de artesãos em Parintins que são empreendedores e que o incentivo acerca dessa prática foram ações dos entes antepassados.

Palavras-Chave: Empreendedorismo, Cultura Empreendedora, Artesanato, Incubadora.

ENTREPRENEURSHIP AND CULTURE: A STUDY ABOUT THE PRACTICE OF THE ENTREPRENEURIAL CULTURE WITH ARTISANS ADVISED BY THE INCUBADORA AMAZONAS INDÍGENA CRIATIVA - AMIC.

Abstract: This study aimed to identify how the practice of the entrepreneurial culture in the municipality of Parintins / AM is propagated, trying to understand how this process is based on the experience reports of artisans linked to the Amazon Indigenous Creative Incubator-AmIC, being four creative enterprises where One of these is indigenous. The methodological strategy was based on a

¹ Acadêmico do Curso de Administração da Universidade Federal do Amazonas – UFAM; bolsista pesquisador da incubadora Amazonas Indígena Criativa; rodrigo_p.batista@hotmail.com

² Professor MSc. da Universidade Federal do Amazonas – UFAM, do Curso de Administração.

quantitative and qualitative approach, exalting the signs given by the informants of the present study. For the data collection, interviews were carried out based on a script of questions with the entrepreneurs, as well as the technique of direct observation and the field diary, about the productive organization of the informants. The results indicated that there is a significant portion of artisans in Parintins who are entrepreneurs and that the incentive about this practice were actions of the ancestors.

Keywords: Entrepreneurship, Entrepreneurial Culture, Craft, Incubator.

1. INTRODUÇÃO

O empreendedorismo é uma vertente que contribui significativamente para a economia global, principalmente em países que estão em processo de desenvolvimento buscando destaque em cenários mais abrangentes. Assim, essa prática torna-se um pilar de suporte quando se refere a situação econômico de um país ou estado, pois é em meio as adversidades que as ideias inovadoras e criativas aparecem de modo surpreendente criando uma nova oportunidade. Para Barreto (1998, p. 190) “empreendedorismo é a habilidade de criar e construir algo a partir de muito pouco ou de que quase nada”.

O empreendedor pode ser visto como um indivíduo que detecta uma oportunidade e transforma-a em um negócio para capitalizar sobre ela, assumido riscos calculados para minimizar ou zerar a chance de um possível insucesso da criação do empreendimento, assim mantendo todo o controle sobre seu negócio.

Pesquisas realizadas pelo SEBRAE (2014), apontam que o Brasil se destaca com a maior taxa de empreendedorismo no âmbito mundial, pois é uma possibilidade de criar novas oportunidades de trabalho e renda a partir de uma ideia inovadora e criativa, fundamentado em estratégias de gestão eficientes e eficazes. Nesse contexto, os empreendedores entrevistados relataram haver pouco ou quase nenhum incentivo por parte do poder público, o que reflete no baixo desempenho da prática do empreendedorismo, bem como da ramificação da cultura empreendedora.

O município de Parintins está situada à margem direita do Rio Amazonas, na 9ª sub-região do Baixo Amazonas, distante a 390 km em linha reta e 420 km por via fluvial da capital Manaus, é reconhecido mundialmente pelo seu festival folclórico, o qual ocorre no mês de junho. Nesse período, há uma supervalorização da cultura amazônica nas alegorias e artes criadas pelos artistas e empreendedores desse município.

Essa cidade possui um potencial de empreendedorismo elevado, pois os habitantes demandam de uma habilidade e criatividade para desenvolver e criar produtos que remetem a cultura local e regional. Tendo como principais produtos o artesanato, bijojoias, quadros, colares, entre outros. Sendo essas atividades um nicho de mercado que envolve boa parte dos empreendedores locais quando se trata da cultura, dessa forma tendo suma importância na participação da geração de emprego e renda do município aquecendo a economia local.

Com as incertezas de uma economia de um país em desenvolvimento e que passa por um momento delicado em sua conjuntura econômica, onde as oportunidades de empregos tornam-se cada vez mais escassas e concorridas. Diante dessa realidade, Pochmann (2015), ressalta que diante das políticas de reajuste econômico e o reaparecimento da recessão, interessa conferir a intensidade dos efeitos sobre o mercado de trabalho, sobretudo o comportamento da taxa de desemprego.

Dessa forma, criar novos negócios passa ser uma alternativa louvável como instrumento para driblar o momento de crise vivenciado, no entanto, nem todos que optam por esta possibilidade é certeza de sucesso, pois alguns acabam entrando nesse ramo apenas por necessidade, ou seja, por falta de oportunidade no mercado de trabalho, desse modo tornando-se vulnerável ao insucesso de seu negócio.

Por fim, justifica-se a importância do estudo sobre o incentivo e promoção da cultura empreendedora a nível local, considerando as especificidades do desenvolvimento econômico no município. O objetivo desta pesquisa foi identificar como se propaga a prática da cultura empreendedora do ponto de vista antropológico no município de Parintins/AM, a partir dos relatos de experiência de artesãos.

2. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Esta pesquisa é de natureza qualitativa, do tipo exploratória, sendo pautada na observação e pesquisa de campo, tendo como instrumento de coleta de dados a entrevista semiestruturada, com perguntas abertas direcionadas a quatro empreendimentos que atuam no ramo específico de artesanato. Esses artesãos produzem uma gama de produtos que valorizam a cultura amazônica. A observação direta foi realizada por meio de visitas e conversas com artesãos parintinenses vinculados a incubadora Amazonas Indígena Criativa. A pesquisa bibliográfica foi o suporte teórico para compreensão das categorias estudadas, possibilitando uma compreensão dos fenômenos investigados em todo processo de construção deste trabalho até a análise dos dados.

3. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

3.1 CULTURA

A cultura é um conjunto de características que forma a identidade cultural de uma sociedade, que perpassa todas as dimensões sociais, como religião, costumes, raças, tradição, danças, crenças, cor, enfim, são formas de expressar e demonstrar qual é a cultura que cada indivíduo pertence.

No Brasil, são encontradas diversas particularidades de cultura, visto ser um país de grande extensão geográfica e que cada região possui uma cultura diferente, por exemplo, a cultura da região Sul é diferente da região Nordeste, da mesma forma que a região Sudeste é totalmente impar à da região Norte.

Um dos fatores contribuintes para a formação desse mosaico cultural foi a formação da sociedade brasileira que envolve uma miscigenação de cores, raças, credos, ou seja, cada região possui uma riqueza cultural altamente diversificada.

Segundo Jonathan H. Turner (2000), cultura é um sistema de símbolos que uma população cria e usa para organizar-se, facilitar a interação e para reger o pensamento. Assim, as pessoas por meio de danças, símbolos, objetos dentre outras coisas, utilizam como ferramenta para expressar sua cultura, que em muitas das oportunidades servem como fonte de renda por meio da comercialização.

Cultura também é definida em ciências sociais como um conjunto de ideias, comportamentos, símbolos e práticas sociais, reproduzidos geralmente por meio da vida em sociedade. Os saberes, costumes e tradições que são repassados podem sofrer transformações ao longo do tempo, pois a cultura não é estática, ela está em constante mudança de acordo com os acontecimentos vividos por seus integrantes, além do fator aculturação, que está cada vez mais presente e forte em meio às culturas, assim, contribuindo para o movimento de transformação cultural³.

Oliveira (2003), define três tipos de cultura as quais são: cultura de massa – não está ligada a nenhum grupo específico, pois é transmitida de maneira industrializada para um público generalizado, ou seja, abrange um campo social muito amplo envolvendo diferentes níveis, dessa forma pegando grade parte da sociedade.

Cultura Erudita – é a cultura que se adquire de maneira organizada, como nas escolas e nos livros, ou pela aceitação de instituições como o Estado, a Igreja, ou ainda por meio de jornais, revistas, televisão, rádio e cinema.

Cultura Popular – trata-se da cultura mais simples, que se adquire com a experiência do contato entre pessoas; é a chamada cultura espontânea, mais próxima do senso comum; transmitida em geral oralmente, registra as tradições e os costumes de um determinado grupo social. Da mesma maneira que a cultura erudita, a cultura popular é representada pelas formas artísticas expressivas e significantes. Esses tipos de cultura são as mais comuns de serem observadas, pois estão presentes de forma mais expressiva na sociedade.

Quando se trata de cultura não podemos deixar de mencionar Parintins, município localizado 369 km da capital Manaus/AM, pois é reconhecida internacionalmente pela sua manifestação cultural que envolve os Bumbás Garantido e Caprichoso, é um festival realizado na segunda quinzena do mês de junho de cada ano, atrai um grande fluxo de turistas regionais, nacionais e internacionais para prestigiar o evento que ocorre em três dias de apresentações. Esse magnífico evento que além de exaltar a cultura local, procura sempre passar uma mensagem de valorização das riquezas amazônica, de preservação das florestas, bem como os bens naturais nela existente.

Portanto, verificou-se a importância da cultura nos mais diversos campos sociais, bem como no contexto histórico na construção da formação cultural da sociedade. A partir do próximo parágrafo será apresentado sobre cultura empreendedora e sua relevância para a prática do empreendedorismo.

³ <https://www.significados.com.br/cultura/> > acessado em 18/04/2017.

3.2 CULTURA EMPREENDEDORA

Cultura empreendedora é um tema relativamente novo, entretanto é fundamental ao desenvolvimento econômico, uma vez que é caracterizada pela concentração de duas ou mais formas de empreendedorismo.

Uma empresa que preza pela cultura empreendedora já possui um diferencial significativo frente à concorrência, pois consegue visualizar e aproveitar novas oportunidades que o mercado apresenta, além de conhecer seus clientes buscando sempre satisfazer suas necessidades. Segundo Oliveira (2012, p.7) “satisfação é um estado psicológico, oriundo de ter expectativas atendidas”.

Para Dornelas (2003), a cultura empreendedora é o pano de fundo na busca e identificação de oportunidades, no fomento à inovação e no trabalho criativo e integrado. Para a promoção desse módulo de cultura é necessária uma série de ações com foco nos processos, e principalmente nas pessoas. Essas devem sentir motivadas para agirem de forma empreendedora, sendo recompensadas pela proporção de inovação, sendo essas muitas vezes acompanhadas de riscos e a possibilidade de erros e acertos.

Dolabela (1999), evidencia o fato de o empreendedor estar constantemente diante de coisas inéditas e isso exige um conhecimento técnico muito elevado, e a partir dessas experiências, as pessoas vão evoluindo através de um processo iterativo de tentativa e erro, avançando em virtude das descobertas realizadas, como novas oportunidades, novas formas de comercialização, vendas, tecnologias e gestão.

Na visão de Chung e Gibbons (1997), os atores detentores da cultura empreendedora conseguem trabalhar melhor em diferentes ambientes, de forma a criar uma fonte de vantagem competitiva para suas empresas. Em Parintins/AM, a questão da cultura empreendedora é muito forte entre os empreendedores criativos, pois durante o desenvolvimento da pesquisa notou-se que a todo instante procuram inovar seus produtos buscando sempre chamar a atenção de seus clientes, além de ter como objetivo principal a produção de produtos de qualidade visando atender as necessidades e expectativa dos clientes.

Essas características são comuns nos empreendedores artesãos, sendo que cada um tem sua particularidade, mas o fator cultura empreendedora os tornam comum, pois compartilham do mesmo ambiente e conseguem lidar com a diversidade de grupos, aproveitando a cada momento as oportunidades oferecidas.

Para Dreher (2004) a cultura empreendedora é a essência do empreendedorismo, uma vez que é caracterizada pela concentração de duas ou mais formas de empreendedorismo, quais sejam: perfil empreendedor; gestão empreendedora; intra-empreendedorismo; empreendedorismo coletivo, características que podem ser percebidas com facilidade quando se refere aos artesãos Parintinenses.

Diante do exposto, é notável que a cultura empreendedora é um achado para o desenvolvimento de pequenos negócios, pois é um diferencial competitivo para os empreendedores que almejam ser bem-sucedidos na criação e desenvolvimento de seus empreendimentos. No tópico seguinte será abordado especificamente sobre o empreendedorismo e sua importância para sustentação da economia no contexto global.

3.3 EMPREENDEDORISMO

Empreendedorismo é uma questão que está presente em discussão no âmbito mundial, levando em consideração que o crescimento populacional exige uma atitude empreendedora para sanar as necessidades de uma sociedade, partindo desse pressuposto, nota-se que o empreendedorismo cresce em grande proporção em todo universo, principalmente em países em desenvolvimento.

A partir desta realidade, o Brasil vem se destacando como um dos países em que a atitude empreendedora é a que mais cresce no mundo. Essa atividade torna-se relevante, pois proporciona melhor qualidade de vida para as pessoas do ponto de vista social, além de contribuir com desenvolvimento econômico do ecossistema de onde está inserido.

Mais é no momento de crise que aparecem as oportunidades, e é nessa hora que o papel do empreendedor é fundamental. Bygrave e Hofer (1991), dizem que empreendedor é alguém que identifica uma oportunidade e cria uma organização. Por sua vez, Drucker (2003) diz que o

Empreendedor sempre está buscando a mudança, reage a ela, e a explora como sendo uma oportunidade.

Chiavenato (2006), diz que empreendedor não é simplesmente o fundador de uma nova empresa ou mesmo de um novo negócio, mais do que isso, ele é a energia da economia, a alavanca dos recursos, o impulso de talentos, a dinâmica de ideias.

Para Leite (2000), empreendedorismo é a criação de valor por pessoas e organizações, trabalhando juntas para implementar uma ideia por meio da aplicação da criatividade, capacidade de transformar e o desejo de tomar aquilo que comumente se chamaria de risco.

Dolabela (2008) ainda acrescenta, o empreendedorismo não é um tema novo ou modismo: existe desde a primeira ação humana inovadora, com o objetivo de melhorar as relações do homem como os outros e com a natureza.

Após o período consolidação do empreendedorismo no mercado, passou então a se disseminar e ser praticado pelo mundo, chegando no Brasil e tomando força a partir dos anos de 1990, quando entidades como SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio Às Micros e Pequenas Empresas) e Softex (Sociedade Brasileira para exportação de Software) foram criadas. Em anos anteriores o país não possuía nenhum tipo de projeto, política pública ou órgão que pudesse incentivar a criação de empresas e auxiliá-las quando necessário.

Hoje no Brasil o SEBRAE é uma da entidade mais conhecidas e reconhecidas pelo pequeno empresário brasileiro, pois atua diretamente no fortalecimento dos empreendimentos em todo país, contribuindo significativamente para o fortalecimento da economia.

Conforme SEBRAE (2007), hoje os empreendedores já não são vistos apenas como provedores de mercadorias desinteressantes e que não são movidos unicamente por lucro a curto prazo. Ao contrário, são energizados que assumem riscos necessários em uma economia em crescimento e produtiva. São eles geradores de empregos, que introduzem inovações e estimulam o crescimento econômico, bem como contribuem significativamente para o desenvolvimento do país.

Por fim, tivemos uma visão panorâmica acerca do empreendedorismo no Brasil e sua importância para o crescimento do país, bem como as entidades que contribuíram para o sucesso da prática empreendedora. No parágrafo seguinte, no que tange a análise de resultados, será apresentado como se propaga o processo de reprodução de saberes acerca da cultura empreendedora entre os empreendedores assessorados pela incubadora Amazonas Indígena criativa-AmIC em Parintins/AM.

4. ANÁLISE DOS RESULTADOS

4.1 A REPRODUÇÃO DOS SABERES ACERCA DA CULTURA EMPREENDEDORA

Os estudos sobre o homem e seu comportamento em sociedade vem ocorrendo desde a Antiguidade Clássica, através dos pensamentos de sábios filósofos gregos. Esses estudos sobre os indivíduos ainda são muito presentes nos dias atuais, pois ainda existem muitos campos a serem estudados para serem descobertos novos conhecimentos e conceitos acerca dos mesmos.

Em Parintins/AM, esse estudo buscou descobrir como é feita a passagem de conhecimento sobre a cultura empreendedora, e no decorrer da fase da coleta de dados em campo, verificou-se que esse conhecimento é passado de geração em geração, por meio dos ensinamentos apreendidos com antepassados.

Neste sentido, a cultura se mantém viva através das práticas e ensinamentos, que são promovidas a partir da confecção dos artesanatos e demais produtos que exaltam a cultura local, como é o caso dos colares, pulseira, anéis e a biojoia. Essas ações contribuem significativamente para a vida profissional dos envolvidos que fazem parte direta ou indiretamente de todo o processo produtivo, assim também como instigam a prática do empreendedorismo.

Dessa maneira, os saberes além de se manterem vivos e fazerem parte da cultura do povo parintinense, também se caracterizam como uma oportunidade de negócio e servem como base de sustento para a família dos artesãos a partir da produção e venda dos artesanatos, que em muitos dos casos são vendidos de maneira informal sem um local específico para comercialização.

Contudo, os empreendedores vinculados a AmIC que já possuem um empreendimento formalizado e uma produção em alguns períodos sazonais, mais elevadas, nesse caso tendo como destaque o festival folclórico de Parintins/AM. Esse festejo acontece no mês de junho e na temporada dos transatlânticos, instante em que a cidade tem uma demanda mais elevada de turistas, e, em consequência disso aumenta também as vendas dos artesanatos, de modo que a cultura do povo

local intermediada por meio dos artesanatos produzidos pelos artesãos é amplamente difundida e comercializado para o público estrangeiro e de demais regiões do Brasil.

Sobre a reprodução dos saberes, o empreendedor José Douglas de Oliveira, afirma:

Tudo que eu aprendi até hoje foi meu pai que me ensinou, meus artesanatos expressam a cultura do meu povo Sateré Mawé, mas é claro que com o passar do tempo fui aperfeiçoando minhas técnicas de produção. Hoje já me sinto um artesão mais completo e que domina perfeitamente outras técnicas de produção. Também ensino meus irmãos mais novos, que assim como meu pai me ensinou eu ensino outros para que não possamos perder a essência do conhecimento e produção de artesanatos.

Conforme o relato do empreendedor mencionado acima, é visivelmente identificado que há uma preocupação em repassar seus conhecimentos adquiridos e aperfeiçoados no decorrer de sua vida empreendedora e de artesão, de modo que elas possam ser reproduzidas por geração futuras, assim mantendo a essência da cultura seu povo, bem como da cultura empreendedora nela existente.

Portanto, evidenciou-se como ocorre o processo de reprodução dos saberes relacionados a cultura empreendedora difundidas pelos empreendedores. Em seguida será abordado sobre as características, desafios na produção e comercialização dos artesanatos em Parintins.

4.2 O ARTESANATO EM PARINTINS

Os artesãos de Parintins/AM apresentam em seu perfil características essenciais para o sucesso de seus empreendimentos. É evidente o desempenho e sucesso destes trabalhadores a nível local, nacional e até mesmo internacional, visto seus produtos serem comercializados no período do Festival Folclórico dos Bumbás e alguns também na rota de navios turísticos que visitam o município em determinado período do ano.

A inovação e a criatividade são competências básicas dos artesãos ao elaborarem seus produtos, embora tenham algumas limitações quanto a mão de obra qualificada, pois trabalham com produtos que demanda habilidades e técnicas extremamente apuradas. Outro gargalo identificado nos empreendimentos é com relação a gestão dos negócios dos artesãos, eles ainda apresentam fragilidades, em especial na parte técnica e no gerenciamento de recursos materiais e financeiros.

Empreender é um grande desafio para qualquer indivíduo que deseja abrir seu próprio negócio, ainda mais quando não se tem um conhecimento bem ampliado com relação ao mercado que pretende atuar, assim aumentando seu risco de sobrevivência no mercado e diminuindo sua expectativa de sucesso. Dos empreendimentos pesquisados em sua maioria praticam o empreendedorismo por necessidade, por perceber em seu trabalho uma fonte de geração de renda para o sustento de sua família, sendo que não havia por parte deles um domínio de gerir seu próprio negócio a não ser o dom de produzir peças com traços da cultura local.

Os dados da pesquisa revelam que existe uma carência de conhecimento na área de gestão dessas microempresas, tendo como consequência os impactos diretamente nos resultados e faturamentos das organizações, levando às vezes a falência. Além disso, nota-se uma ausência significativa por parte do poder público municipal, que não promove nenhum tipo de política pública em benefício dessa classe, assim deixando-os à deriva com pouca ou nenhuma expectativa de melhoria de suas condições de trabalho e vida.

Segundo Lopes e Amaral (2008), políticas públicas podem ser definidas como um conjunto de ações e decisões do governo, voltadas para a solução (ou não) de problemas da sociedade. Dito de outra forma, é a totalidade de ações, metas e planos que os governos (nacionais, estaduais ou municipais) traçam para alcançar o bem-estar da sociedade e o interesse público.

Ações e programas voltados para o desenvolvimento do empreendedorismo ainda são destinados a uma pequena parcela de empreendedores, estando mais situados nas grandes cidades e capitais do país. No interior do Estado do Amazonas, essas ações ainda são desenvolvidas a passos largos, e que sem perspectiva de um investimento mais significativo os próprios artesãos tomam as iniciativas que julgam necessárias para o seu aprimoramento, trabalhando de forma conjunta.

No período que acontece o festival folclórico, onde a cidade recebe turistas de diversas regiões do Brasil, como também de outros países, torna-se um momento oportuno para os artesãos

comercializarem seus produtos e ter maior faturamento, pois é a época em que a economia da cidade se mostra mais aquecida. Fora esse período os empreendedores dependem das próprias iniciativas e dos próprios recursos para buscar novidades e produtos inéditos para atender a demanda dos clientes. K. Silva Artesã afirma:

O único incentivo que a gente tem é no período do Festival, que vem a SETRAB (Secretaria do Trabalho do Estado do Amazonas), traz o Shopping Catedral, coloca os artesãos lá, naquilo lá, pra vender seus produtos, e nós somos uns dos que se destacam bastante nisso, mas isso é só no período do Festival, incentivo do governo assim, só pelo período do festival.

É preciso que o Gestor Público local aliado com o SEBRAE, Institutos e Universidades promova um conjunto de ações direcionadas a incentivos aos jovens desde o período escolar a produzirem ideias inovadoras e criativas, fomentando o empreendedorismo local, além do que criar estratégias para que os empreendedores criativos não fiquem reféns de apenas um festival, mas para ter continuidade durante todo o ano, para isso é necessário abrir novos mercados e oportunidades.

Apesar das situações adversas e o atual cenário que todos os seguimentos vivenciam atualmente, na execução da pesquisa constatou-se que o ramo do artesanato, destaque para os empreendedores ligados a incubadora, que vem não só se sobressaindo dos demais segmentos de mercado, como também contribuindo para o desenvolvimento econômico do município.

Por fim, é possível verificar os desafios enfrentados pelos empreendedores para desempenharem suas atividades na produção, assim como comercializar seus produtos de forma mais efetiva. Em seguida, será abordado sobre a criação das incubadoras de empresas no Brasil e suas contribuições para o crescimento do empreendedorismo e da sobrevivência das empresas no país.

4.3 O MOVIMENTO DAS INCUBADORAS DE EMPRESAS NO BRASIL

O surgimento das incubadoras de empresas no Brasil possui uma história recente ainda em fase de construção, pois diferente de outros países os trabalhos desenvolvidos em parceria com incubadoras vêm sendo ampliado gradativamente, de forma que as regiões mais descentralizadas dos grandes centros urbanos também estão sendo beneficiadas a partir criação de novos projetos que visam implantar centros de apoio a empreendimentos dando possibilidades de adentrarem ao mercado com um conhecimento mais ampliado acerca de seus negócios, bem como sabendo lidar com os fatores internos e externos que afligem as empresas, principalmente em seus primeiros anos de atuação.

Segundo relatório do SEBRAE elaborado por meio de pesquisa realizada no período de julho a agosto de 2016, demonstrou um aumento no índice de sobrevivência das empresas nos seus primeiros dois anos de vida, para empresas que foram criadas entre 2008 e 2012. A taxa de sobrevivência média passou de 54,2% (empresas criadas em 2008) para 76,6% (empresas Criadas em 2012). Entre os fatores que levaram a esse resultado, destacam-se: a expansão do Microempreendedor Individual (MEI) e o aumento do PIB brasileiro no período, e dessa forma podemos também levar em conta a participação das incubadoras de empresas que atuam em todas as regiões do Brasil, tanto nas capitais quanto nos municípios.

Assim, as incubadoras passaram a ser criadas a partir das iniciativas do CNPq, na década de 1980, período de implantação do primeiro Programa de Parques Tecnológicos no País. Esta ousada iniciativa foi responsável por difundir a noção de empreendedorismo inovador no Brasil, visto ter uma ideia voltada para o campo tecnológico, ou seja, uma vertente que na época ainda era apenas uma expectativa, mas que seria uma realidade no futuro próximo. Em primeiro momento, as incubadoras tinham um olhar focado mais para os setores de alto rendimento os quais envolviam elevados conhecimentos científicos voltados para tecnologia, como por exemplo, informática, biotecnologia, desenvolvimento de sistemas.

Denominadas incubadoras de empresas de base tecnológicas, ou incubadoras tecnológicas, tinham como objetivo a criação de empresas com potencial de levar ao mercado ideias, produtos e serviços e novas tendências tecnológicas. Mas, para tanto, atualmente além do objetivo inicial, elas têm a missão de contribuir para o desenvolvimento local e regional, desse modo ampliando espaço para criação de novos segmentos de incubadoras os quais são: Tecnológica, Mista, Cultural, Tradicional, Social, Agroindustrial, Serviços e por fim um novo segmento a qual denomina-se incubadora empreendimentos criativos, onde a incubadora Amazonas Indígena Criativa – AmIC está inserida.

4.4 INCUBADORA AMAZONAS INDÍGENA CRIATIVA - AmIC

A incubadora Amazonas Indígena Criativa-AmIC é um projeto vinculado a Universidade Federal do Amazonas, campus Parintins. Sua sede está localizada à Rua Alberto Mendes, nº 2182, Bairro de Palmares. Atua no sentido de desenvolver, potencializar e assessorar empreendimentos de cunho criativo e inovador residentes no Baixo Amazonas, faz parte da rede de Incubadoras Brasil Criativo, sendo esses centros de inovação, empreendedorismo, formação, fomento e promoção a novos empreendimentos.

São espaços de convívio e interação multisetorial entre empreendedores criativos e multisetorial que reúne governos, bancos, universidades, sistemas e sociedade civil, promovendo o compartilhamento de experiências e fortalecimento de redes e coletivos. Como principal parceiro o Ministério da Cultura (Governo Federal) e está inserido no segmento da Economia Criativa.

As Incubadoras Brasil Criativo ofertam aos agentes culturais cursos e consultorias, planejamento estratégico, assessoria contábil, jurídica e de comunicação, marketing, elaboração de projetos e captação de recursos, e acompanhamento contínuo. As incubadoras sediam balcões de crédito, formalização, formação técnica e realização de cursos. As atividades são desenvolvidas por equipes locais, em diálogo com as potencialidades criativas de cada região.

Nesse contexto, a incubadora AmIC vem desenvolvendo trabalhos juntos aos quatro empreendedores assessorados, prestando serviços do sentido de orientação, curso de capacitação, planejamento financeiro, planejamento estratégico, além de criação de planos de negócios que visam o melhor desempenho dos empreendimentos, bem como a formalização dos mesmos. Essas ações promovidas pela incubadora, possibilita dar maior visibilidade aos negócios colocando-os em um nível de mais destaque com relação aos demais artesãos existentes no município de Parintins/Am.

No quadro abaixo, representa os eventos que os empreendedores participaram no período de novembro de 2016 a abril de 2017.

Quadro 1-

Evento	Local	Ações
Conferência Amazônica de Empreendimentos Inovadores - CAEI	STUDIO 5/ Manaus-AM.	Exposição e comercialização de produtos.
Ação Social Coletivo Arte Cidadã	Espaço São Sebastião/ Parintins-AM.	Exposição de vendas de produtos.
IV Encontro Brasileiro de Pesquisa em Cultura - EBPC	Praça do Congresso/ Centro Histórico de Manaus-AM.	Exposição, vendas e Network.

Fonte: Pesquisa de campo, 2016/2017.

No momento, a AmIC atua somente na sede no município de Parintins/AM, embora tenha como objetivo futuro atender empreendimentos com potenciais criativos residentes em outros municípios do Baixo Amazonas, visto que o projeto tem a proposta de atender as sete cidades dessa região, sendo: Parintins (sede da incubadora), Nhamundá, Maués, Barreirinha, Boa Vista do Ramos, São Sebastião do Uatumã e Urucará.

Desde sua criação, a incubadora já demonstrou resultados satisfatórios na vida dos empreendedores, assim como, no andamento de seus negócios, pois os proprietários alegam que houve uma mudança extraordinária a partir do momento em que a AmIC passou a fazer por meio de suas ações estratégicas de desenvolvimento empresarial. Marivaldo Martins Martins, proprietário do empreendimento “Martins Artesanato”, ressalta:

[...] Antes de entrar na incubadora, não tinha muita noção de negócios e como administrar uma empresa, focava mais no que eu sabia fazer, que era os produtos. Quando entrei, na hora a incubadora começou a agir, dando a mim e aos demais empreendedores capacitação por meio de oficinas e palestras sobre muito temas. Tivemos até aula de inglês. Notei uma melhora significativa no que se refere a gestão do meu negócio agora.

A Incubadora Amazonas Indígena Criativa-AmIC apresenta um papel de suma importância no cenário parintinense, visto estimular o processo de criação e desenvolvimento dos micros e pequenos empreendimentos, e potencializar os negócios dos empreendedores locais.

Vale ressaltar que a incubadora AmIC também atua como uma organização de aprendizagem, ou seja, possui uma estrutura organizacional formada por discentes, técnicos e professores da Universidade Federal do Amazonas (UFAM). Assim, formando um ambiente propício para o desenvolvimento pessoal e profissional dos colaboradores, na oportunidade, os discentes e pesquisadores envolvidos direta ou indiretamente.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Em tempos hodiernos, empreender é uma ótima oportunidade para conseguir alcançar bons resultados econômicos, além de obter um significativo valor na sociedade, bem como criar e prospectar novas ideias de tal forma que torne o convívio em sociedade mais eficiente e com maior qualidade de vida em todos os aspectos.

No entanto, a cultura empreendedora apesar de ser um dos pontos fortes do povo parintinense, ainda é pouco difundida, com isso inibindo o potencial dessa atividade que certamente seria um potencial econômico do município. O empreendedorismo está mais atrelado a necessidade do que a oportunidade.

Apesar de todos os entraves e dificuldades a cultura empreendedora ainda continua a se propagar, mesmo que de forma tímida, através dos ensinamentos de pessoas que trabalham no segmento de artesanato, pois se preocupam em repassar conhecimentos práticos para gerações futuras, afim de essa forma manter-se presente na vida das pessoas.

Por fim, as ações da Incubadora AmIC contribuem significativamente para o desenvolvimento local e na propagação da cultura empreendedora, visto aplicar de forma planejada e contundente as práticas de gestão de negócios, para que os empreendedores possam administrar suas empresas da forma melhor forma possível, podendo aplicar todos a ensinamentos por ela repassado.

REFERÊNCIAS

- BARRETO, L. P. (1998). **Educação para o empreendedorismo**: *Educação Brasileira*, 20(41), pp. 189-197.
- BYGRAVE, W.D., HOFER, C.W., Theorizing about entrepreneurship. **Entrepreneurship, Theory and Practice**, 16 (2), 13-22, 1991.
- CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo**: Dando asas ao espírito empreendedor. 1. Edição. São Paulo: Saraiva, 2006.
- CHUNG, L. H.; GIBBONS, P. T. **Corporate Entrepreneurship: the roles of ideology and social capital**. *Group & Organization Management*, Sage Publications, v. 22, n. 1, p. 10-30, 1997.
- DREHER, M. T. **Empreendedorismo e responsabilidade ambiental: uma abordagem de empreendimentos turísticos**. Tese (Doutorado em Engenharia da Produção) – Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2004.
- DRUKER, Peter F. **Inovação e espírito empreendedor (entrepreneurship)**: prática e princípios. São Paulo: Pioneira, 1987.
- DOLABELA, F. **Oficina do empreendedor**. São Paulo: Cultura, 1999.
- Fernando Dolabela. **O segredo de Luisa**. Rio de Janeiro: Sextante, 2008.
- DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo corporativo**: como ser empreendedor, inovar e se diferenciar na sua empresa. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.
- LEITE, E. **O Fenômeno do Empreendedorismo**. Recife, Bagaço, 2000.
- Lopes e Jefferson Ney Amaral; coordenação de Ricardo Wahrendoff Caldas – BH: SEBRAE/MG, 2008.
- OLIVEIRA, Braulio. **Gestão de Marketing**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2012.
- OLIVEIRA, Pêrsio Santos. **Introdução à Sociologia**. São Paulo, Ática, 2003.
- SEBRAE. **Disciplina de empreendedorismo**. São Paulo: Manual do aluno, 2007, 67p.
- POCHMANN, Márcio. **Ajuste econômico e desemprego recente no Brasil metropolitano**. Estud. av. vol.29 no.85 São Paulo Sept./Dec. 2015.
- Revista.Exame.abril.com.br/brasil-e-o-primeiro-em-ranking-de-empreendedorismo/. acessado em 10/05/2017, às 10:27h.
- Serviço Brasileiro de Apoio às Micros e Pequenas Empresas-SEBRAE. **Sobrevivência das Empresas no Brasil, Série Ambiente dos Pequenos Negócios**, 2016.
- TURNER, Jonathan H. **Sociologia Conceitos e Aplicações**. São Paulo: Ed Markon, 2000.
- <https://www.significados.com.br/cultura/>>acessado em 18/04/2017.