



APRESENTAÇÃO DE RESULTADOS DE
CONSULTORIA EM PESQUISA

ESTUDO DE POTENCIALIDADES ECONÔMICAS DO MUNICÍPIO DE AMAPÁ

NOVEMBRO 2021

SEBRAE

Presidente do Conselho Deliberativo Estadual

Luiz Iraçu Guimarães Colares

Diretor Superintendente

Waldeir Garcia Ribeiro

Diretora Técnica

Marciane Costa Espirito Santo

Diretor Administrativo e Financeiro

Marcell Houat Harb

Gerente da Unidade de Gestão Estratégica – UGE

Márcia Marinho Branco

Gestora de Pesquisa

Sandra da Gama Gomes

Consultoria Técnica

Una Consultoria Ltda.

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	04
2	METODOLOGIA.....	07
3	RESULTADOS.....	10
4	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	40

1 INTRODUÇÃO

O empreendedorismo é uma atividade que contribui de inúmeras formas para o desenvolvimento de uma sociedade. Além de gerar mais empregos, o empreendedorismo ajuda a desenvolver novas tecnologias e a criar produtos e serviços de valor para o mercado de consumo.

Um país sem emprego é um país sem dinheiro circulando, sem geração de riqueza. Ao criar um negócio, os empreendedores precisam de mão de obra e, portanto, abrem vagas de emprego.

De acordo com dados publicados pela Startse, considerando apenas os empreendedores iniciais que geraram pelo menos um emprego, eles foram responsáveis pela criação de aproximadamente 6,5 milhões de postos de trabalho, formalizados ou não, em 2018.

Só os pequenos negócios já somam mais de 6 milhões no país, respondendo por 52% da geração de empregos com carteira assinada no setor privado.

O Uber e o iFood, por exemplo, são a fonte de renda de quase 4 milhões de autônomos no Brasil. Para efeitos de comparação, se fossem reunidos em uma folha de pagamento, ela seria 35 vezes mais longa do que a de empresas gigantes e tradicionais, como Correios, por exemplo, que conta com quase 110 mil servidores.

No estado do Amapá, considerando a classificação em setores da economia, o setor terciário representa a maior importância para o estado, concentrando o maior número de empresas e a maioria dos postos de trabalho. O comércio concentra 15.235 empresas, seguido do setor de serviços com 12.056, indústria com 2.522 e construção civil com 1.926. A agropecuária representa 178 empresas no Amapá, de acordo com o DataSEBRAE (2021). O setor primário (agricultura, pecuária, extrativismo...) e o setor secundário (indústria) são as menores parcelas econômicas do estado do Amapá.

Em 2018, o Produto Interno Bruto do Amapá (PIB) representou a fatia de R\$ 17

bilhões, a 25ª posição entre as Unidades Federais. Já o PIB per capita ocupou a 16ª posição entre as UFs, com o número de R\$ 21.784,00.

O Amapá é uma unidade nova, que até a década de 90 concentrava menos de 290 mil habitantes; em 2021, o número ultrapassa a casa dos 800 mil moradores, sendo a maioria de habitantes que nasceram no estado, aproximadamente 74,5% de acordo com levantamentos do IBGE. O número crescente trouxe também mudanças no setor econômico do estado que, apesar do isolamento geográfico, está alinhado a grandes tendências tecnológicas e, também, foi afetado e modificado pela pandemia de Covid-19, seguindo o que ocorreu em grande parte do mundo.

Neste relatório, nos concentraremos no município de Amapá, com levantamento de informações a partir de dados primários e secundários, buscando obter uma melhor visão sobre o empreendedorismo local no ano de 2021 e projeções sobre as tendências para 2022.

O município de Amapá possui 9.187 habitantes e está localizado ao norte do Estado, distante 312 quilômetros da capital. O acesso é por via terrestre, através da BR-156, além de marítimo e aéreo.

Faz limite com os municípios de Calçoene (norte e oeste), Pracuúba (sul) e Oceano Atlântico (leste).

A cidade possui um PIB Per Capita de R\$ 15.202,70, e possui 159 empresas. Entre as atividades econômicas que se destacam está a pecuária, com ênfase para a criação de búfalos, e a pesca.

O nome do município de Amapá, assim como o do estado do Amapá, originou-se de uma espécie de árvore brasileira (amazônica) chamada amapazeiro, que possui um tronco volumoso, um metro de diâmetro na base, casca espessa, por onde escorre um abundante leite branco: o leite de Amapá. Os frutos, em formato de maçã, são bastante saborosos, entretanto, é na farmacopeia que o leite do Amapá tem maior aproveitamento. É utilizado para combater diversos males, dentre os quais a tuberculose e problemas gastrintestinais. Antigamente era comercializado,

embora em pequenas quantidades, até mesmo para o sul do país.

Quanto ao turismo, uma boa opção de passeio em Amapá é a Base Aérea, usada pelos Estados Unidos durante a Segunda Guerra Mundial. Atualmente, os restos de materiais e construções fazem com que o local seja uma espécie de museu a céu aberto.

O município de Amapá também é acesso à Cachoeira Grande – apesar da proximidade, o local pertence ao município de Calçoene. O espaço oferece um banho de águas cristalinas e de paisagem exuberante. No inverno, a água corrente cobre as centenas de pedras, que no verão são vistas e servem de caminho para atravessar a cachoeira.

2. METODOLOGIA

Ressaltamos que, conforme medidas de isolamento social devido à pandemia de Covid-19, as atividades de reuniões e encontros ocorreram via ferramentas de comunicação digitais, como chats e videoconferências, e quaisquer outros meios viáveis para a ação.

Para a coleta de dados em campo, foi dada preferência ao contato telefônico, sempre com alguém que se identifique com função de responsabilidade na empresa ou proprietário. Adicionalmente, realizamos visitas presenciais quando o contato por outros meios não foi possível ou eficaz. Essas medidas são adotadas como forma de segurança aos colaboradores e empresários frente à situação de Covid-19. Caso haja alteração nos decretos governamentais que interfiram na metodologia aqui descrita, seguiremos o que for determinado pelos decretos.

Universo a ser pesquisado

No Amapá, o número total de empresas formais registradas, de acordo com o DataSebrae (julho, 2021) é de 159, compondo o universo pesquisado neste estudo.

Amostra de Pesquisa

Em estatística e metodologia da pesquisa quantitativa, uma amostra é um conjunto de dados coletados e/ou selecionados de uma população estatística por um procedimento definido. Os elementos de uma amostra são conhecidos como pontos amostrais, unidades amostrais ou observações.

Tipicamente, a população é muito grande, portanto, fazer um censo ou uma enumeração completa de todos os valores na população é pouco prático ou impossível. A amostra geralmente representa um subconjunto de tamanho manejável. Amostras são coletadas e estatísticas são calculadas a partir das amostras, de modo que se possam fazer inferências ou extrapolações da amostra

à população.

No contexto da presente proposta, a amostra de dados será retirada da população (universo de pesquisa) de forma "sem reposição", ou seja, nenhum elemento pode ser selecionado mais de uma vez na mesma amostra.

Seguindo a recomendação enviada pela UGE, não foi necessária a realização dos cálculos amostrais exatos para a presente pesquisa. Nesse sentido, com base nos conhecimentos e experiência adquirida na realização de pesquisas anteriores, apontamos a formação geral quantitativa desta amostra estimada em 3% do universo pesquisado, representando proporcionalmente o quantitativo de empresas no município. Porém, considerando que o município pesquisado traz um número unitário baixo de empresas, aumentaremos essa amostra para até 5%, de forma a trazer uma representação maior ao se avaliar cada município individualmente. Assim, chegamos ao número de 08 empresas como amostra geral para este trabalho no Amapá estratificadas seguindo a proporção segmentada por porte das empresas. Assim, temos:

UNIVERSO: 159 empresas

AMOSTRA 5%: 08 empresas

AMOSTRA POR PORTE:

- ME: 03

- MEI: 04

- EPP: 00

- Demais (Média Empresa, Grande Empresa): 01

(DataSebrae, julho 2021)

Método de Coleta de Dados

Como método de coleta de dados, utilizamos a pesquisa por questionário, utilizando a plataforma fornecida pelo sistema *Google Forms*, sendo aplicado por meio de entrevistador (pesquisador de campo), de forma a facilitar a coleta, registro e tabulação desses dados.

Em ocasiões de impossibilidade de acesso à internet, a coleta será feita por meio de questionário impresso, idêntico ao eletrônico, para posterior transcrição dos dados coletados para o sistema Google.

3 RESULTADOS MUNICÍPIO DE AMAPÁ

PESQUISA DE DADOS SECUNDÁRIOS

Habitantes: 9.187 pessoas (IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de População e Indicadores Sociais, Estimativas da população residente com data de referência 1o de julho de 2020)

PIB per capita: R\$ 15.202,70 (IBGE, em parceria com os Órgãos Estaduais de Estatística, Secretarias Estaduais de Governo e Superintendência da Zona Franca de Manaus – SUFRAMA, 2018)

Principal fontes de renda: Administração Pública (Pesquisa PIB dos Municípios 2018, IBGE, em parceria com órgãos Estaduais de Estatística, Secretarias Estaduais de Governo e a Superintendência da Zona Franca de Manaus – Suframa)

Contexto Econômico:

O município de Amapá está localizado ao norte do Estado, distante 312 quilômetros da capital. O acesso é por via terrestre, através da BR-156, além de marítimo e aéreo. A região é atendida regularmente por linhas de ônibus que partem de Macapá.

Faz limite com os municípios de Calçoene (norte e oeste), Pracuúba (sul) e Oceano Atlântico (leste). Entre as atividades econômicas que se destacam está a pecuária, com ênfase para a criação de búfalos, e a pesca.

O nome do município de Amapá, assim como o do Estado do Amapá, originou-se de uma espécie de árvore brasileira (amazônica) chamada amapazeiro, que possui um tronco volumoso, um metro de diâmetro na base, casca espessa, por onde escorre um abundante leite branco: o leite de Amapá. Os frutos, em formato de maçã, são bastante saborosos, entretanto, é na farmacopeia que o leite do Amapá tem maior aproveitamento. É utilizado para combater diversos males, dentre os quais a tuberculose e problemas gastrintestinais. Antigamente era comercializado, embora em pequenas quantidades, até mesmo para o sul do país.

Uma boa opção de passeio em Amapá é a Base Aérea, usada pelos Estados

Unidos durante a Segunda Guerra Mundial. Atualmente, os restos de materiais e construções fazem com que o local seja uma espécie de museu a céu aberto.

O município de Amapá também é acesso à Cachoeira Grande – apesar da proximidade, o local pertence ao município de Calçoene. O espaço oferece um banho de águas cristalinas e de paisagem exuberante. No inverno, a água corrente cobre as centenas de pedras, que no verão são vistas e servem de caminho para atravessar a cachoeira.

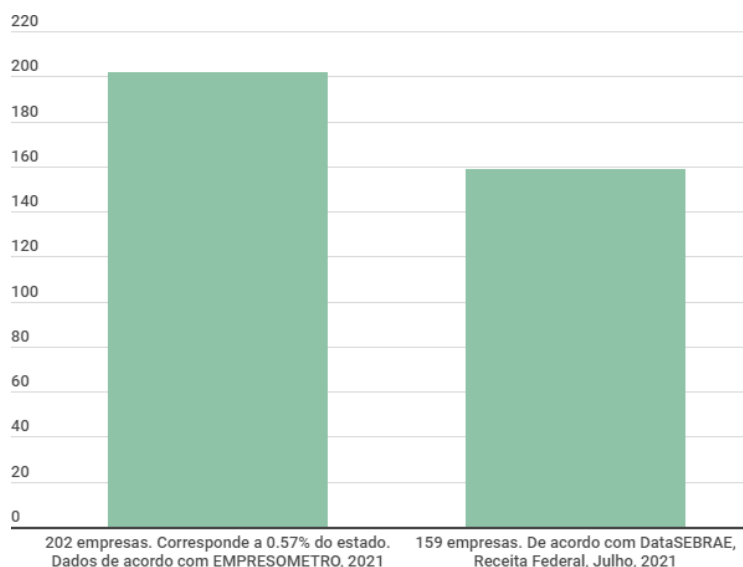
Fonte: Governo do Estado do Amapá (<https://www.portal.ap.gov.br/conheca/>)

Educação:

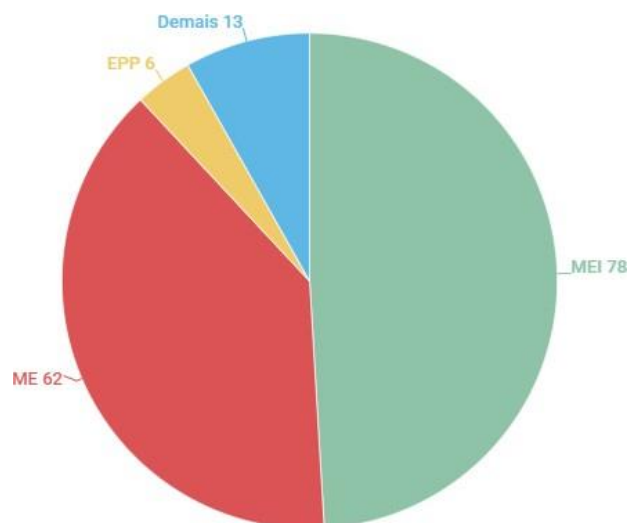
	Escolas	Número de alunos matriculados	Número de professores
Ensino Fundamental	18	1.668	
Ensino médio	1	451	118

Fonte: INSTITUTO NACIONAL DE ESTUDOS E PESQUISAS EDUCACIONAIS ANÍSIO TEIXEIRA. Sinopse Estatística da Educação Básica 2018. Brasília: Inep, 2019. Disponível em <http://portal.inep.gov.br/sinopses-estatisticas-da-educacao-basica>.

Empresas:

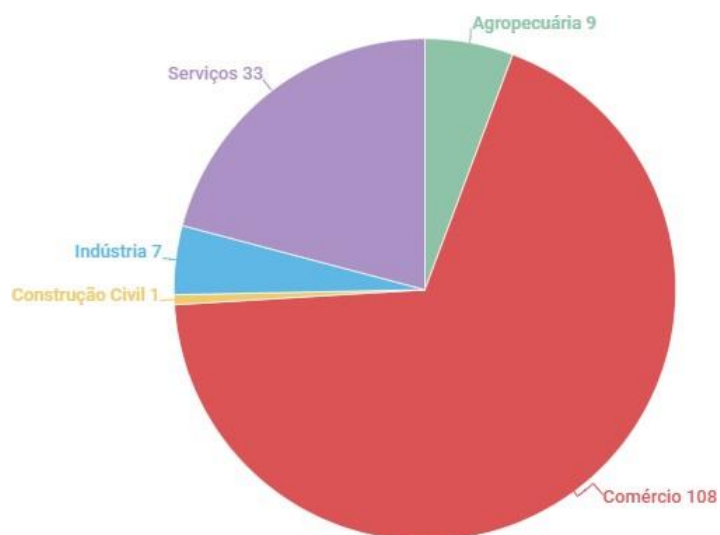


Empresas por porte:



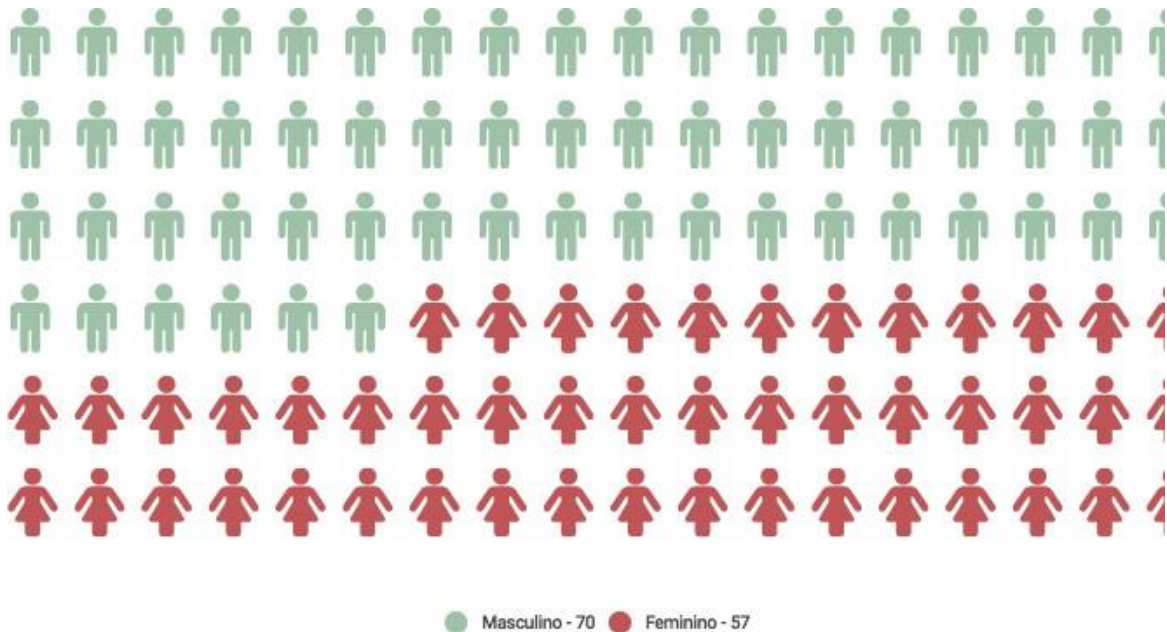
Fonte: Datasebrae, Receita Federal, julho, 2021 - Em "demais estão incluídas as médias e as grandes empresas e aquelas que não declararam o porte no momento da abertura

Empresas por setor:



Fonte: DataSEBRAE, Receita Federal, julho, 2021

MEI por gênero:



Fonte: Receita Federal, 2021

(<http://www22.receita.fazenda.gov.br/inscricaoemei/private/pages/relatorios/relatorioMunicipioCnaeSexo.jsf>)

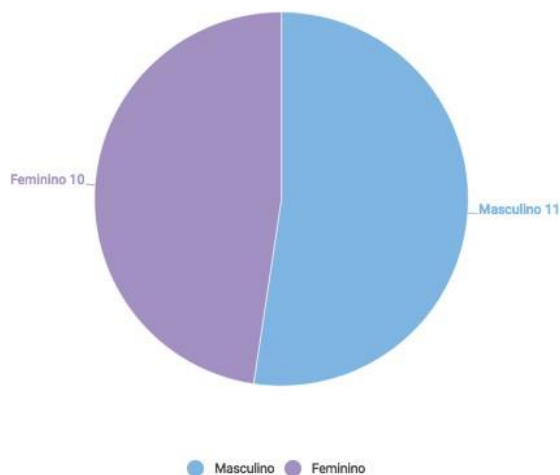
Número de empregos formais: 290– Fonte: CAGED,2019
(https://bi.mte.gov.br/bgcaged/caged_perfil_municipio/index.php)

Beneficiários do Bolsa Família: 5.834 pessoas Fonte: MDS, maio de 2021
(<https://aplicacoes.mds.gov.br/sagirmps/bolsafamilia/relatorio-completo.html>)

Principais CNAEs:

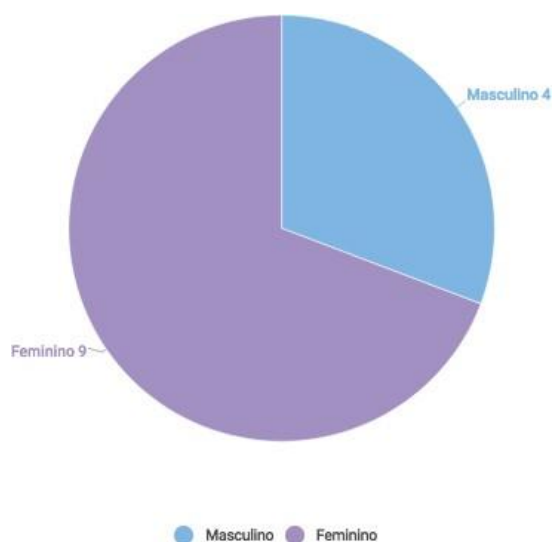
1. Comércio varejista de mercadorias em geral, com predominância de produtos alimentícios – minimercados, mercearias e armazéns – 28 estabelecimentos

MEI por gênero na CNAE:



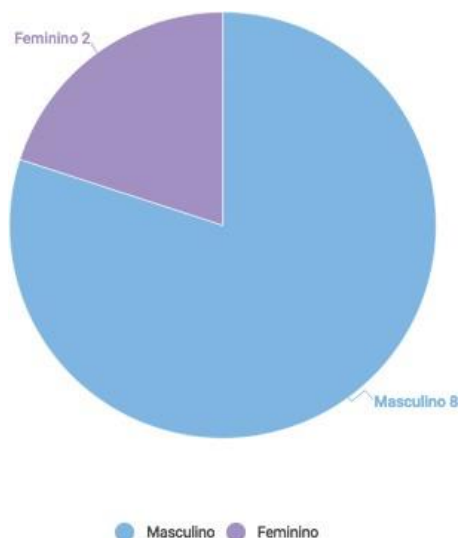
2. Comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios – 14 estabelecimentos

MEI por gênero na CNAE:



3. Comércio varejista de bebidas – 9 estabelecimentos

MEI por gênero na CNAE:



4. Comércio varejista de produtos farmacêuticos, sem manipulação de fórmulas – 4 estabelecimentos

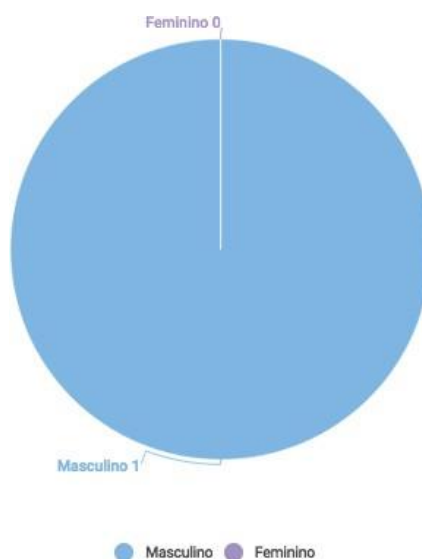
MEI por gênero na CNAE:

Masculino: 0

Feminino: 0

5. Comércio varejista especializado de eletrodomésticos e equipamentos de áudio e vídeo – 4 estabelecimentos

MEI por gênero na CNAE:

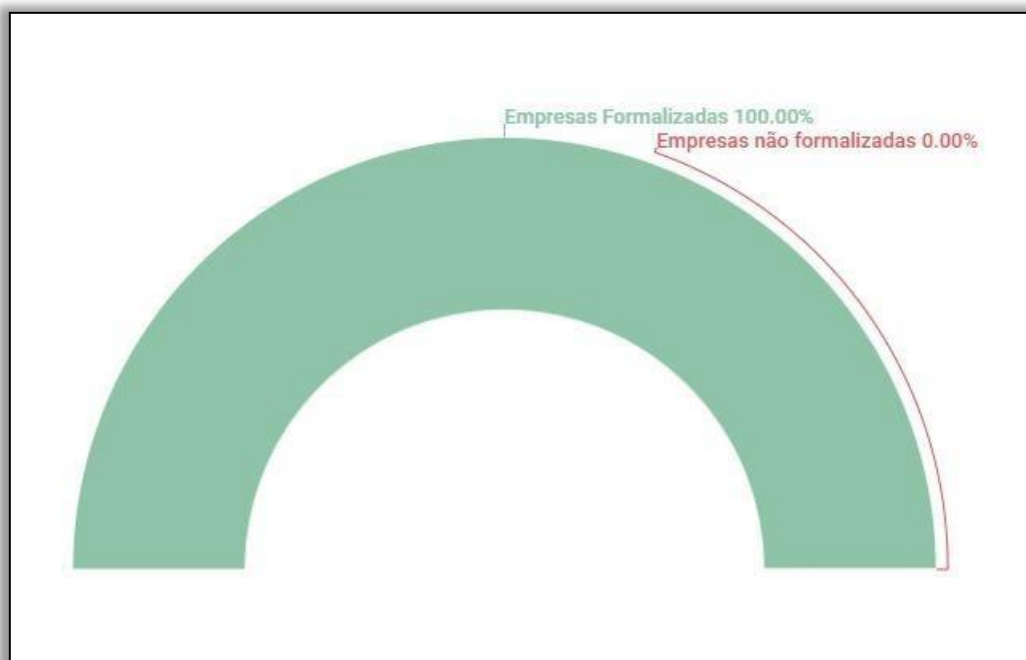


Fonte: (DataSEBRAE, Receita Federal, junho, 2021)

PESQUISA DE DADOS PRIMÁRIOS

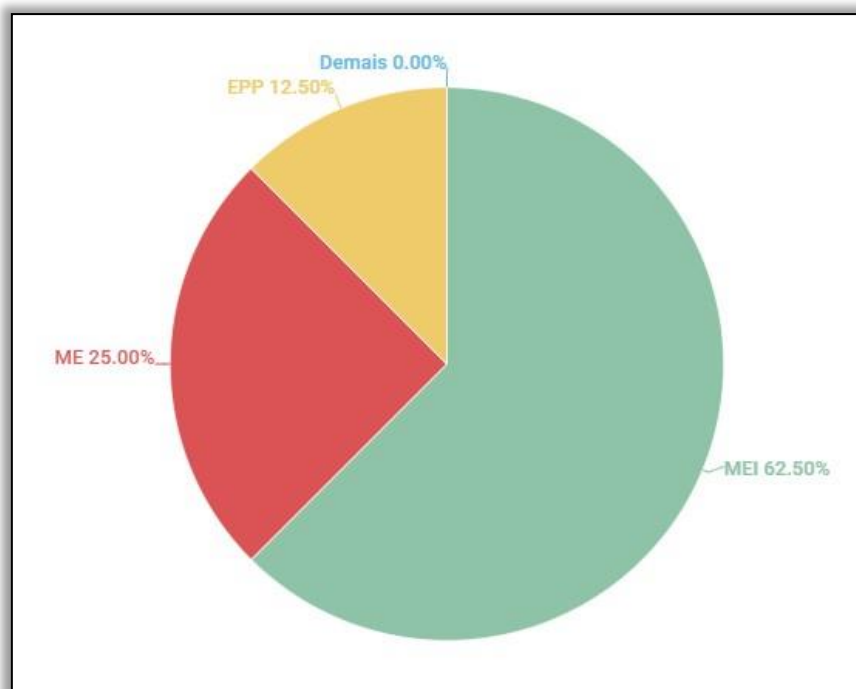
Seguindo a amostra para o município, participaram desta pesquisa 8 empresas, representando 5% do universo.

A empresa é formalizada?



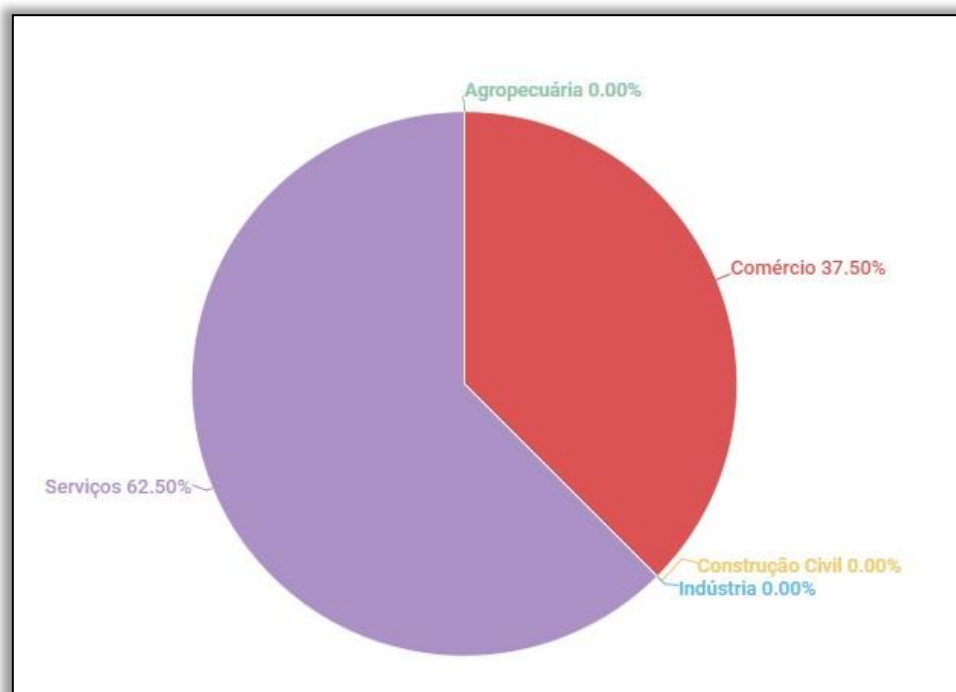
- Empresas formalizadas: 8
- Não formalizadas: 0

Porte da empresa:



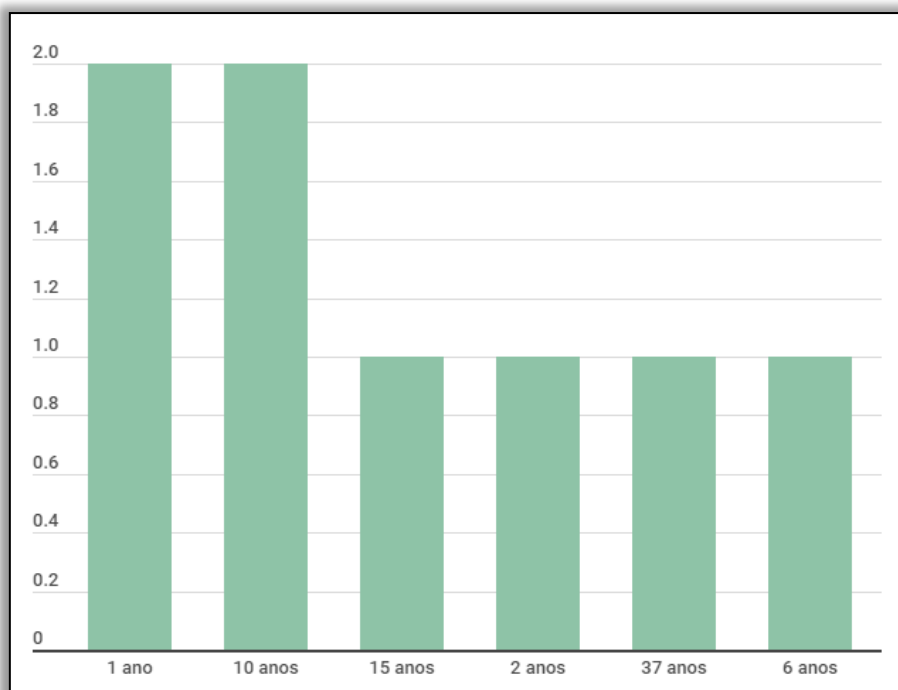
- MEI: 5
- ME: 2
- EPP: 1
- Demais: 0

Setor principal da empresa:



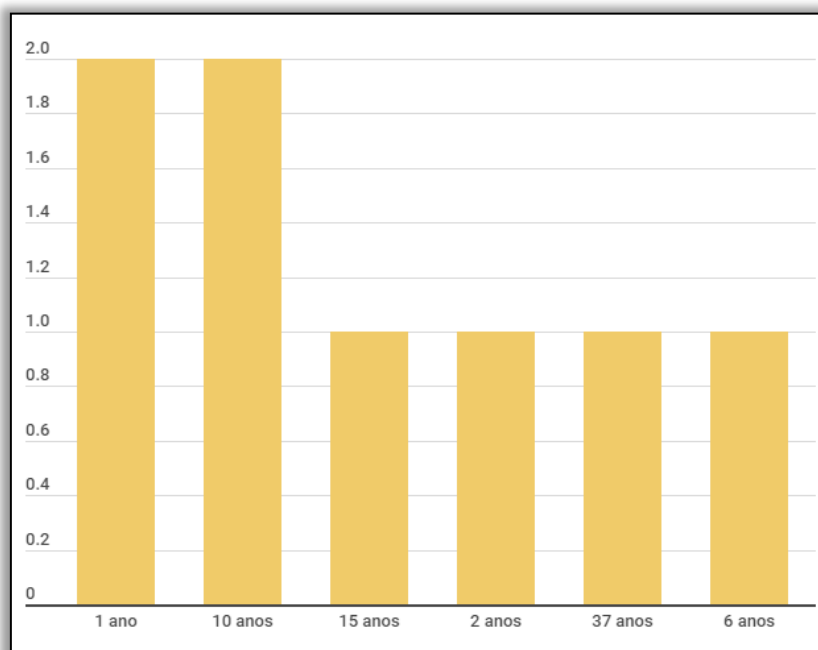
- Agropecuária: 0
- Indústria: 0
- Construção Civil: 0
- Serviços: 5
- Comércio: 3

Tempo de atividade:



- 1 ano: Duas empresas (25%)
- 10 anos: Duas empresas (25%)
- 15 anos: Uma empresa (12.5%)
- 2 anos: Uma empresa (12.5%)
- 37 anos: Uma empresa (12.5%)
- 6 anos: Uma empresa (12.5%)

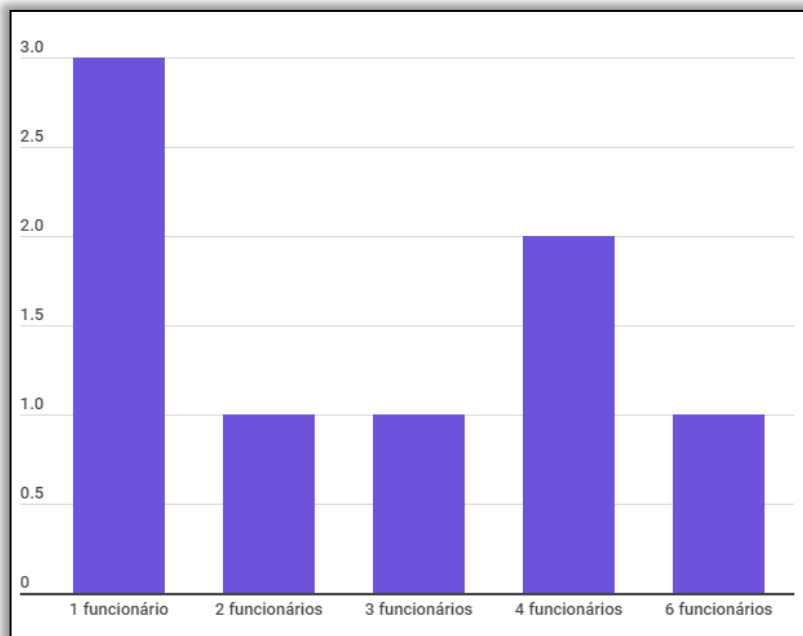
Tempo de formalização da empresa:



- 1 ano: Duas empresas (25%)
- 10 anos: Duas empresas (25%)

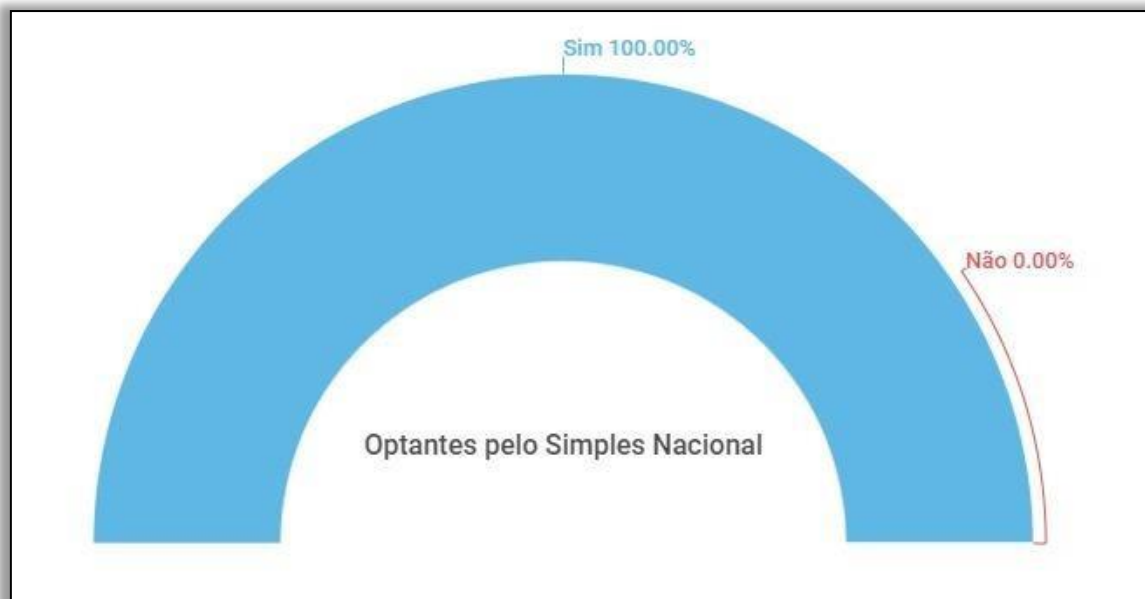
- 15 anos: Uma empresa (12.5%)
- 2 anos: Uma empresa (12.5%)
- 37 anos: Uma empresa (12.5%)
- 6 anos: Uma empresa (12.5%)

Número de pessoas empregadas pelo negócio:



- 1 funcionário: Três empresas (37.5%)
- 2 funcionários: Uma empresa (12.5%)
- 3 funcionários: Uma empresa (12.5%)
- 4 funcionários: Duas empresas (25%)
- 6 funcionários: Uma empresa (12.5%)

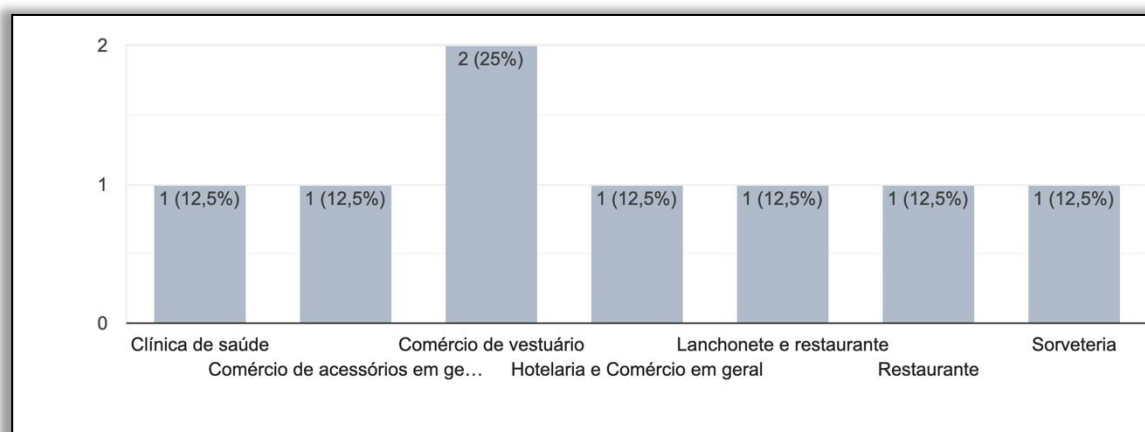
Optantes pelo Simples Nacional:



- Sim: 8 (100%)
- Não: 0

A opção tributária pelo Simples Nacional demonstra a importância de ações do governo federal para o fomento dos pequenos negócios e como essas ações fazem diferença na sobrevivência e desenvolvimento dos micro e pequenos negócios no país.

Atividade realizada:

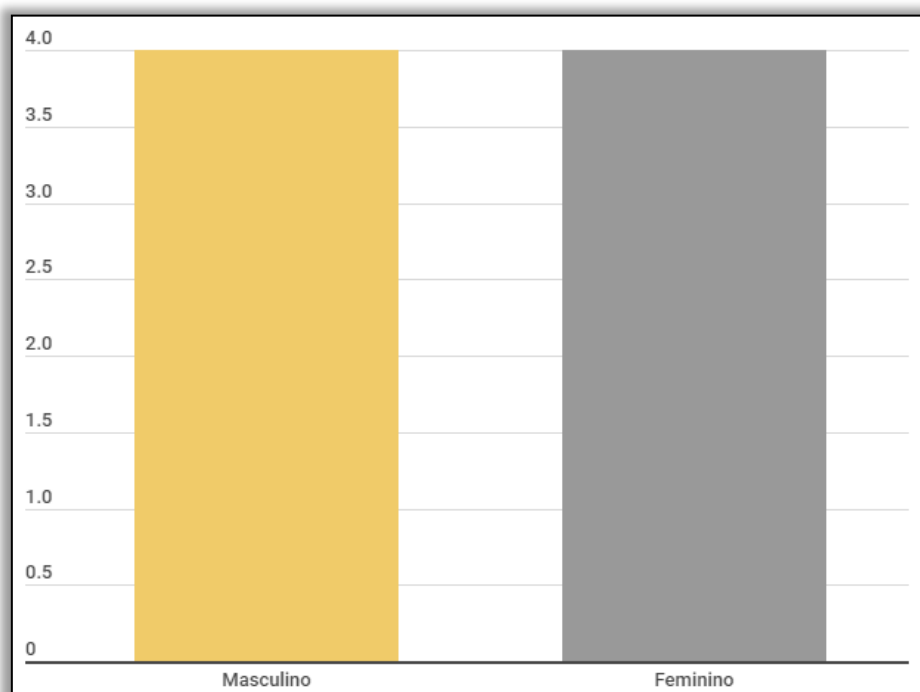


- Clínica de saúde: 1 (12.5%)
- Comércio de acessórios: 1 (12.5%)
- Comércio de vestuário: 2 (25%)
- Hotelaria: 1 (12.5%)
- Lanchonete e restaurante: 1 (12.5%)
- Restaurante: 1 (12.5%)
- Comércio varejista em geral: 1 (12.5%)

Nesse ponto, podemos observar a diversidade de atividades empresariais realizadas dentro da amostra pesquisada, o que garante maior participação desses segmentos na pesquisa, ampliando a representatividade de seus resultados.

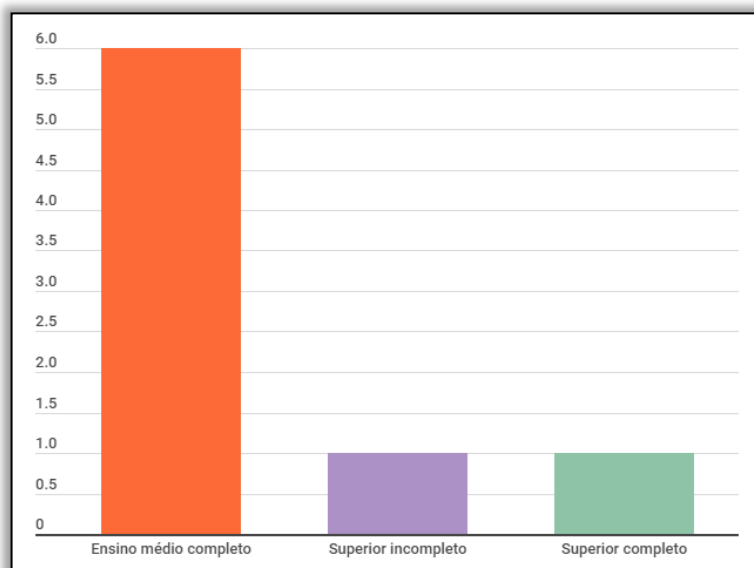
Na amostra, destacamos as atividades ligadas ao comércio, sendo “Comércio de vestuário” (25%), “Comércio de acessórios”: 1 (12.5%), “Comércio varejista em geral”: 1 (12.5%), que, somados, representam a metade das atividades mencionadas pelos respondentes.

Gênero:



- Masculino: 4 (50%)
- Feminino: 4 (50%)

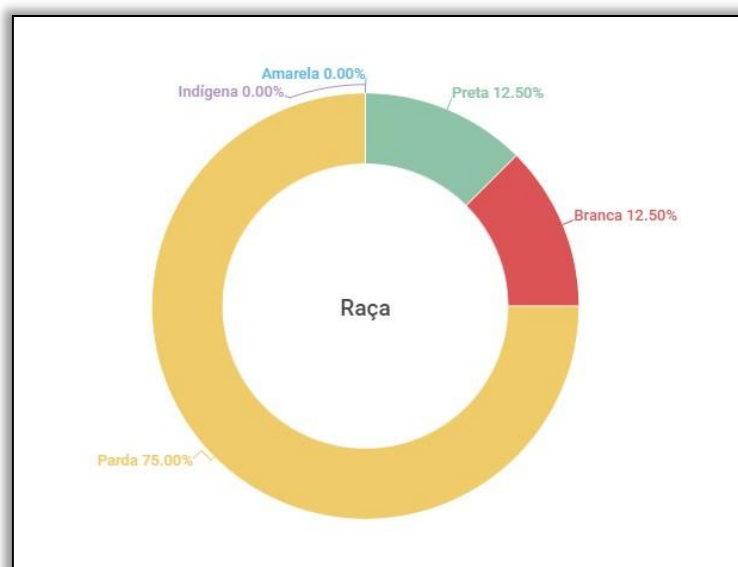
Escolaridade:



- Sem escolaridade: 0
- Ensino Fundamental Incompleto: 0
- Ensino Fundamental Completo: 0
- Ensino Médio Incompleto: 0
- Ensino Médio Completo: 6 (75%)
- Superior Incompleto: 1 (12.5%)
- Superior Completo: 1 (12.5%)
- Mestrado ou Doutorado: 0
- Não sei informar: 0

Com relação à escolaridade, o Nível Médio Completo representa a maioria significativa dos respondentes, com 75%.

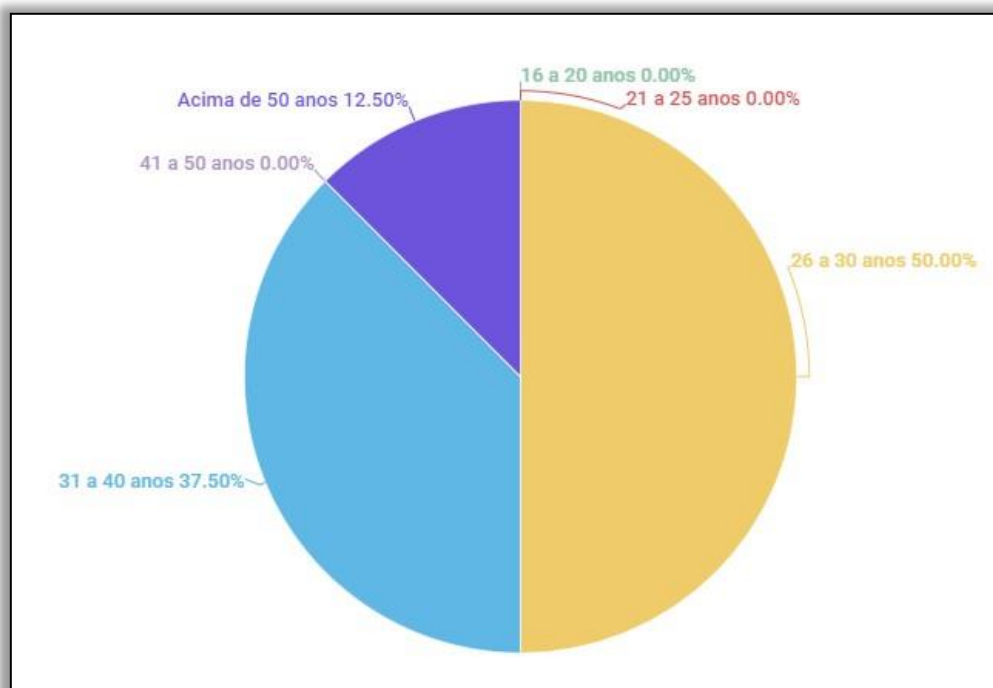
Raça:



- Preta: 1 (12.5%)
- Branca: 1 (12.5%)
- Parda: 6 (75%)
- Amarela: 0
- Indígena: 0

Com relação à classificação por raça entre os respondentes, a maioria se autodeclara Parda, representando 75% dos respondentes, o que representa $\frac{3}{4}$ da amostra.

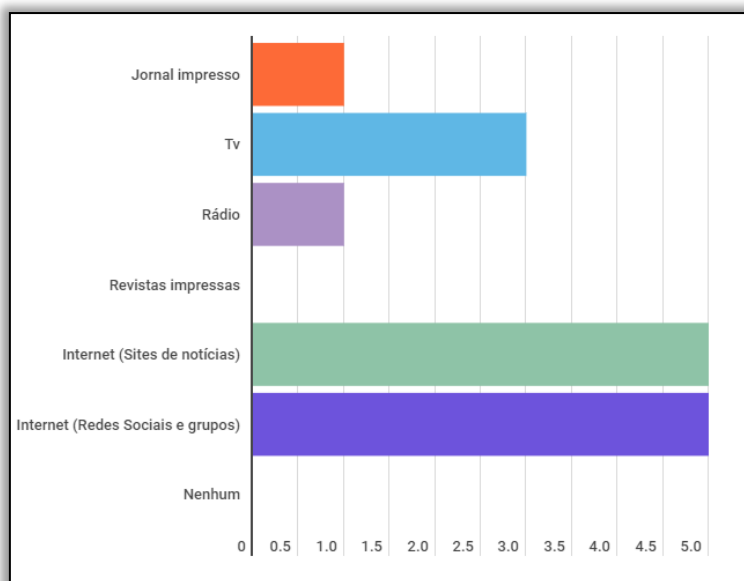
Faixa etária:



- 16 a 20 anos: 0
- 21 a 25 anos: 0
- 26 a 30 anos: 4 (50%)
- 31 a 40 anos: 3 (37.5%)
- 41 a 50 anos: 0
- Acima de 50 anos: 1 (12.5%)

Com relação à idade dos respondentes, as opções de 26 e 30 anos, e 31 a 40 anos, somam 87,5% dos empresários de Amapá, de acordo com a amostra. Esse dado mostra a vocação da população de adultos jovens para o empreendedorismo no município, fator bastante positivo na economia.

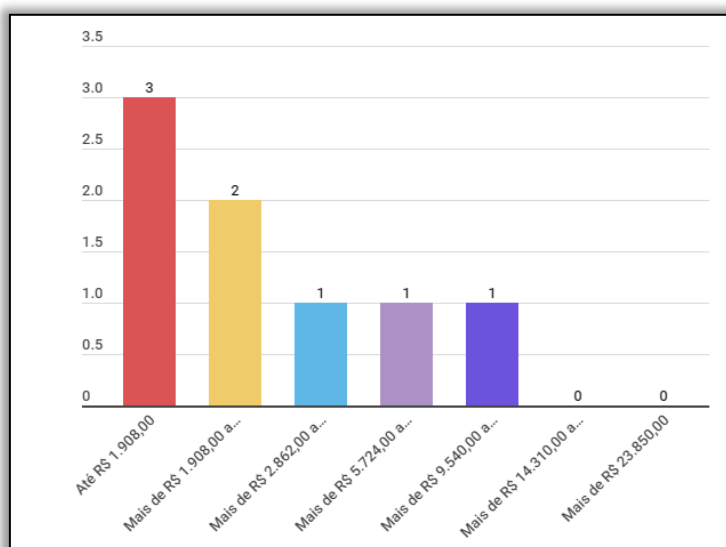
Meios utilizados para se manter informado:



- Jornal impresso: 1 (12,5%)
- TV: 3 (37,5%)
- Rádio: 1 (12,5%)
- Revistas impressas: 0
- Internet (sites de notícias): 5 (62,5%)
- Internet (redes sociais e grupos): 5 (62,5%)
- Nenhum: 0

Os empresários de Amapá possuem a Internet (62,5%) como o meio principal de informações atualmente, seguindo uma tendência da sociedade mundial.

Renda média familiar mensal originada do empreendimento:

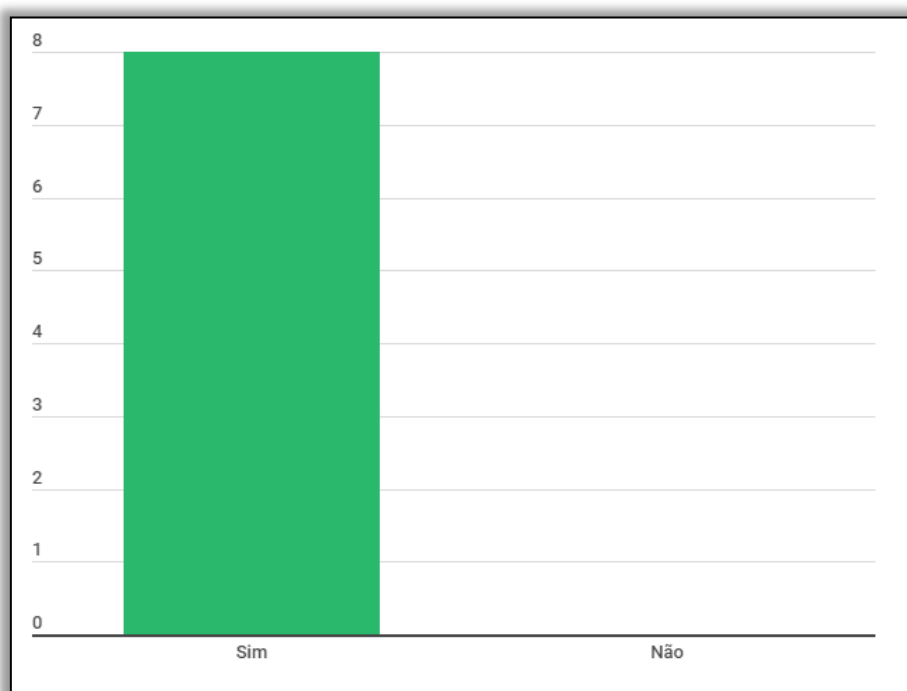


- Até R\$ 1.908,00: 3 (37,5%)

- Mais de R\$ 1.908,00 a 2.862,00: 2 (25%)
- Mais de R\$ 2.862,00 a 5.724,00: 1 (12.5%)
- Mais de R\$ 5.724,00 a R\$ 9.540,00: 1 (12.5%)
- Mais de R\$ 9.540,00 a 14.310,00: 1 (12.5%)
- Mais de R\$ 14.310,00 a 23.850,00: 0
- Mais de R\$ 23.850,00: 0

Neste ponto, percebemos uma predominância de renda mais baixa originada dos empreendimentos, com 62,5% da amostra recebendo menos de 2.862,00 mensais, provenientes de seu negócio.

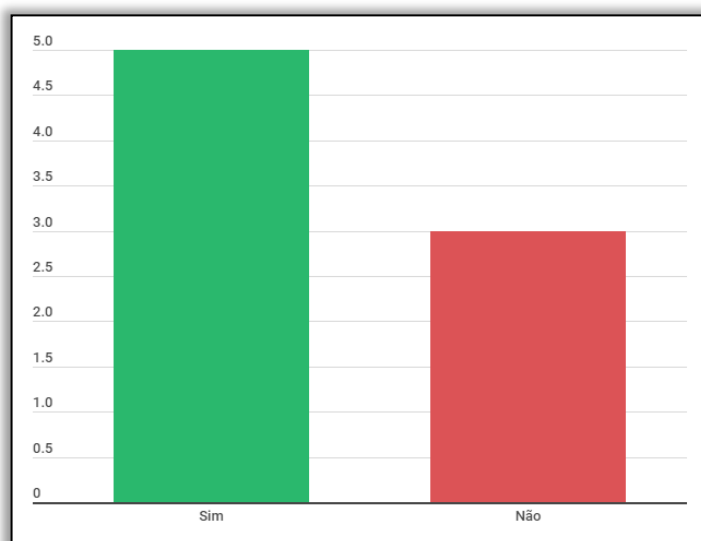
Satisfeitos com a localização:



- Sim: 14 (100%)
- Não: 0

Quanto à localização de seu negócio, a totalidade demonstra estar satisfeita.

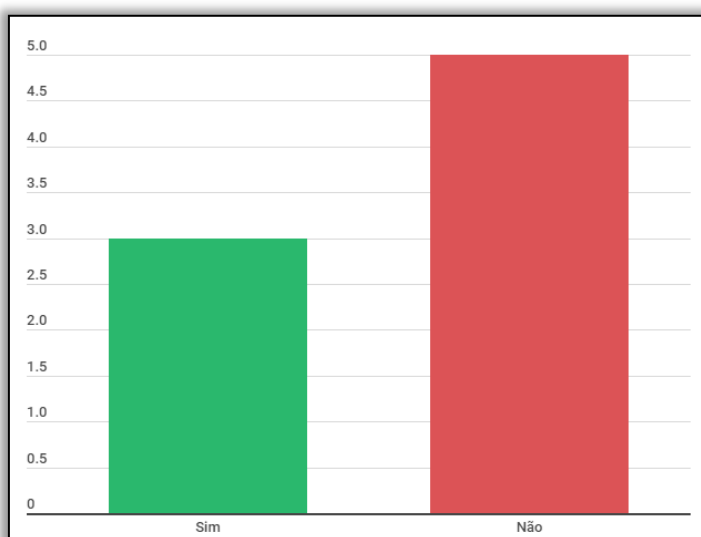
Satisfeitos com a estrutura física:



- Sim: 5 (62.5%)
- Não: 3 (37.5%)

Em relação à estrutura física, a maioria (62.5%) está satisfeita, mas vemos uma preocupação quanto à melhoria ou adequações nessa estrutura por parte de 37.5% (mais de 1/3) dos respondentes.

Satisfeitos com a presença na internet:

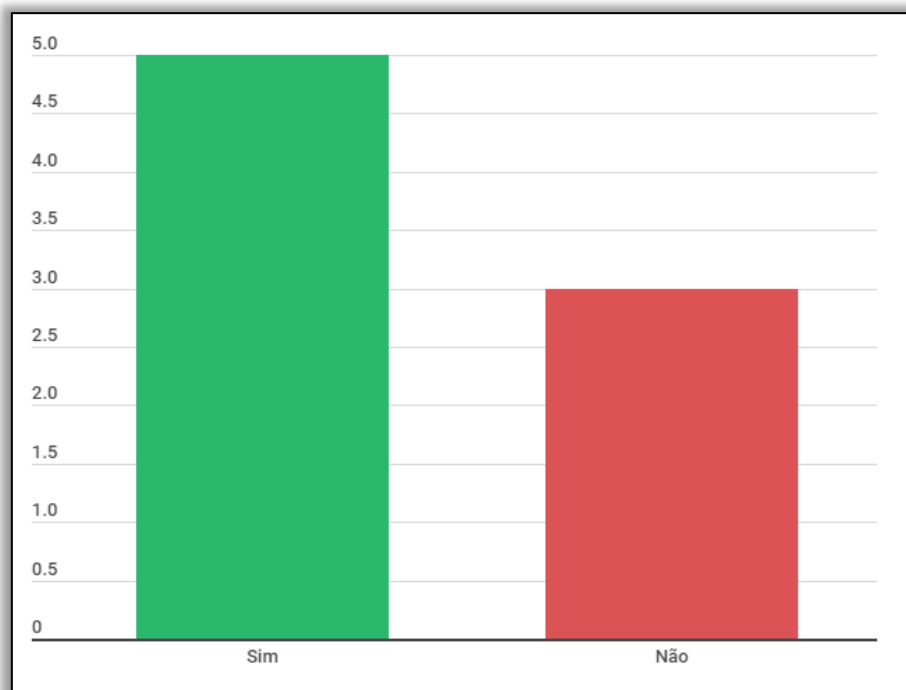


- Sim: 3 (37.5%)
- Não: 5 (62.5%)

Nesse ponto, percebemos uma insatisfação dos empreendedores quanto à presença de sua empresa na internet, com 62,5% declarando estarem insatisfeitos. Esse resultado pode apresentar um ponto importante de

investimento com ações para fomento à estruturação e uso do espaço virtual pelos empreendedores de Amapá.

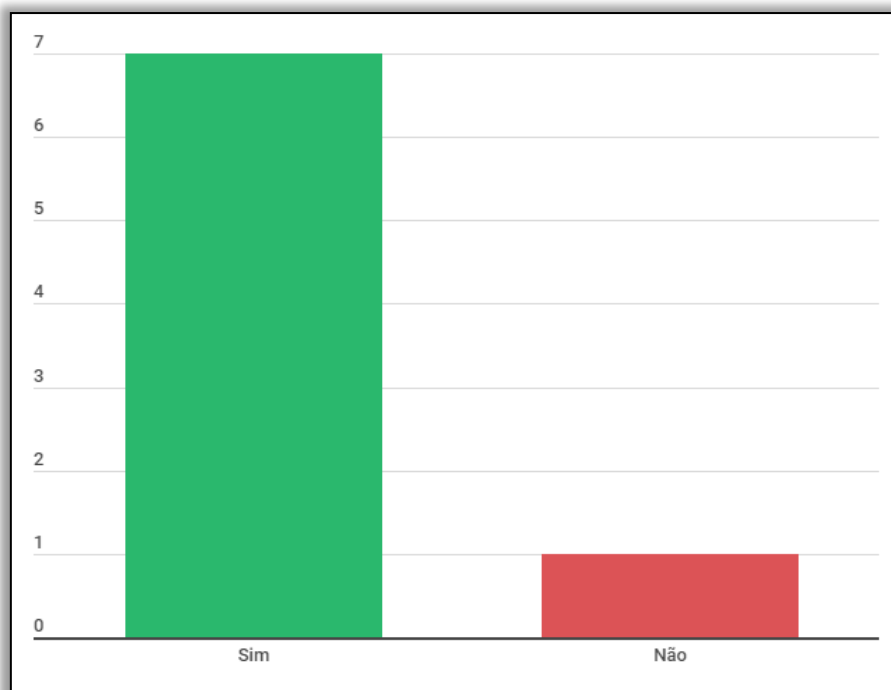
Satisfeitos com os equipamentos utilizados:



- Sim: 5 (62.5%)
- Não: 3 (37.5%)

Com relação aos equipamentos utilizados na empresa, de forma geral, a maioria demonstra satisfação, com 62,5% das respostas. Mas há uma boa quantidade de empresários preocupados com a melhoria de seus equipamentos (37.5%).

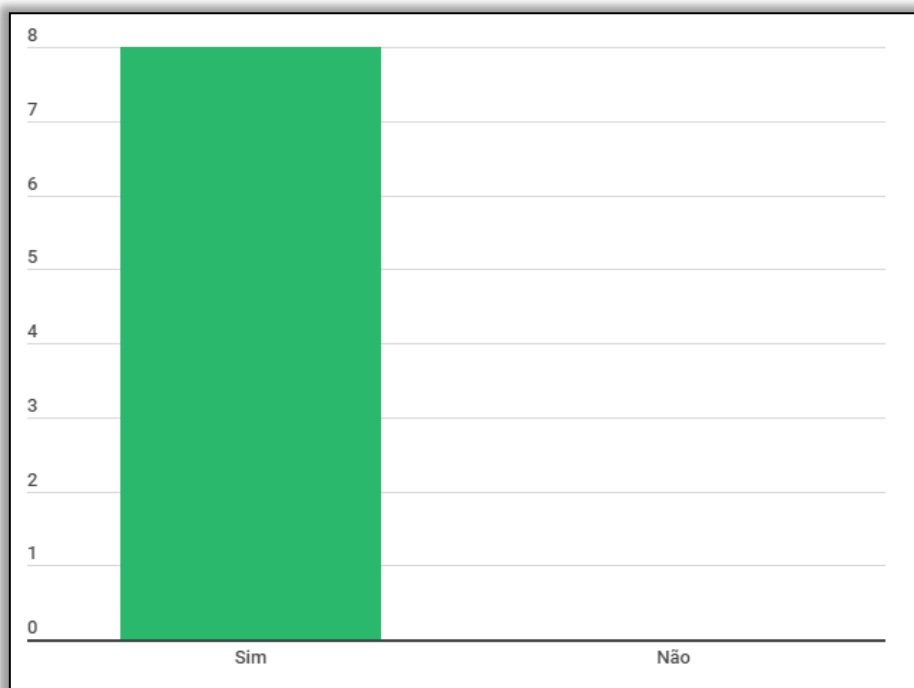
Satisfeitos com a exposição de produtos para clientes:



- Sim: 7 (87.5%)
- Não: 1 (12.5%)

Da mesma forma, a maioria diz estar satisfeita com relação à exposição dos seus produtos para os clientes, com 87,5% das respostas.

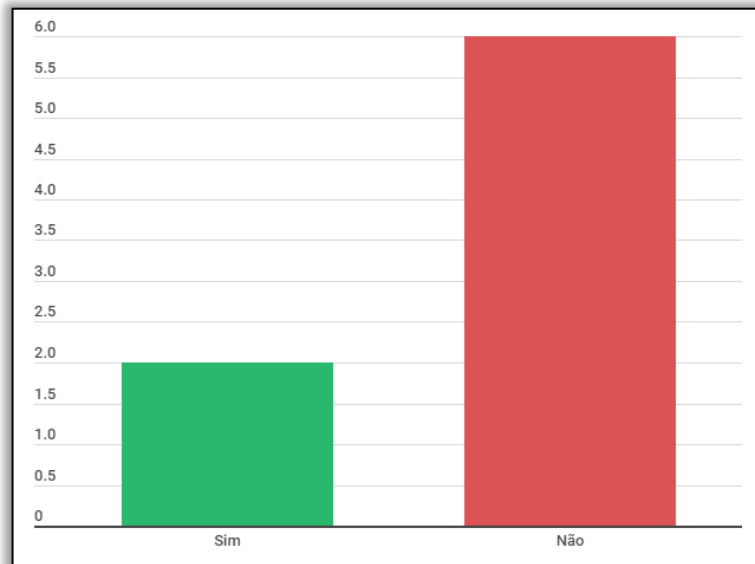
Satisfeitos com a organização de estoque:



- Sim: 8 (100%)
- Não: 0

Sobre o estoque, também não encontramos problemas para a totalidade dos respondentes.

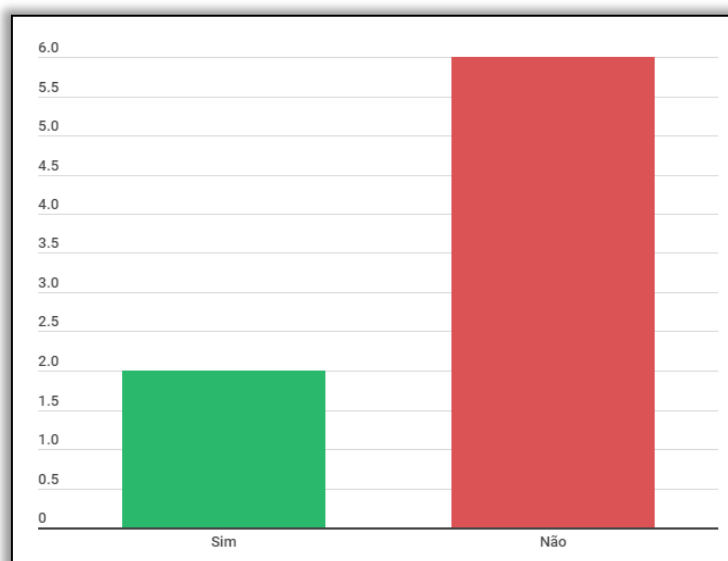
Satisfeitos com o resultado das vendas nos últimos 12 meses:



- Sim: 2 (25%)
- Não: 6 (75%)

Neste ponto, percebemos a insatisfação com relação às vendas nos últimos 12 meses, com 75% das respostas negativas, provavelmente provocadas pela crise do Coronavírus, de repercussão mundial.

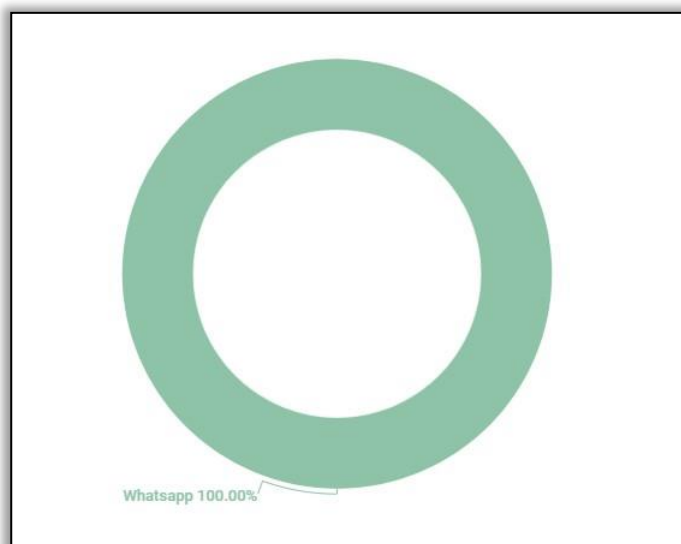
É utilizado algum aplicativo para ajudar nas vendas:



- Sim: 2 (25%)
- Não: 6 (75%)

Detalhando o uso de tecnologia pelos empresários, observamos que a maioria (75%), 2/3 deles, afirma não utilizar nenhum aplicativo que possa auxiliar em suas vendas. Acreditamos que este seja um ponto interessante de auxílio no fomento às vendas em Amapá.

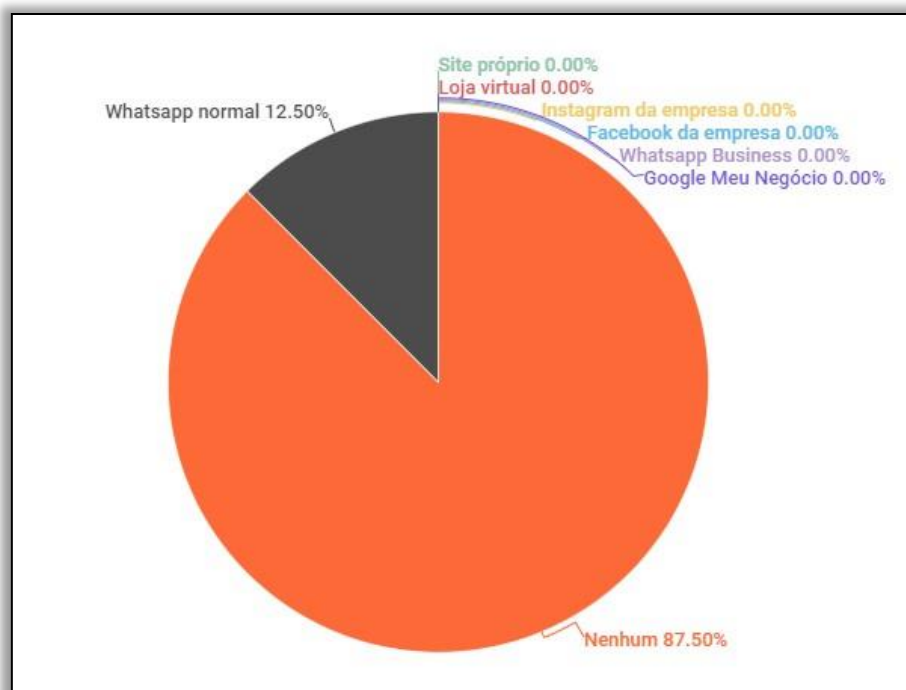
Qual aplicativo é utilizado:



- Whatsapp: (100%)

Para quem usa algum aplicativo de auxílio às vendas, o WhatsApp foi o único citado, o que demonstra que já há um interesse em melhorar as vendas através da internet, mas com necessidade de maior capacitação dos empreendedores, uma vez que percebemos o desconhecimento sobre o uso da versão comercial do WhatsApp e a não utilização de outros aplicativos para vendas.

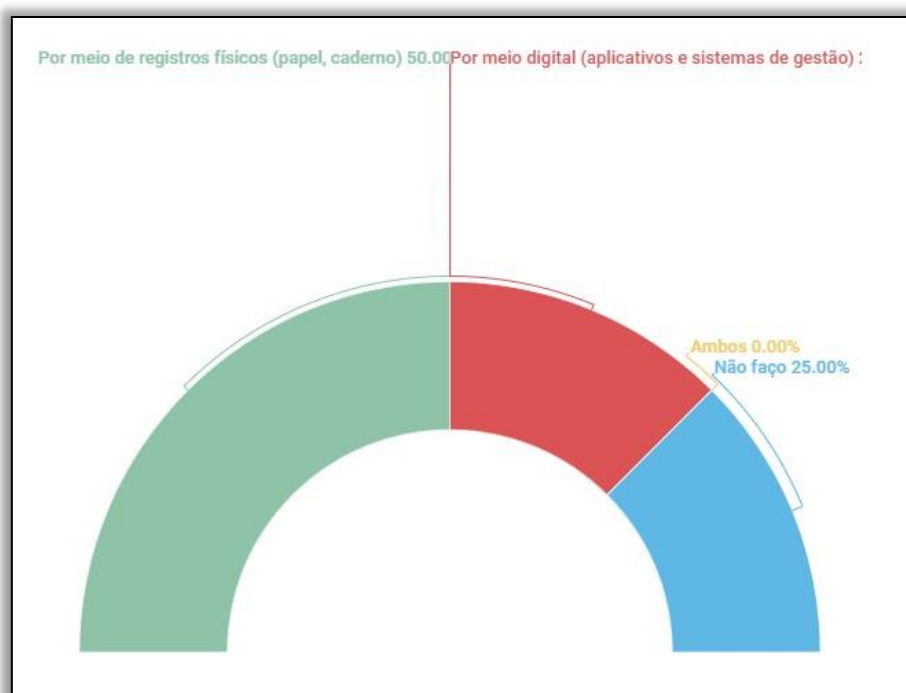
Em relação à presença na internet, a empresa possui:



- Nenhum: 7 (87.5%)
- Site próprio: 0
- Whatsapp Business: 0
- Instagram: 0
- Facebook: 0
- Google Meu Negócio: 0
- Loja Virtual: 0
- Whatsapp: 1 (12.50%)

Aqui, confirmamos a informação que vinha se desenhando nas respostas anteriores quanto ao uso de tecnologia pelos empreendedores de Amapá. Apenas uma empresa possui algum recurso que possibilite sua empresa ser localizada e vender pela internet.

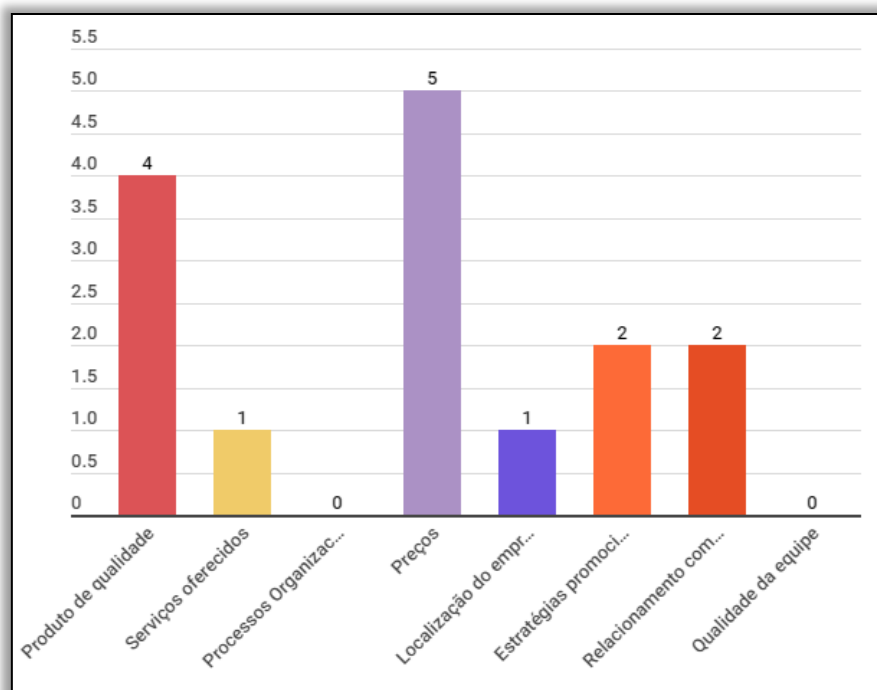
Como é realizada a gestão da empresa:



- Por meio de registros físicos (papel, caderno): 4 (50%)
- Por meio digital (Aplicativos e sistemas de gestão): 2 (25%)
- Ambos: 0
- Não faço: 2 (25%)

Outro ponto que evidencia o baixo uso de tecnologia pelas empresas do Amapá é sobre a gestão. A maioria dos empresários (50%) afirmam utilizar meios físicos, como papel e caderno, para realizar a gestão de seu negócio. Outro destaque é para a parcela que afirma não realizar nenhuma atividade formal de gestão da empresa, com 25% dos respondentes.

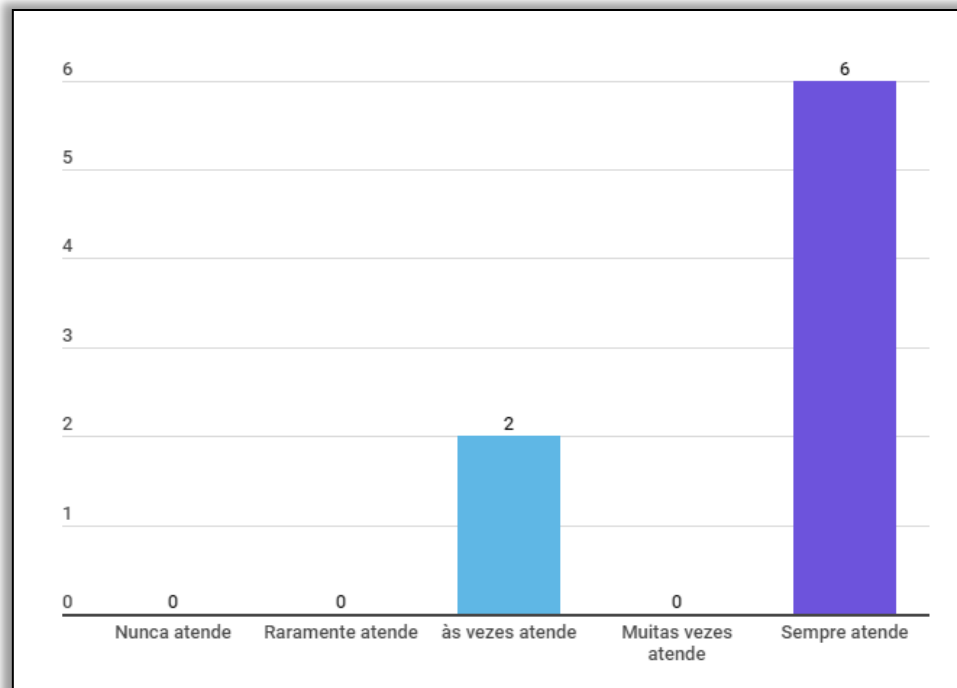
Maior vantagem competitiva em relação aos concorrentes no mercado



- Produto de qualidade: 4 (50%)
- Serviços oferecidos: 1 (12.5%)
- Processos Organizacionais: 0
- Preços: 5 (62.5%)
- Localização do empreendimento: 1 (12.5%)
- Estratégias promocionais: 2 (25%)
- Relacionamento com os clientes: 2 (25%)
- Qualidade da equipe: 0

Com relação à competitividade, os principais fatores de destaque foram, nessa ordem: “Preços” (62,5%), “Produto de qualidade” (50%); “Estratégias promocionais” (25%); e “Relacionamento com os clientes” (25%). É importante notar que em um mercado onde a competição por preços é destaque, o crescimento dos negócios pode ficar comprometido, uma vez que essa relação de concorrência acaba por prejudicar o investimento em melhorias e na qualidade dos produtos e serviços oferecidos à população.

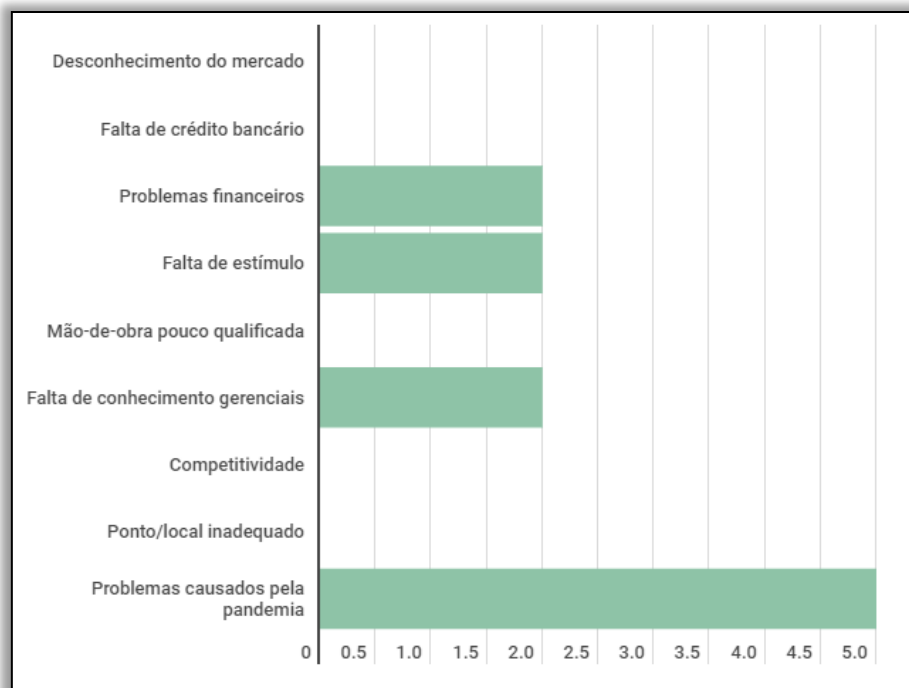
A qualidade dos produtos/serviços oferecidos aos clientes:



- Nunca atende: 0
- Raramente atende: 0
- Às vezes atende: 2 (25%)
- Muitas vezes atende: 0
- Sempre atende: 6 (75%)

Neste ponto da pesquisa, percebemos um ponto de satisfação com a qualidade que é ofertada ao mercado, com 75% das respostas. Porém, o índice de 25% dos respondentes que afirmam abertamente que a qualidade atende somente parte das vezes é fator de atenção e, analisada juntamente com a resposta anterior, nos leva a indicar a tendência mencionada anteriormente, de maior competitividade por preços no mercado local, influenciando negativamente o crescimento do empreendedorismo no município.

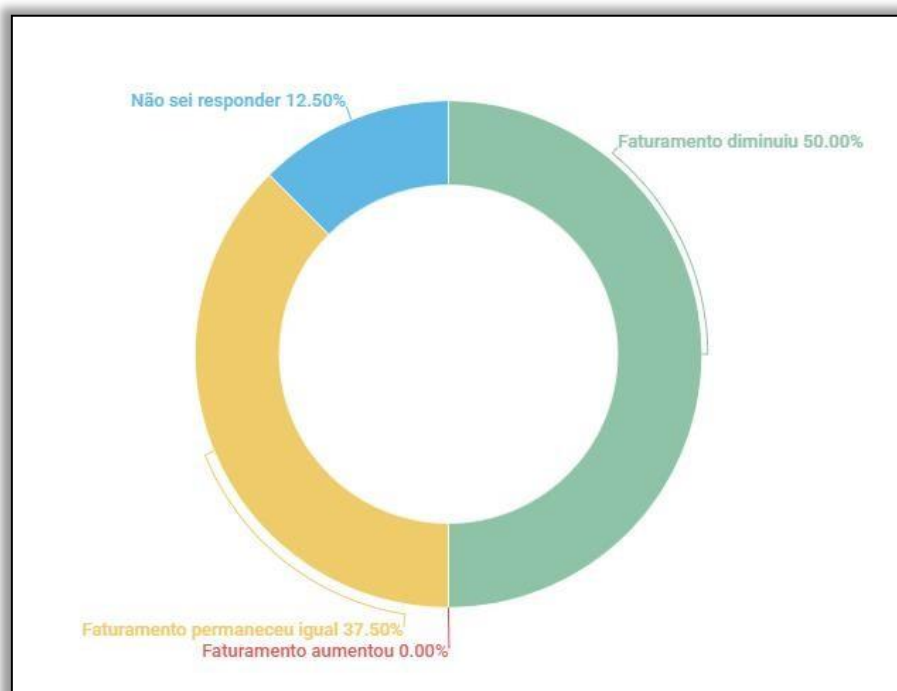
Principais dificuldades encontradas na condução das atividades:



- Desconhecimento do mercado: 0
- Falta de crédito bancário: 0
- Problemas financeiros: 2 (25%)
- Falta de estímulo: 2 (25%)
- Mão-de-obra pouco qualificada: 0
- Falta de conhecimento gerencial: 2 (25%)
- Competitividade: 0
- Problemas causados pela pandemia: 5 (62.5%)
- Ponto/local inadequado: 0

Com relação às principais dificuldades encontradas pelos empreendedores no Amapá, a que obteve destaque frente a todas as outras opções foi “Problemas causados pela pandemia”, afetando 62.5% dos respondentes na pesquisa. Podemos perceber como os municípios menores, com mercados ainda pouco desenvolvidos, sofreram mais os reflexos da pandemia na economia local.

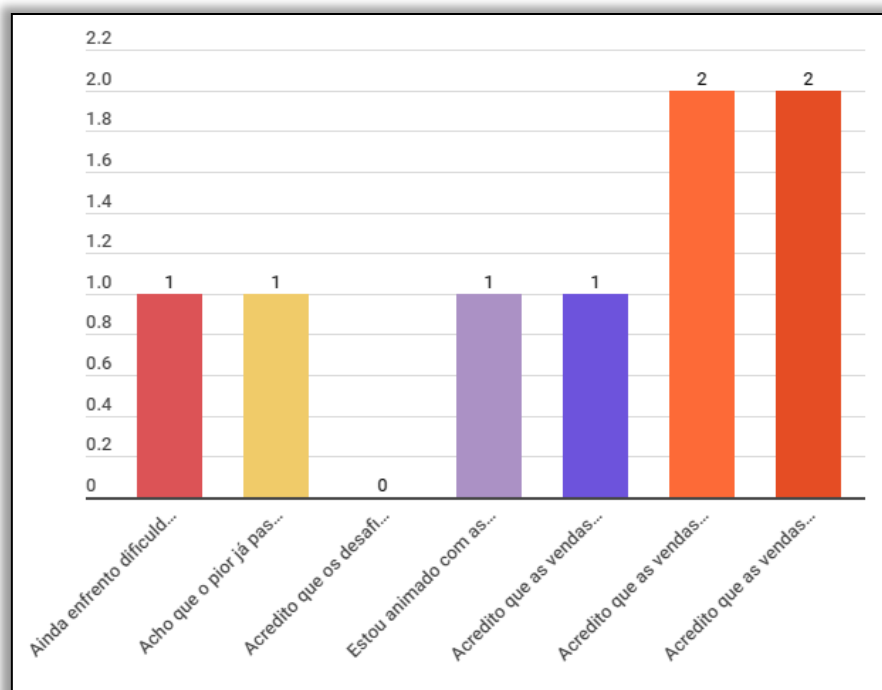
O faturamento em relação a crise do Coronavírus:



- Faturamento diminuiu: 4 (50%)
- Faturamento aumentou: 0
- Permaneceu igual a antes da pandemia: 3 (37.50%)
- Não sei responder: 1 (12.50%)

Avançando na questão anterior, verificamos que para a metade (50%) dos empreendedores houve queda no faturamento devido à pandemia. Seguindo um cenário observado em todo o mundo, é importante pensar em formas de auxiliar os empreendedores do Amapá neste contexto. Avaliando as outras informações obtidas nas respostas anteriores, acreditamos que o investimento em tecnologia e gestão possa ser uma alternativa a ser considerada neste sentido.

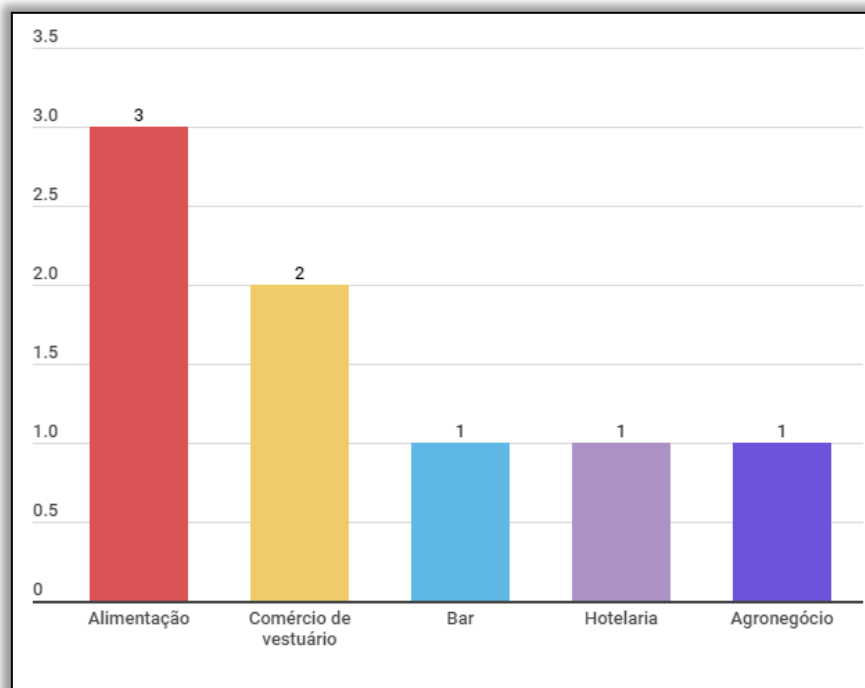
Em relação aos impactos da Covid-19 na empresa:



- Ainda enfrento dificuldades: 1 (12.5%)
- Acho que o pior já passou: 1 (12.5%)
- Acredito que os desafios trouxeram mudanças positivas: 0
- Estou animado com as novas possibilidades que podem surgir: 1 (12.5%)
- Acredito que as vendas vão melhorar ainda este ano: 1 (12.5%)
- Acredito que as vendas vão melhorar somente em 2022: 2 (25%)
- Acredito que as vendas vão melhorar em dois anos ou mais: 2 (25%)

Neste ponto, percebemos que o nível de otimismo do empresário no município de Amapá não está elevado. A metade dos respondentes (50%) acredita que as vendas vão melhorar apenas nos próximos anos. E somente 12,5% acreditam que o pior já passou ou que novas oportunidades podem surgir.

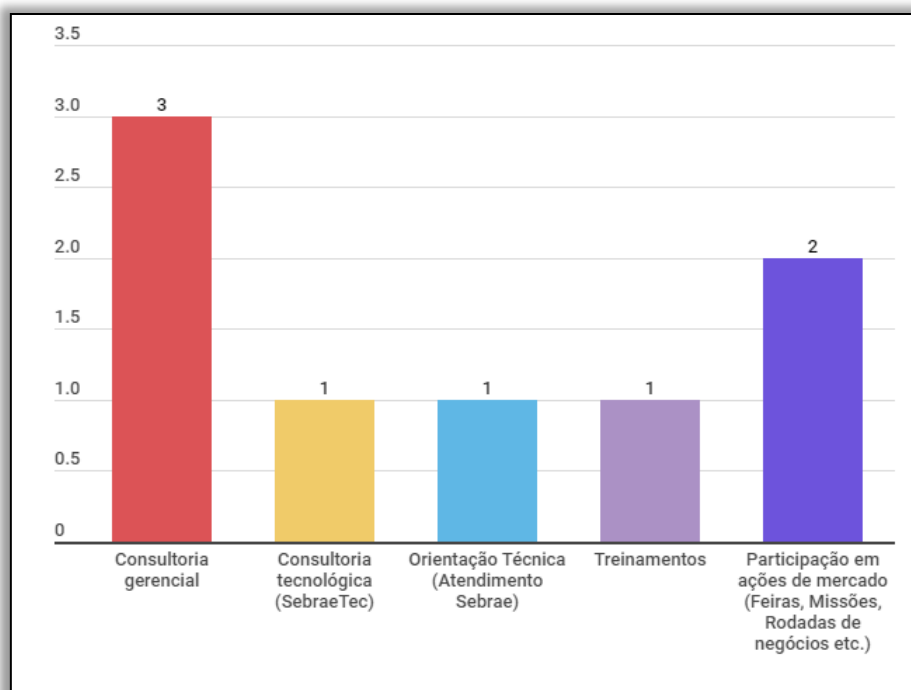
Hoje, para os empresários, qual a melhor área de investimento para quem vai abrir um novo negócio em Amapá:



- Alimentação: 3 (37.5%)
- Comércio de vestuário: 2 (25%)
- Bar: 1 (12.5%)
- Hotelaria: 1 (12.5%)
- Agronegócio: 1 (12.5%)

Neste ponto, buscamos observar a percepção do empreendedor sobre as áreas de investimento mais viáveis no Amapá para quem quer empreender. É possível observar um destaque para área de Alimentação, com 37,5% das respostas, o que representa mais de 1/3 dos empresários entrevistados pela pesquisa. A segunda resposta mais apresentada foi a área de Comércio de Vestuário, com 25% da amostra. Importante ressaltar que esta pergunta foi livre, ou seja, sem apresentar opções pré-definidas ao entrevistado, visando obter sua percepção livre e espontânea ao responder.

O que o Sebrae poderia fazer para melhorar a atividade do empresário:



- Consultoria Gerencial: 3 (37,5%)
- Consultoria Tecnológica (SebraeTec): 1 (12,5%)
- Orientação Técnica (Atendimento Sebrae): 1 (12,5%)
- Treinamentos: 1 (12,5%)
- Participação em ações de mercado (Feiras, Missões, Rodadas de negócios etc.): 2 (25%)

Percebemos, nesse ponto, a clara manifestação do desejo do empreendedor por mais ações de consultorias gerenciais, com 37,5% das respostas, seguido por participação em ações de mercado, com 25% das respostas. Nesse sentido, temos uma indicação de caminho para maiores ofertas de serviços pelo Sebrae no município.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os dados apresentados na presente pesquisa, através de fontes secundárias e primárias, possibilitam uma análise bastante completa acerca do empreendedorismo no município de Amapá.

O município foi a primeira capital do estado, e desenvolve a sua economia principalmente através do agronegócio.

Esse cenário, com a melhoria da BR-156 e que vem acontecendo através dos anos, possibilita uma boa evolução e solidificação da base empresarial no município.

Porém, é preciso ressaltar os impactos sentidos pelas empresas por conta da pandemia de Covid-19 e a dificuldade dessas empresas em usar as ferramentas de tecnologia para fomentar as vendas e a gestão em seus negócios.

Percebemos, aqui, um ponto interessante de investimento para minimizar os impactos da atual crise econômica e acelerar a retomada das vendas para essas empresas.

Outro ponto a se observar, é o cenário para surgimento de investimento no turismo da cidade, que possui uma base aérea militar da época da segunda guerra mundial, cachoeiras e trilhas ecológicas, e uma nova pororoca, fenômeno que foi bastante utilizado para aquecer a economia do município de Cutias, quando acontecia há anos.

Por fim, entendemos que a participação do SEBRAE Amapá nesse contexto é de extrema importância, uma vez que pode ser um agente catalizador de esforços conjuntos, liderando as ações necessárias para possibilitar o desenvolvimento socioeconômico da região.