



APRESENTAÇÃO DE RESULTADOS DE
CONSULTORIA EM PESQUISA

ESTUDO DE POTENCIALIDADES ECONÔMICAS DO MUNICÍPIO DE OIAPOQUE

OUTUBRO 2021

SEBRAE

© 2021. Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas no Amapá – SEBRAE AP.

Informações e contatos

Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas no Amapá – Sebrae AP

Rua Ernestino Borges, 740 – Laguinho – Macapá/AP - CEP: 68908-198

Telefone: 0800 570 0800

www.sebrae.com.br

Presidente do Conselho Deliberativo

Luiz Iraçu Guimarães Colares

Diretor-Superintendente

Waldeir Ribeiro Garcia

Diretora Técnica

Marciane Costa do Espírito Santo

Diretor de Administração e Finanças

Marcell Houat Harb

Unidade de Gestão Estratégica – UGE

Márcia Marinho Branco - Gerente

Eliana Barros Correia – Analista

Lindeti Góes Ferreira – Analista

Sandra da Gama Gomes – Analista

Sumário

1. APRESENTAÇÃO	4
2. METODOLOGIA	7
3. MAPA DE OPORTUNIDADES DO MUNICÍPIO DE OIAPOQUE	9
3.1. A Estratégia	10
3.2. O Grupo Estratégico	10
3.3. Aplicação da Metodologia	11
4. PESQUISA DE DADOS SECUNDÁRIOS.....	13
5. PESQUISA DE DADOS PRIMÁRIOS.....	24
6. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	50

1. APRESENTAÇÃO

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 novo 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 Oiapoque, com levantamento de informações a partir de dados primários e secundários, buscando obter uma melhor visão sobre o empreendedorismo local no ano de 2021.

O município de Oiapoque possui 27.906 habitantes e está situado no extremo norte do Amapá, a 590 quilômetros da capital, sendo uma das cidades mais ao norte do Brasil. O acesso é pela BR-156, também sendo possível chegar por via fluvial e aérea.

É a única cidade do Amapá que tem fronteira internacional – faz limite com a Guiana Francesa, Departamento Ultramarino da França na América do Sul. Por isso, é a única cidade do Amapá além de Macapá, que possui uma unidade do Exército Brasileiro. Também faz divisa com os municípios de Calçoene, Serra do Navio, Pedra Branca do Amapari e Laranjal do Jari.

A cidade possui o quarto maior PIB Per Capita do Amapá, e é um dos municípios com mais negócios, totalizando 1.183 empresas. A economia concentra-se, quanto ao setor primário, principalmente na criação dos gados bovino, bubalino e suíno e na cultura da mandioca, laranja, milho, cana-de-açúcar e outros. No setor secundário, pode-se destacar a extração de ouro, inclusive de forma clandestina em terras brasileiras e guianenses. O comércio é principalmente aquecido pela ponte binacional que liga os dois países.

Quanto ao turismo, em 1943, ergueu-se no município um monumento à Pátria, indicativo do marco inicial do território brasileiro, onde figuram citações do hino nacional e uma placa indicativa com os dizeres: “Aqui Começa o Brasil”, o qual virou símbolo oiapoquense. Figuram, ainda, como atrações turísticas a Cachoeira Grande, a Vila Brasil, que fica na cabeceira do rio Oiapoque, o Parque Nacional do Cabo Orange e a Serra do Tumucumaque, sem falar na possibilidade, ainda ilegal, que muitos turistas realizam a travessia para a Guiana Francesa, consumindo produtos que não chegam ao território brasileiro, aquecendo a economia de Oiapoque através do câmbio.

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 oficina de potencialidades econômicas com as instituições foi realizado de forma presencial, mas respeitando todas as normas de distanciamento social, com uso de máscaras e higienização, em função da pandemia do coronavírus.

E 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

Em Oiapoque, o número total de empresas formais registradas, de acordo com o DataSebrae (julho, 2021) é de 1.183, 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 os municípios pesquisados trazem 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 60 empresas como amostra geral para este trabalho em Oiapoque, estratificadas seguindo a proporção segmentada por porte das empresas. Assim, temos:

UNIVERSO: 1.183 empresas

AMOSTRA 5%: 60 empresas

AMOSTRA POR PORTE:

- ME: 29

- MEI: 26

- EPP: 03

- Demais (Média Empresa, Grande Empresa): 02

(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. MAPA DE OPORTUNIDADES DO MUNICÍPIO DE OIAPOQUE

3.1. A Estratégia

É importante entender o que significa o termo “avaliação estratégica”. Ele faz referência a um processo realizado para investigar tanto o setor em que a organização está inserida, quanto para estudar a própria empresa. Em outras palavras, essa análise tem como objetivo auxiliar na criação de um plano de ação para a organização. A partir disso, ela poderá tomar melhores decisões e garantir que está no caminho do sucesso. Além disso, as principais etapas da avaliação estratégica da análise SWOT.



Variáveis da análise SWOT:

- **A força** retrata as diferenciações conquistadas pela organização que geram vantagens em relação aos concorrentes.

- **As fraquezas**, por sua vez, são os pontos fracos identificados no contexto interno do empreendimento, lhe proporcionando desvantagens dentro das suas operações.
- Em relação ao seu setor, **as oportunidades** contêm as possibilidades do negócio de prosperar ao explorar novos produtos ou segmentos de mercado.
- Por último, **as ameaças** configuram os obstáculos a serem enfrentados. Ou seja, por meio da análise SWOT é possível entender os pontos positivos, os aspectos negativos, o que pode ser melhorado e o que pode atrapalhar o sucesso da empresa.

Sendo assim, é possível afirmar que, com relação às variáveis da matriz SWOT, têm-se as forças e as fraquezas como variáveis internas. Em contrapartida, têm-se oportunidades e ameaças como variáveis externas ao que se estuda.

3.2. O Grupo Estratégico

Foram convidadas empresas de diversos segmentos e estiveram presentes: Associação Comercial de Oiapoque (ACOI), Prefeitura Municipal de Oiapoque (PMO), Câmara Municipal de Vereadores de Oiapoque, Ordem dos Advogados do Brasil (OAB), Associação das Mulheres de Oiapoque (AMO), Secretaria Municipal de Pesca e Piscicultura, Secretaria Municipal de Agricultura, Instituto Federal do Amapá (IFAP), Instituto de Desenvolvimento Rural do Amapá (RURAP), Secretaria Municipal de Educação e a Universidade Federal do Amapá (UNIFAP).

Na aplicação da metodologia SWOT na construção do MAPA DE OPORTUNIDADES do Município de OIAPOQUE, optou-se em convidar Entidades posicionadas estrategicamente no Município, para debater assuntos pertinentes às políticas públicas e promover ideias como sugestão para tomadas de decisão assertivas.

3.3. Aplicação da Metodologia

No dia 09/08/21 às 16h foi realizado o evento para a aplicação da metodologia. No Auditório Regional do Sebrae em Oiapoque, localizado na Rua Santos Dumont, 460, Bairro Centro, foi aberto um painel com os dados a serem coletados, **PONTOS FORTES, PONTOS FRACOS, OPORTUNIDADE E AMEAÇAS**, onde todos os convidados participaram expondo o seu ponto de vista e contextualizando, trazendo para a equipe organizadora importantes contribuições

para que fosse criado um plano de ação para uma melhor tomada de decisão, foram observados por exemplo: recursos, atividades, vantagens competitivas, localização, escassez de mão de obra, mercado, legislação, entre outros.

Como resultado da aplicação da direta da metodologia, foram obtidos os seguintes dados:

	POSITIVO	NEGATIVO
INTERNOS	<p>Localização privilegiada, tanto pela fronteira, como pelos rios que abastecem empresas de pescado e agricultura;</p> <p>Turismo</p> <p>Possui instituições públicas de ensino superior, como o IFAP e UNIFAP.</p>	<p>Falta de diálogo entre as instituições públicas;</p> <p>Baixa arrecadação do poder público municipal;</p> <p>Agricultura familiar realizada sem suporte das instituições em geral;</p> <p>Falta de guias turísticos para aproveitar o potencial turístico da cidade;</p> <p>Falta de transporte público, e transporte privado inflacionado.</p>
EXTERNOS	<p>Possui grande quantidade de pescado para ser comercializado em atacado;</p> <p>Câmbios, tanto de Ouro como o de Euro;</p> <p>Mão de obra qualificada, devido às instituições de ensino superior e possíveis imigrações.</p>	<p>Fechamento da ponte binacional;</p> <p>Transporte e vias para chegar até Oiapoque a partir de outros municípios e outros estados;</p> <p>Falta de diálogo entre instituições estaduais e federais com as municipais;</p> <p>Dificuldades logísticas de conseguir produtos para o comércio local.</p>

3.4 Análises e Informações

Pudemos perceber, através dessa etapa de pesquisa, a partir das afirmações dos participantes, que as instituições públicas de Oiapoque não dialogam, demorando em várias ocasiões, anos para conseguir construir um projeto em conjunto, o que leva o município a ter dificuldades com arrecadações financeiras e falta de conhecimento para incentivar seus potenciais econômicos, como é o caso da agricultura familiar e o turismo, por exemplo.

Durante a interação com o grupo, soubemos que essa era a primeira vez em muitos anos que aquelas instituições se encontravam. Assim, surgiram soluções já dentro deste diálogo, como sobre a falta de guias turísticos na cidade. Nesse caso, o Instituto Federal do Amapá (IFAP) pode abrir vagas para cursos técnicos,

profissionalizando quem já trabalha na área e criando oportunidades para novos profissionais em uma área com grande potencial na região.

Quanto à agricultura familiar, é necessário um acompanhamento do SEBRAE e da Secretaria Municipal de Agricultura, realizando um cadastro dessas famílias e levando informações e conhecimento para eles descobrirem todos seus direitos e as diversas oportunidades que há em toda a região do Oiapoque, de forma a potencializar esse desenvolvimento.

O transporte para chegar até o município é o que mais dificulta o desenvolvimento da cidade, de acordo com os participantes. Atualmente, existem três formas de transporte, mas todas demandam tempo bastante elevado. De ônibus, por exemplo, partindo de Macapá, devido à má condição da BR-156, leva-se 11 horas (ou mais) para chegar ao município, isso contando com a sorte de não haver nenhum problema com o ônibus ou com “atoleiros” e quedas de pontes no trajeto. Assim, produtos e pessoas que poderiam oferecer serviços, dificilmente chegam com facilidade até a cidade. Sabemos que o asfaltamento da BR não é algo simples e já possui imbróglio de muitos anos, mas algo deve ser feito para facilitar essa mobilidade, possibilitando o maior desenvolvimento do empreendedorismo em Oiapoque.

O comércio da cidade sobrevive bem à crise da Covid-19 em relação a Macapá, segundo os participantes. A partir dos comentários, o maior responsável por isso seria o câmbio de ouro (originado do garimpo realizado na região) e do Euro, vindo da Guiana Francesa.

Apesar disso, o fechamento da ponte binacional reduziu o fluxo de franceses na cidade, mesmo havendo o transporte via “Catraias” (embarcações de pequeno porte, comuns na região). Com o avanço da vacinação contra a Covid-19, é necessário que haja um diálogo entre os governos do Amapá e da Guiana Francesa para alinhar questões sobre a Ponte Binacional.

Por fim, destacamos a importância dessas informações para continuar o debate e diálogo entre todas essas instituições, que são fundamentais para o desenvolvimento social e econômico de Oiapoque. Apenas com o diálogo

constante será possível vencer as dificuldades e buscar o aproveitamento total das potencialidades econômicas no município.

Concluimos que a base da economia de Oiapoque se encontra no câmbio (Euro e ouro) abastecendo o comércio da cidade, nas grandes empresas de pescado e na agricultura familiar. Dessa forma, é necessário o acompanhamento constante das famílias que movimentam a agricultura, além do fomento ao pescado e comércio em geral.

4. PESQUISA DE DADOS SECUNDÁRIOS

Dados secundários são aqueles que já foram coletados, tabulados, ordenados e, às vezes, até analisados, com propósitos outros ao de atender às necessidades da pesquisa em andamento, e que estão catalogados à disposição dos interessados”.

Os dados secundários presentes nesta pesquisa são oriundos de dados coletados por meio de pesquisa bibliográfica e documental, por meio da internet, no Portal Corporativo (DataSEBRAE), que é um site de informações cujo acesso é aberto ao público.

Neste trabalho a etapa exploratória dividiu-se em duas partes, tendo na primeira sido coletados os dados secundários e na segunda os dados primários.

4.1. Apresentação do Município de Oiapoque

Habitantes: 27.906 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\$ 16.003,40 (IBGE, em parceria com os Órgãos Estaduais de Estatística, Secretarias Estaduais de Governo e Superintendência da Zona Franca de Manaus – SUFRAMA, 2018).

Principal fonte 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).

4.2. Contexto Econômico:

O município de Oiapoque está situado no extremo norte do Amapá, a 590 quilômetros da capital. O acesso é pela BR-156, também sendo possível chegar por via fluvial e aérea.

É a única cidade do Amapá que tem fronteira internacional – faz limite com a Guiana Francesa, Departamento Ultramarino da França na América do Sul. Por isso, é a única cidade do Amapá além de Macapá, que possui uma unidade do Exército Brasileiro. Também faz divisa com os municípios de Calçoene, Serra do Navio, Pedra Branca do Amapari e Laranjal do Jari.

A economia concentra-se, quanto ao setor primário, principalmente na criação dos gados bovino, bubalino e suíno e na cultura da mandioca, laranja, milho, cana-de-açúcar e outros. No setor secundário, pode-se destacar a extração de ouro, inclusive de forma clandestina em terras brasileiras e guianenses. O comércio tende a crescer com a ponte binacional que ligará os dois países, já pronta, mas ainda sem data para inaugurar. Mesmo ainda sem a ponte, moradores do outro lado vêm ao lado brasileiro comprar mercadorias e pagando em Euro.

Quanto ao turismo, em 1943, ergueu-se no município um monumento à Pátria, indicativo do marco inicial do território brasileiro, onde figuram citações do hino nacional e uma placa indicativa com os dizeres: “Aqui Começa o Brasil”, o qual virou símbolo oiapoquense. Figuram, ainda, como atrações turísticas a Cachoeira Grande, a Vila Brasil, que fica na cabeceira do rio Oiapoque, o Parque Nacional do Cabo Orange e a Serra do Tumucumaque.

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

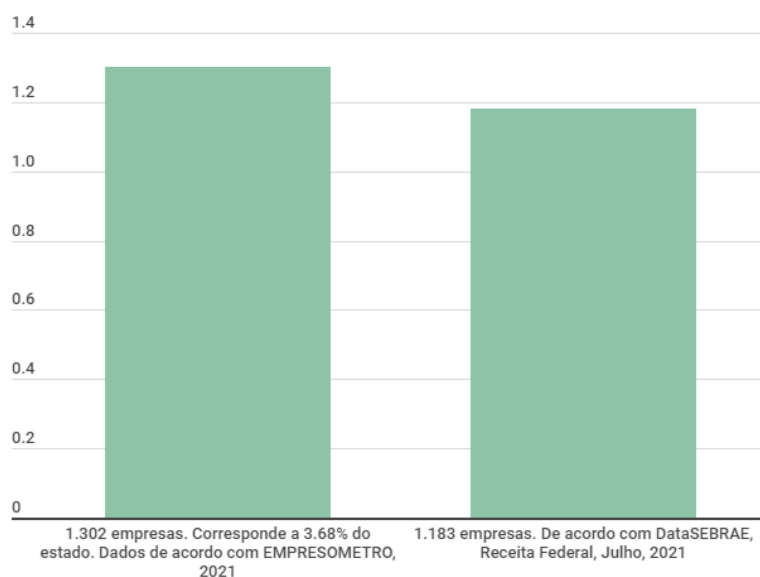
Educação:

	Escolas	Número de alunos matriculados	Número de professores
Ensino médio	10	1.449	437
Ensino Fundamental	45	5.321	

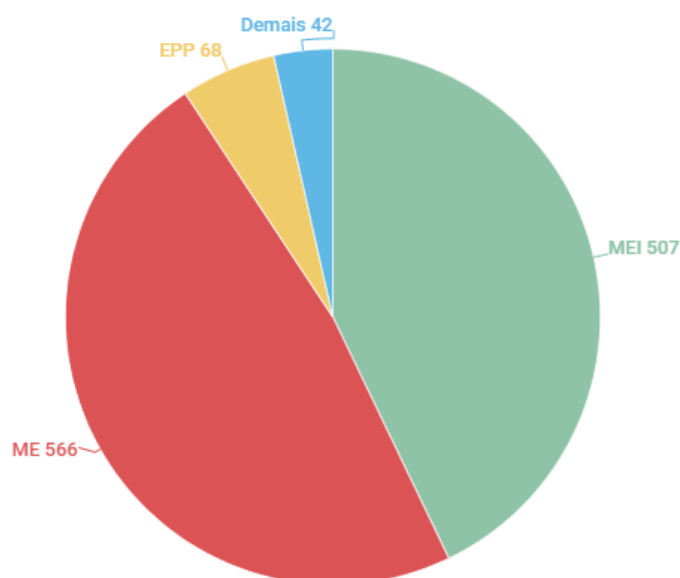
Fonte: INSTITUTO NACIONAL DE ESTUDOS E PESQUISAS EDUCACIONAIS ANÍSIO TEIXEIRA. *Sinopse Estatística da Educação Básica 2018*. Brasília: Inep,

2019. Disponível em <http://portal.inep.gov.br/sinopses-estatisticas-da-educacao-basica>.

Empresas:

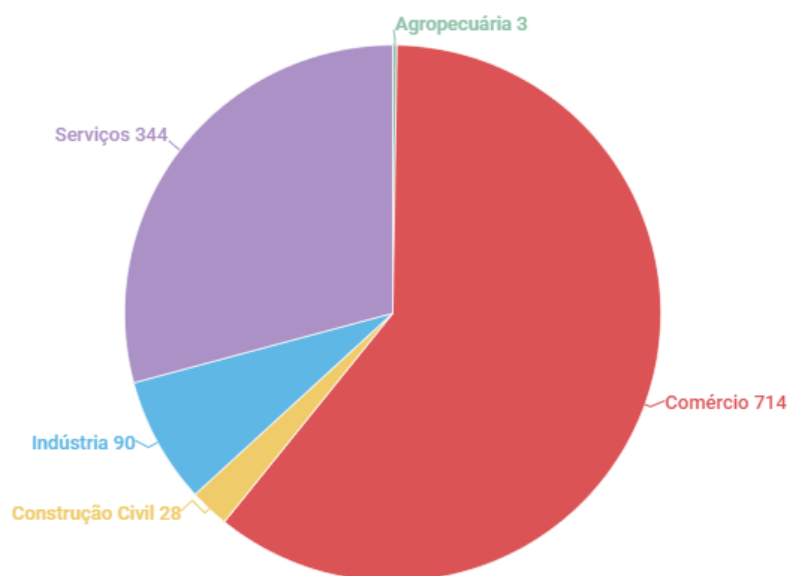


Empresas por porte:



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: 1.102 – Fonte: CAGED, 2019
 (https://bi.mte.gov.br/bgcaged/caged_perfil_municipio/index.php)

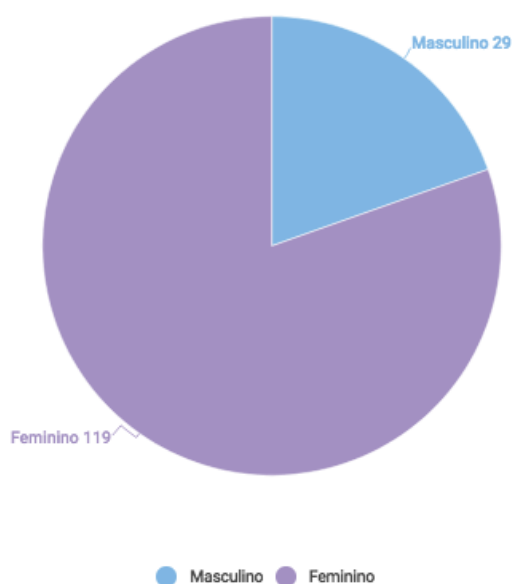
Beneficiários do Bolsa Família: 8.567 pessoas Fonte: MDS, maio de 2021

(<https://aplicacoes.mds.gov.br/sagirms/bolsafamilia/relatorio-completo.html>)

Principais CNAEs:

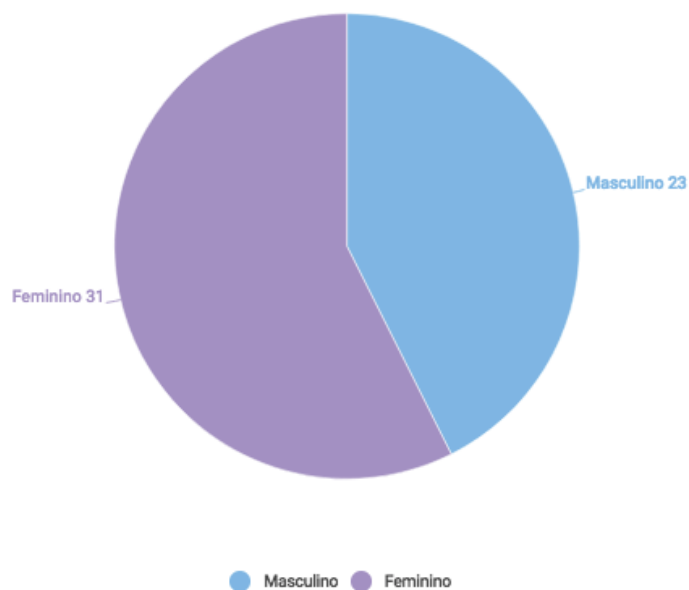
1. Comércio Varejista de artigos do vestuário e acessórios – 176 estabelecimentos

MEI por gênero na CNAE:



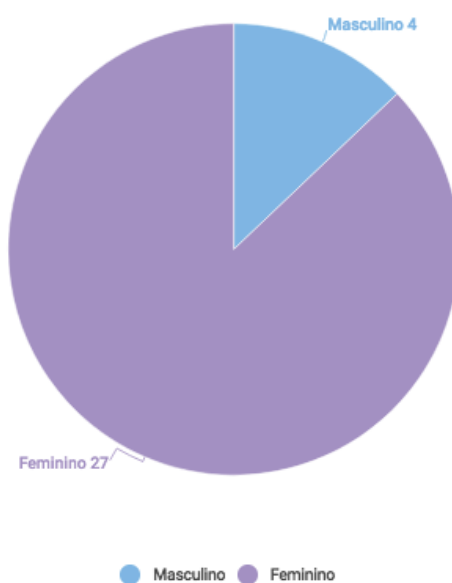
2. Comércio varejista de mercadorias em geral, com predominância de produtos alimentícios – minimercados, mercearias e armazéns – 136 estabelecimentos

MEI por gênero na CNAE:



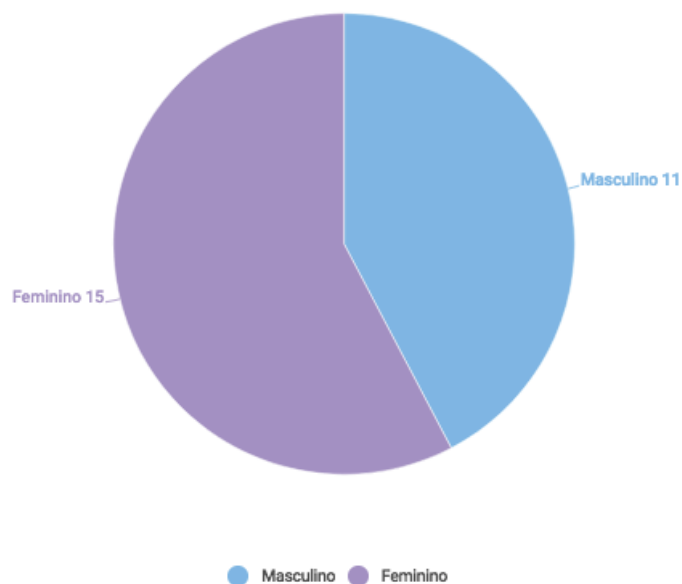
3. Comércio varejista de cosméticos, produtos de perfumaria e de higiene pessoal – 32 estabelecimentos

MEI por gênero na CNAE:



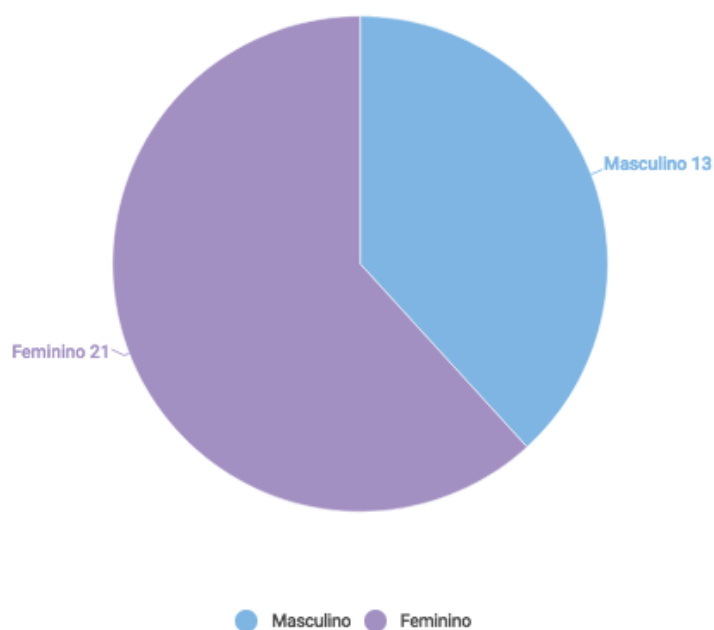
4. Restaurantes e similares – 32 estabelecimentos

MEI por gênero na CNAE:

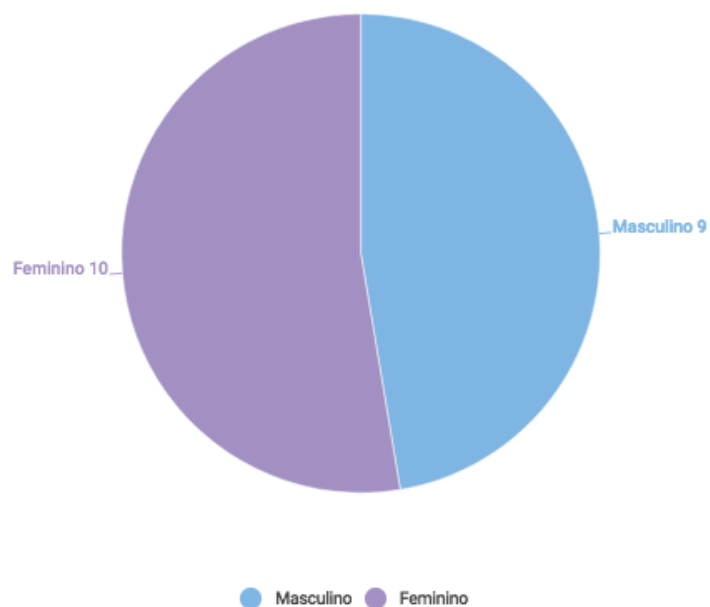


5. Lanchonetes, casas de chá, de sucos e similares – 28 estabelecimentos

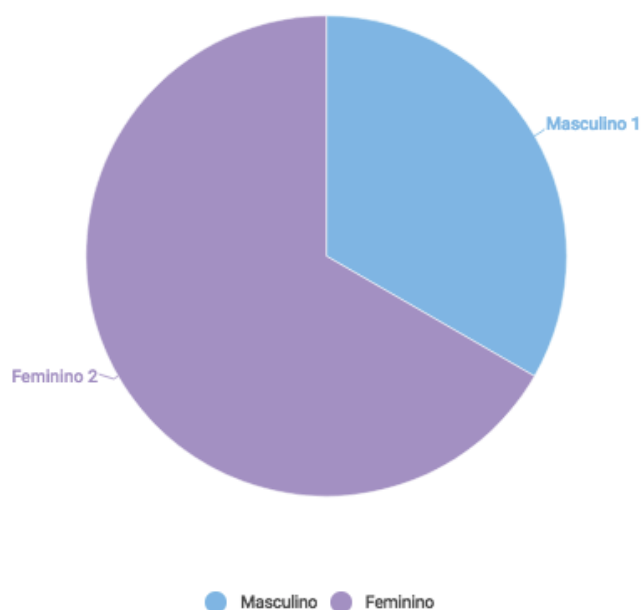
MEI por gênero na CNAE:



6. Comércio varejista de bebidas – 27 estabelecimentos
MEI por gênero na CNAE:

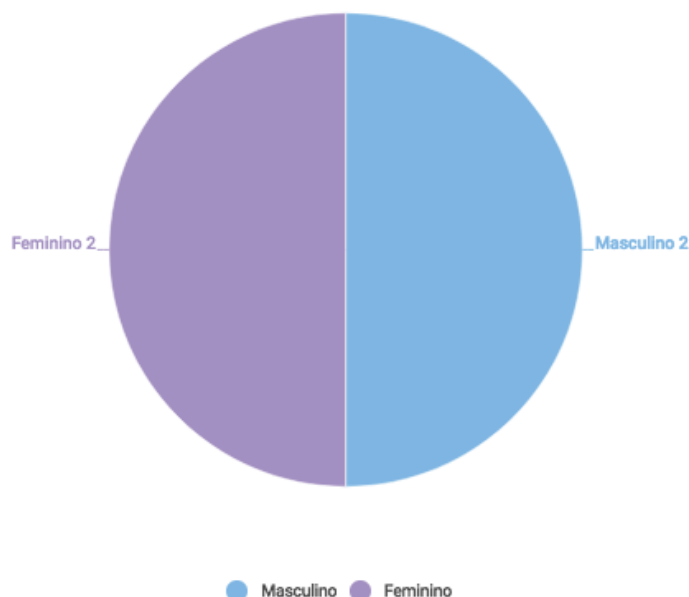


7. Comércio varejista de produtos farmacêuticos, sem manipulação de fórmulas – 26 estabelecimentos
MEI por gênero na CNAE:



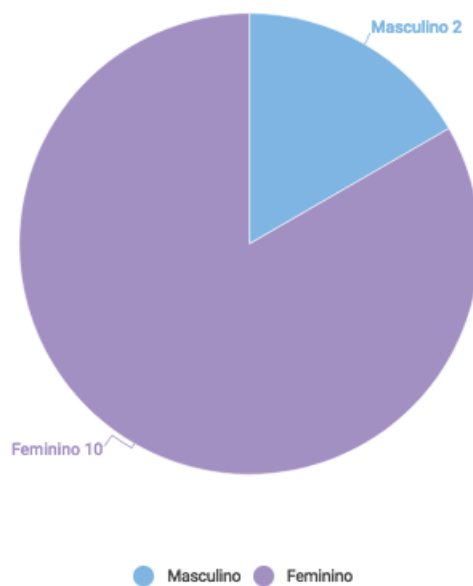
8. Comércio varejista de materiais de construção em geral – 23 estabelecimentos

MEI por gênero na CNAE:

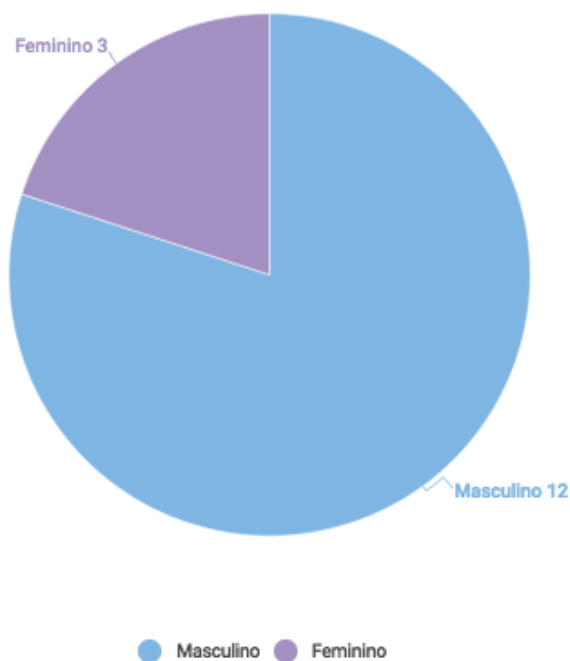


9. Hotéis – 21 estabelecimentos
MEI por gênero na CNAE:
 Masculino: 0
 Feminino: 0

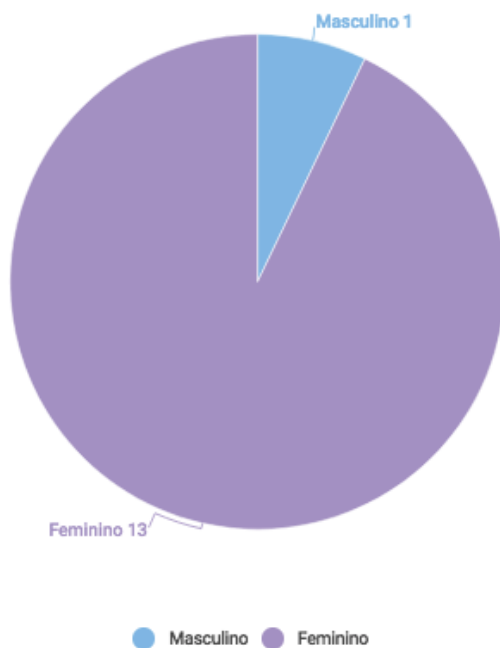
10. Comércio varejista de artigos de armarinho – 17 estabelecimentos
MEI por gênero na CNAE:



11. Peixaria – 17 estabelecimentos
MEI por gênero na CNAE:



12. Atividades de estética e outros serviços de cuidados com a beleza – 15 estabelecimentos
MEI por gênero na CNAE:



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

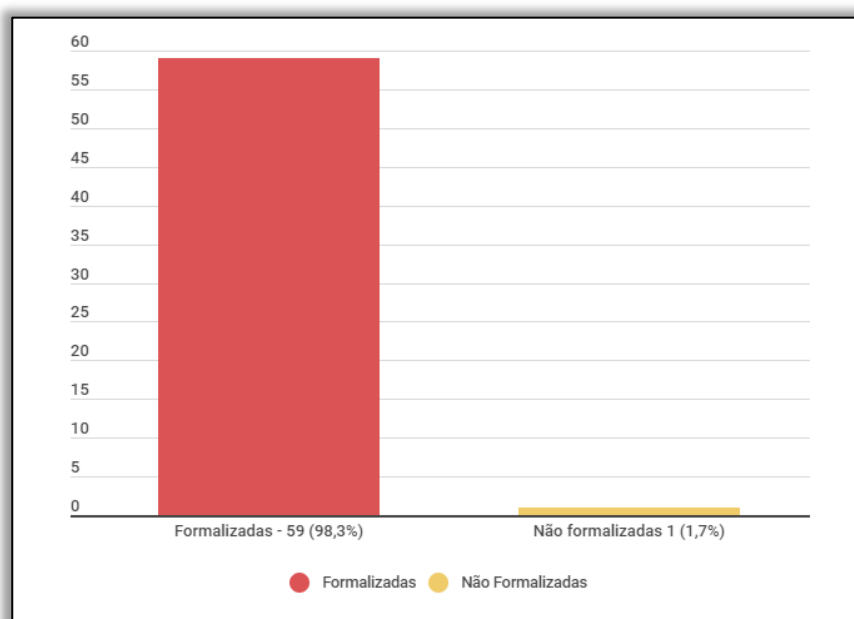
5. PESQUISA DE DADOS PRIMÁRIOS

Após a aplicação da construção do Mapa Estratégico junto ao grupo de instituições parceiras de OIAPOQUE, partiu-se para uma Pesquisa de Campo, que teve como objetivo ampliar a percepção sobre a situação das empresas e empreendedores que atuam no Município, bem como eles percebem a atual situação e as grandes oportunidades existentes.

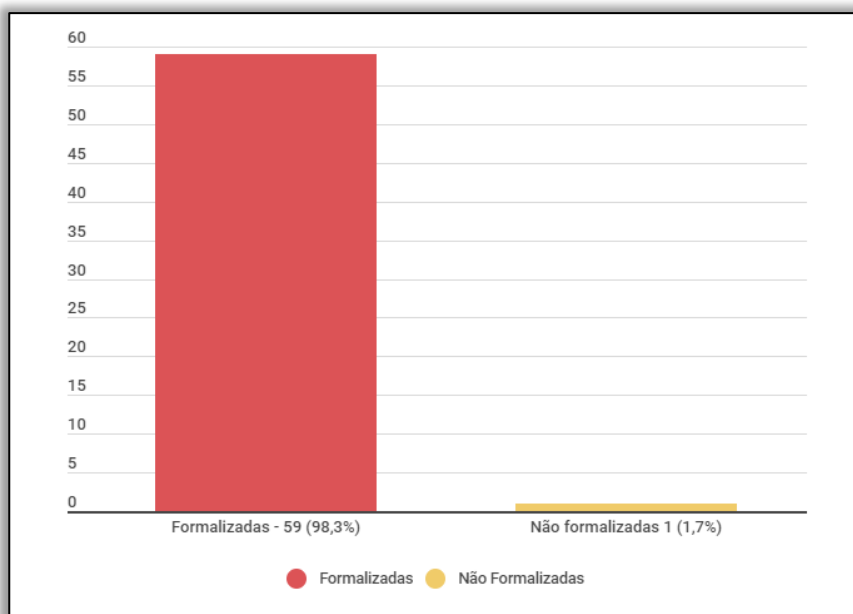
Ao todo, 60 (sessenta) empreendedores responderam ao questionário de pesquisa e deram seu parecer a respeito de algumas questões debatidas e levantadas durante a Construção do Mapa Estratégico.

5.1. Perfil dos Empreendedores de Oiapoque

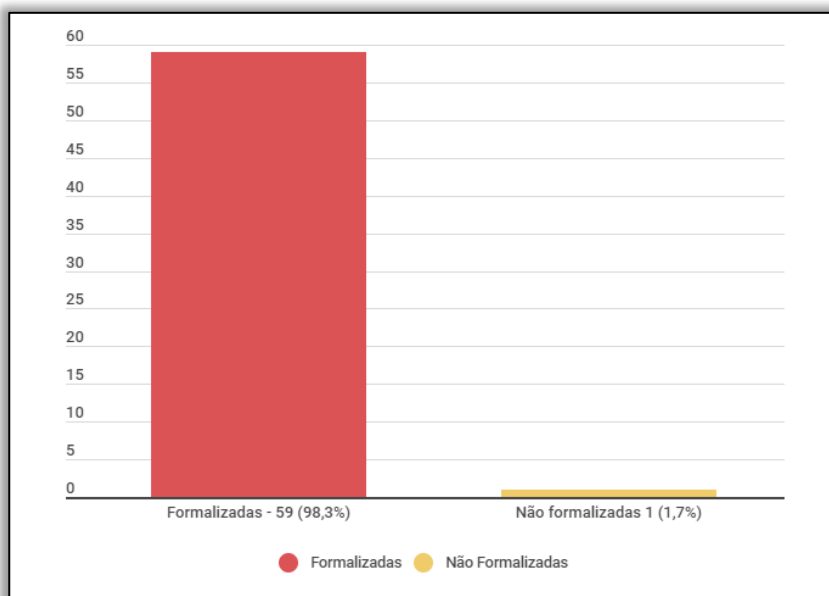
A empresa é formalizada?



- Empresas formalizadas: 59
- Não formalizadas: 1 (empresa possui CNPJ, mas está irregular)

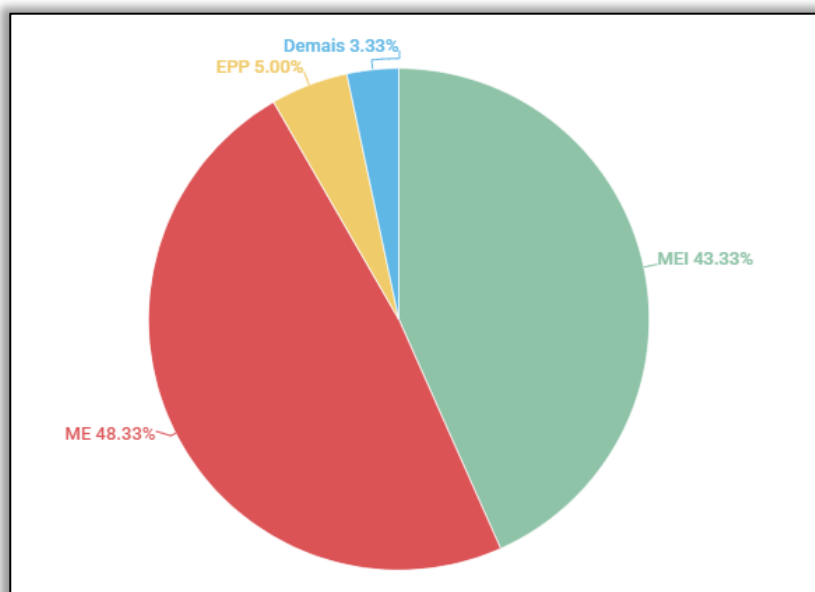


- Empresas formalizadas: 59
- Não formalizadas: 1 (empresa possui CNPJ, mas está irregular)



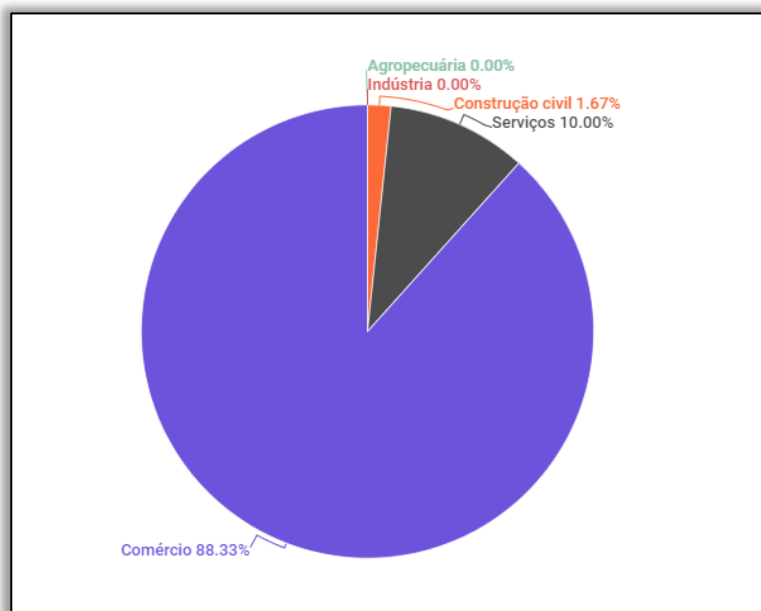
- Empresas formalizadas: 59
- Não formalizadas: 1 (empresa possui CNPJ, mas está irregular)

Porte da empresa:



- MEI: 26
- ME: 29
- EPP: 3 Demais: 2

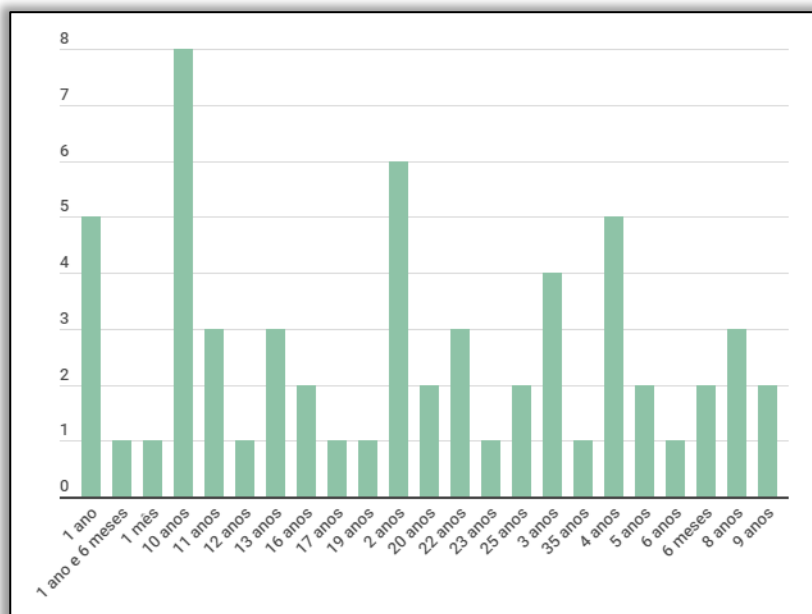
Setor principal da empresa:



- Agropecuária: 0
- Indústria: 0

- Construção Civil: 1
- Serviços: 6
- Comércio: 53

Tempo de atividade:



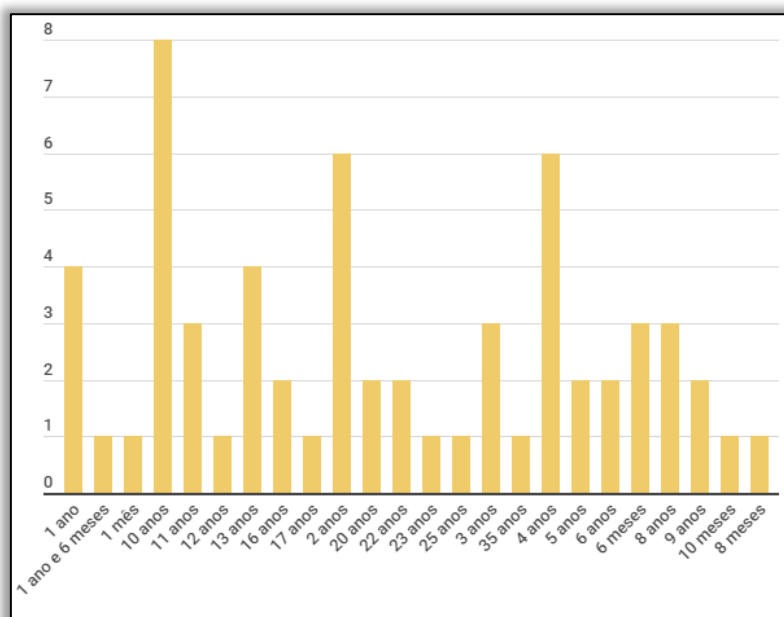
- 1 ano: Cinco empresas (8.3%)
- 1 ano e 6 meses: Uma empresa (1.6%)
- 1 mês: Uma empresa (1.6%)
- 10 anos: Oito empresas (13.3%)
- 11 anos: Três empresas (5%)
- 12 anos: Uma empresa (1.6%)
- 13 anos: Três empresas (5%)
- 16 anos: Duas empresas (3.3%)
- 17 anos: Uma empresa (1.6%)
- 19 anos: Uma empresa (1.6%)
- 2 anos: Seis empresas (10%)
- 20 anos: Duas empresas (3.3%)
- 22 anos: Três empresas (5%)
- 23 anos: Uma empresa (1.6%)
- 25 anos: Duas empresas (3.3%)
- 3 anos: Quatro empresas (6.6%)
- 35 anos: Uma empresa (1.6%)
- 4 anos: Cinco empresas (8.3%)
- 5 anos: Duas empresas (3.3%)
- 6 anos: Uma empresa (1.6%)
- 6 meses: Duas empresas (3.3%)
- 8 anos: Três empresas (5%)

- 9 anos: Duas empresas (3.3%)

Percebemos uma tendência de atividades empresariais com mais tempo de existência a partir dessas respostas, apesar de uma pulverização entre as opções. Destaque para empresas em atividade há mais de 10 anos, o maior índice nas respostas. E, se aglutinarmos as respostas com mais de 02 anos de atividade, temos quase 85% da amostra (84,3%).

Esse dado pode ser analisado por dois ângulos: Em uma primeira análise, é muito positivo observar que a grande maioria dos empreendimentos pesquisados está ativo há muito tempo, o que demonstra um ambiente favorável para a manutenção desses negócios. Porém, em uma outra observação, percebemos que pode haver uma menor facilidade ou estímulo para abertura de novos empreendimentos no município. Esse deve ser um fator de observação mais detalhada, com intuito de buscar maior fomento para abertura de novos negócios em Oiapoque.

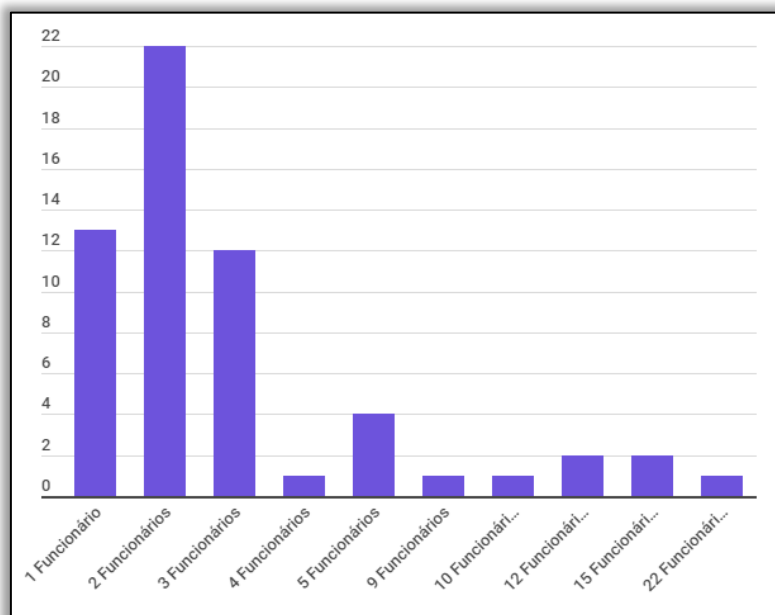
Tempo de formalização da empresa:



- 1 ano: Quatro empresas (6.6%)
- 1 ano e 6 meses: Uma empresa (1.6%)
- 1 mês: Uma empresa (1.6%)
- 10 anos: Oito empresas (13.3%)
- 10 meses: Uma empresa (1.6%)
- 11 anos: Três empresas (5%)
- 13 anos: Quatro empresas (6.6%)
- 16 anos: Duas empresas (3.3%)
- 17 anos: Uma empresa (1.6%)
- 2 anos: Seis empresas (10%)
- 20 anos: Duas empresas (3.3%)
- 22 anos: Duas empresas (3.3%)
- 23 anos: Uma empresa (1.6%)
- 25 anos: Uma empresa (1.6%)
- 3 anos: Três empresas (5%)
- 35 anos: Uma empresa (1.6%)
- 4 anos: Seis empresas (10%)
- 5 anos: Duas empresas (3.3%)
- 6 anos: Duas empresas (3.3%)
- 6 meses: Três empresas (5%)
- 8 anos: Três empresas (5%)
- 8 meses: Uma empresa (1.6%)
- 9 anos: Duas empresas (3.3%)

Ao analisarmos o tempo de formalização dessas empresas, percebemos que essa média diminuiu, mostrando que uma boa parte iniciou suas atividades antes da formalização, o que deve ser comparado aos dados de outros municípios amapaenses para buscar verificar se há uma tendência nesse sentido no estado. Das empresas participantes da amostra, cerca de 80% (81,1%) estão formalizadas há dois anos ou mais.

Número de pessoas empregadas pelo negócio:



- 1 funcionário: Treze empresas (21.6%)
- 2 funcionários: Vinte e duas empresas (36.6%)
- 3 funcionários: Doze empresas (20%)
- 4 funcionários: Uma empresa (1.6%)
- 5 funcionários: Quatro empresas (6.6%)
- 9 funcionários: Uma empresa (1.6%)
- 10 funcionários: Uma empresa (1.6%)
- 12 funcionários: Duas empresas (3.3%)
- 15 funcionários: Duas empresas (3.3%)
- 22 funcionários: Uma empresa (1.6%)

Aqui, percebemos que a maioria das empresas (78,2%) emprega até 03 funcionários, seguindo uma tendência nacional dos pequenos negócios. Esse fato mostra a importância da abertura de novas empresas para a geração de emprego e renda, uma vez que os pequenos negócios, normalmente, empregam poucos funcionários em cada CNPJ, mas, no montante, representam a maior parte da geração de empregos formais e informais do país.

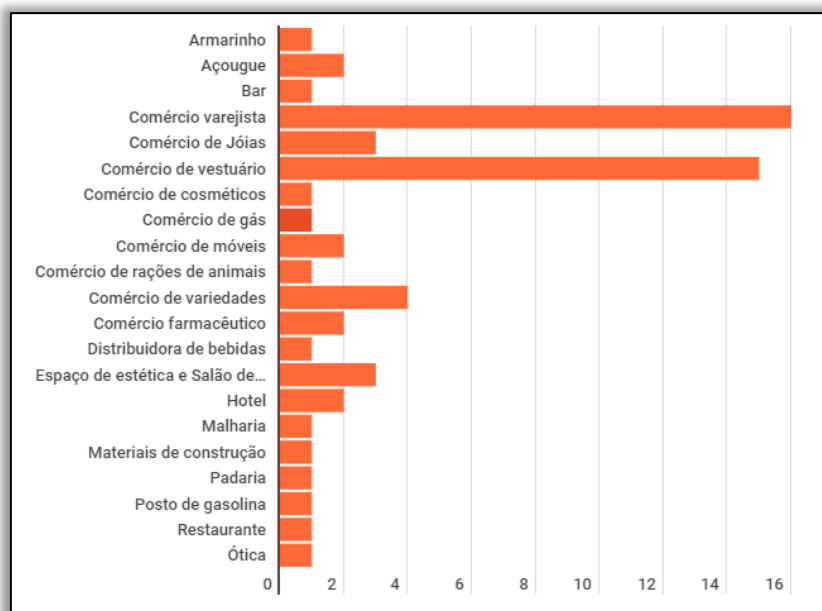
Optantes pelo Simples Nacional:



- Sim: 58 (96.6%)
- Não: 2 (3.3%)

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:



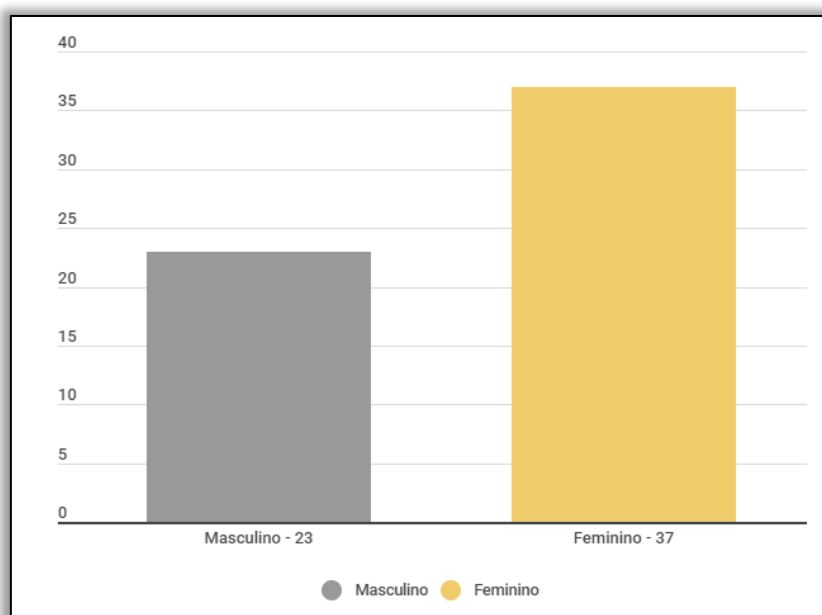
- Armarinho: 1 (1.6%)
- Açougue: 2 (3.3%)
- Bar: 1 (1.6%)

- Comércio varejista: 16 (26.6%)
- Comércio de joias: 3 (5%)
- Comércio de vestuário: 15 (25%)
- Comércio de cosméticos: 1 (1.6%)
- Comércio de gás: 1 (1.6%)
- Comércio de móveis: 2 (3.3%)
- Comércio de rações de animais: 1 (1.6%)
- Comércio de variedades: 4 (6.6%)
- Comércio farmacêutico: 2 (3.3%)
- Distribuidora de bebidas: 1 (1.6%)
- Espaço de estética e salão de beleza: 3 (5%)
- Hotel: 2 (3.3%)
- Malharia: 1 (1.6%)
- Materiais de construção: 1 (1.6%)
- Padaria: 1 (1.6%)
- Posto de gasolina: 1 (1.6%)
- Restaurante: 1 (1.6%)
- Ótica: 1 (1.6%)

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 de “Comércio varejista” (26,6%) e “Comércio de vestuário” (25%), que, juntas, representam mais da metade (51,6%) das atividades realizadas em Oiapoque, de acordo com a amostra.

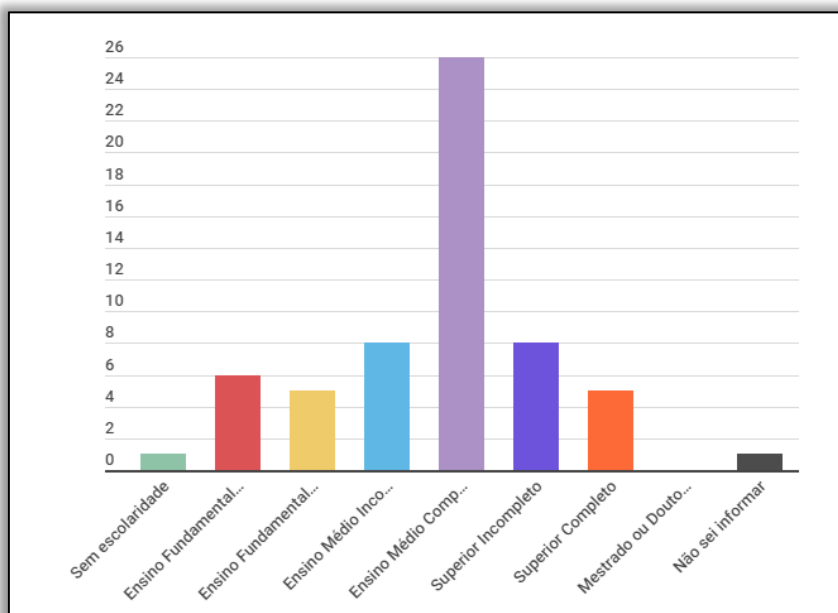
Gênero:



- Masculino: 23 (38.33%)
- Feminino: 37 (61.67%)

As mulheres apresentam maioria entre os empreendedores pesquisados no município, com presença de 61,67% dos respondentes.

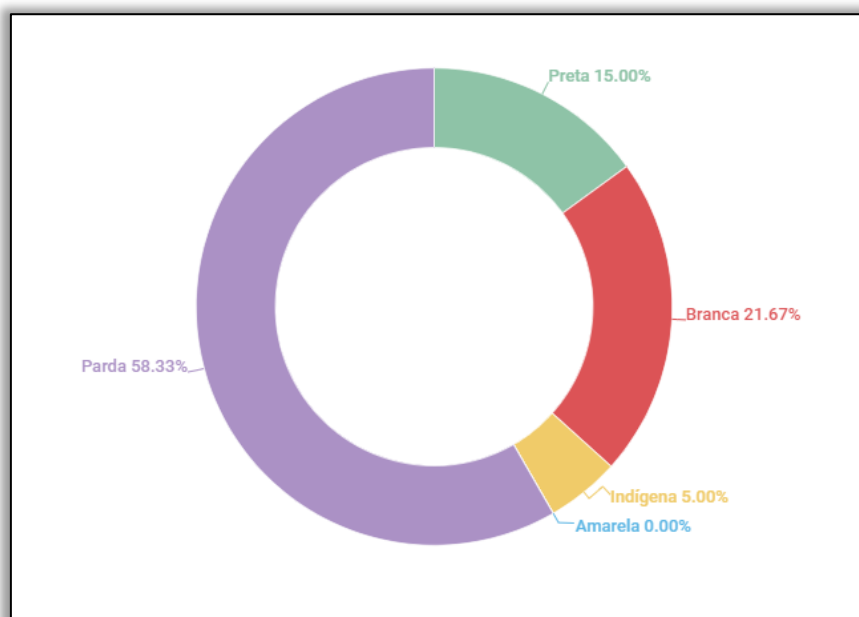
Escolaridade:



- Sem escolaridade: 1 (1.6%)
- Ensino Fundamental Incompleto: 6 (10%)
- Ensino Fundamental Completo: 5 (8.3%)
- Ensino Médio Incompleto: 8 (13.3%)
- Ensino Médio Completo: 26 (43.3%)
- Superior Incompleto: 8 (13.3%)
- Superior Completo: 5 (8.3%)
- Mestrado ou Doutorado: 0
- Não sei informar: 1 (1.6%)

Com relação à escolaridade, o Nível Médio Completo representa a maioria dos respondentes, com 43,3%.

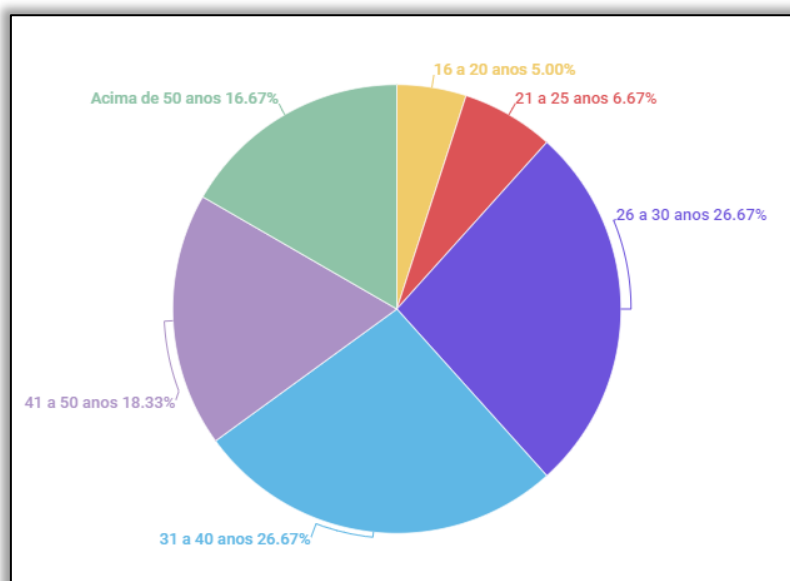
Raça:



- Preta: 9
- Branca: 13
- Parda: 35
- Amarela: 0
- Indígena: 3

Com relação à classificação por raça entre os respondentes, a maioria se autodeclara parda, representando 58,33% dos respondentes, o que apresenta mais que o dobro dos respondentes Brancos, segunda maior declaração na pesquisa, com 21,67%.

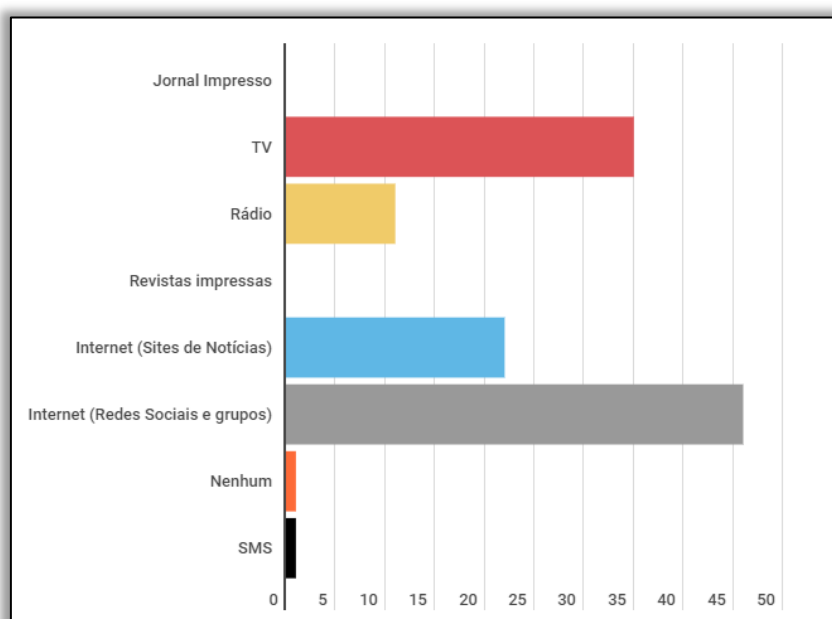
Faixa etária:



- 16 a 20 anos: 3 (5%)
- 21 a 25 anos: 4 (6.6%)
- 26 a 30 anos: 16 (26.6%)
- 31 a 40 anos: 16 (26.6%)
- 41 a 50 anos: 11 (18.3%)
- Acima de 50 anos: 10 (16.6%)

Com relação à idade dos respondentes, temos a maioria entre 26 e 40 anos, somando 53,2%.

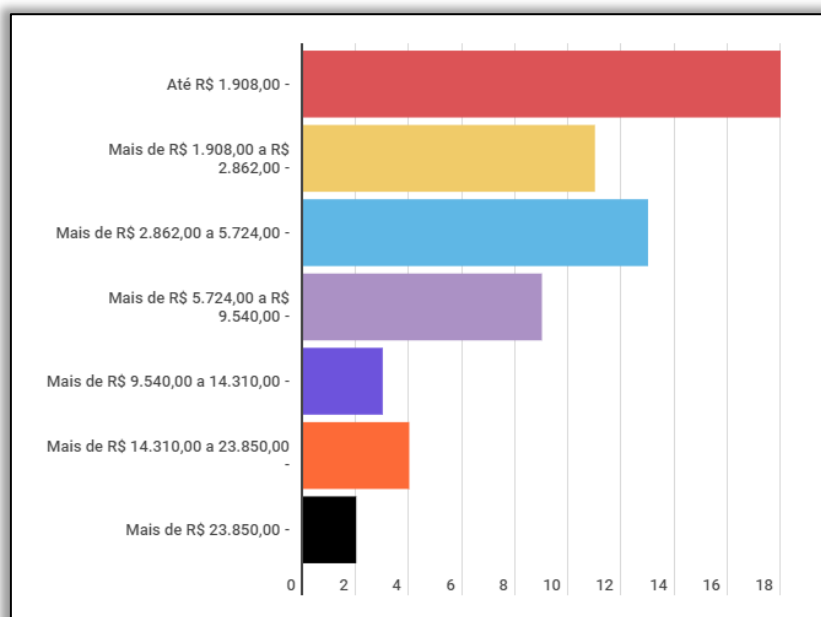
Meios utilizados para se manter informado:



- Jornal impresso: 0
- TV: 35 (58.3%)
- Rádio: 11 (18.3%)
- Revistas impressas: 0
- Internet (sites de notícias): 22 (36.6%)
- Internet (redes sociais e grupos): 46 (76.6%)
- Nenhum: 1 (1.6%)
- SMS: 1 (1.6%)

Os empresários de Oiapoque seguem a tendência nacional por informação, buscando na internet (76,6%) o meio principal de informações atualmente, seguido pela Televisão, com 58,3%. Interessante notar essa preferência por canais on-line, mesmo o acesso à internet no município não ser ofertado de forma regular.

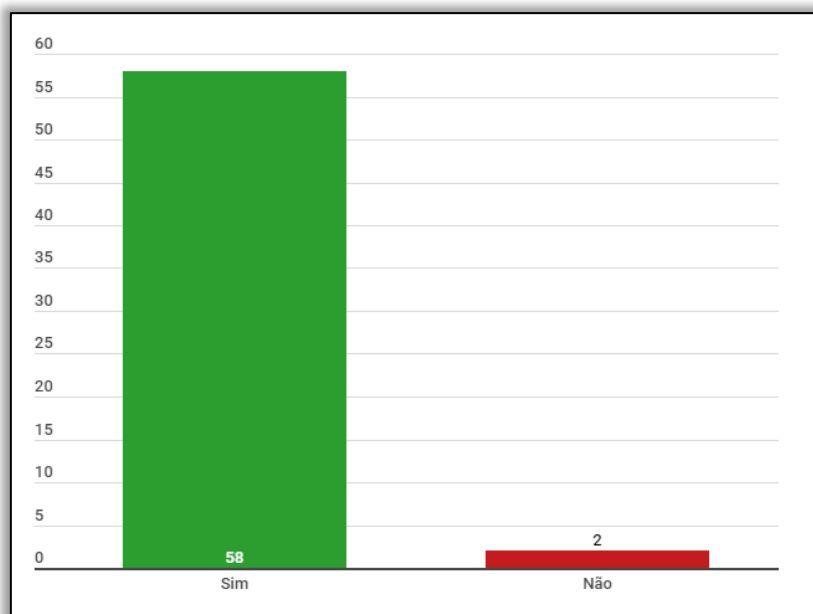
Renda média familiar mensal originada do empreendimento:



- Até R\$ 1.908,00: 18 (30%)
- Mais de R\$ 1.908,00 a 2.862,00: 11 (18.3%)
- Mais de R\$ 2.862,00 a 5.724,00: 13 (21.6%)
- Mais de R\$ 5.724,00 a R\$ 9.540,00: 9 (15%)
- Mais de R\$ 9.540,00 a 14.310,00: 3 (5%)
- Mais de R\$ 14.310,00 a 23.850,00: 4 (6.6%)
- Mais de R\$ 23.850,00: 2 (3.3%)

Neste ponto, destacamos que a maior parte dos empresários tem a menor faixa de renda entre as opções da pesquisa, com 30% recebendo até R\$ 1.908,00. A segunda opção mais respondida é entre R\$ 2.862,00 e R\$ 5.724,00, com 21.6%.

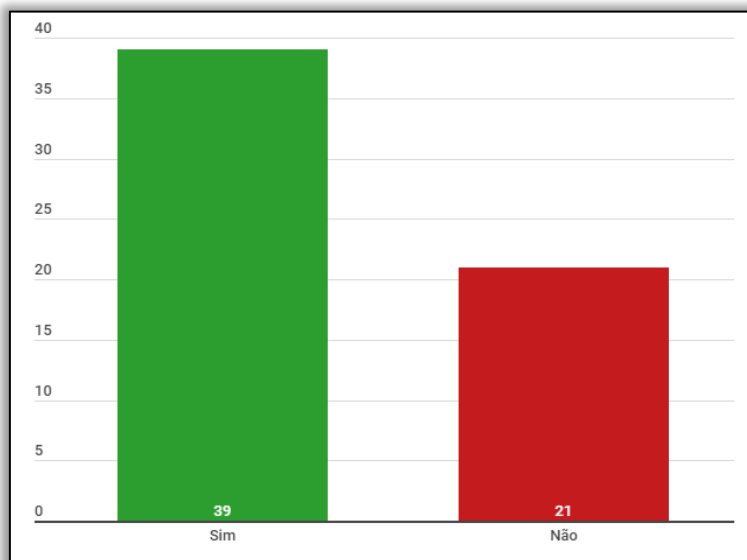
Satisfeitos com a localização:



- Sim: 58 (96.67%)
- Não: 2 (3.33%)

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

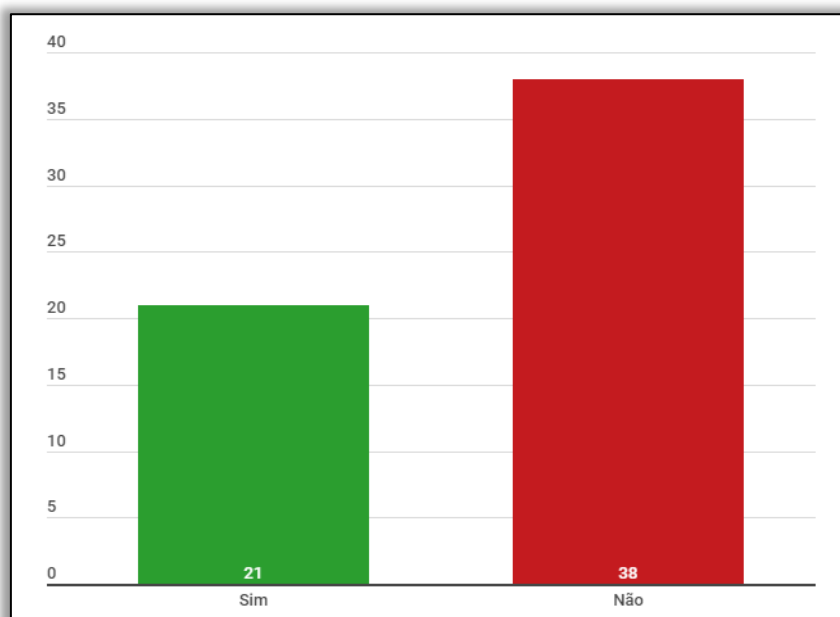
Satisfeitos com a estrutura física:



- Sim: 39 (65%)
- Não: 21 (35%)

Em relação à estrutura física, a maioria (65%) está satisfeita, mas vemos uma preocupação quanto à melhoria ou adequações nessa estrutura por parte de 35% (mais de 1/3) dos respondentes.

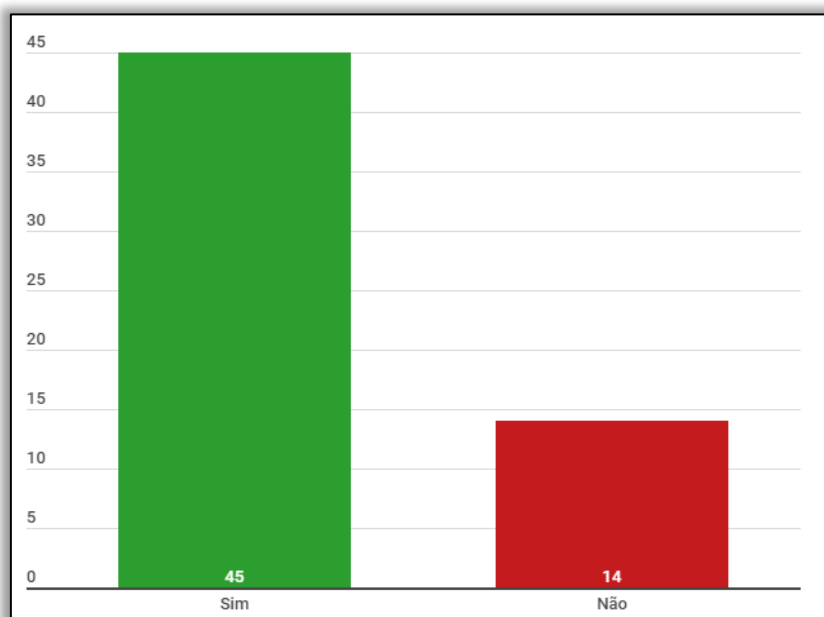
Satisfeitos com a presença na internet:



- Sim: 21 (35.60%)
- Não: 38 (64.40%)

Nesse ponto, percebemos a grande insatisfação dos empreendedores quanto à presença de sua empresa na internet, com 64,4% 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 Oiapoque.

Satisfeitos com os equipamentos utilizados:

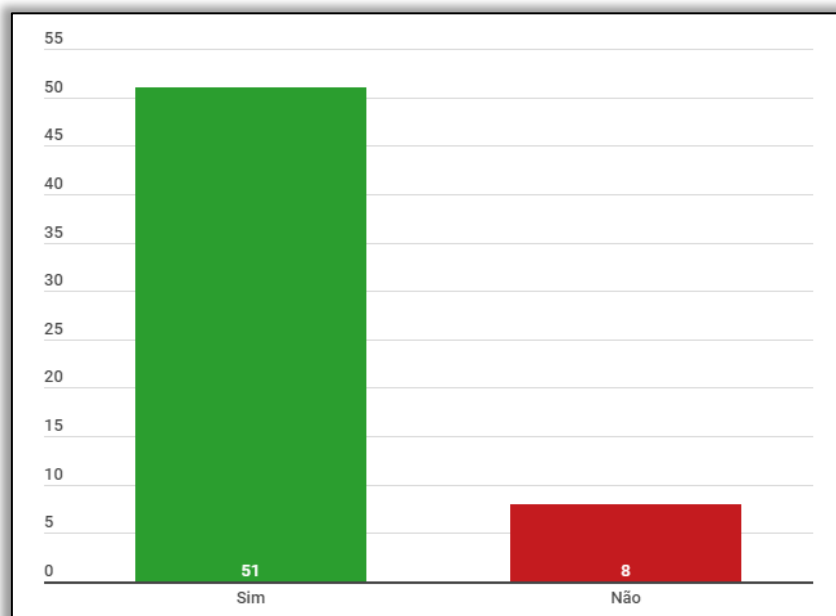


- Sim: 45 (76.27%)

- Não: 14 (23.73%)

Com relação aos equipamentos utilizados na empresa, de forma geral, a maioria demonstra satisfação, com 76,27% das respostas.

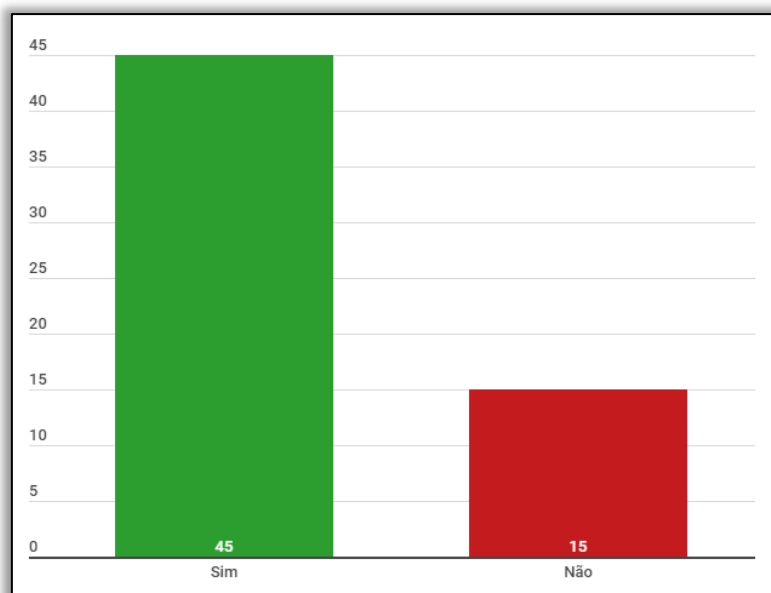
Satisfeitos com a exposição de produtos para clientes:



- Sim: 51 (86.44%)
- Não: 8 (13.56%)

Da mesma forma, a maioria diz estar satisfeito com relação à exposição dos seus produtos para os clientes, com 86,44% das respostas.

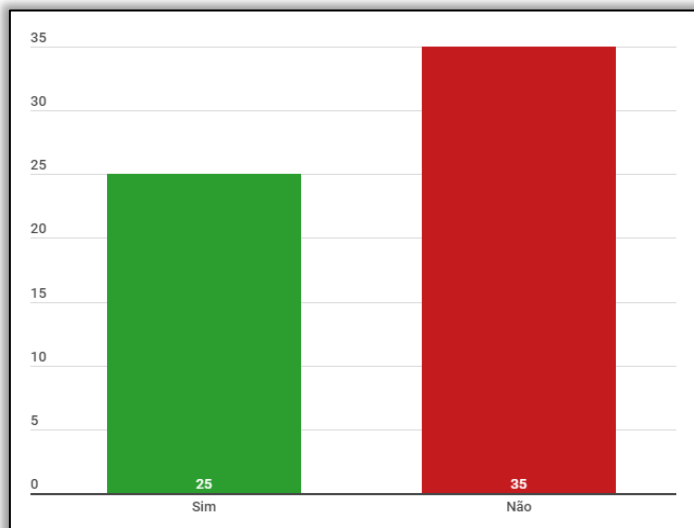
Satisfeitos com a organização de estoque:



- Sim: 45 (75%)
- Não: 15 (25%)

Sobre o estoque, também não encontramos problemas para 3/4 dos respondentes, ou 75%.

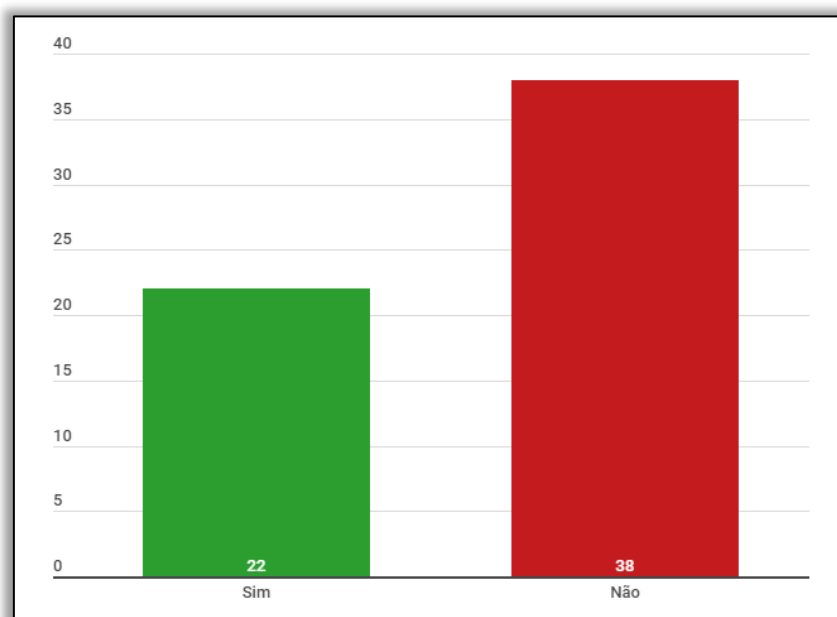
Satisfeitos com o resultado das vendas nos últimos 12 meses:



- Sim: 25 (41.67%)
- Não: 35 (58.33%)

Neste ponto, percebemos a insatisfação com relação às vendas nos últimos 12 meses, com 58,33% das respostas, provavelmente provocadas pela crise do Coronavírus, de repercussão mundial.

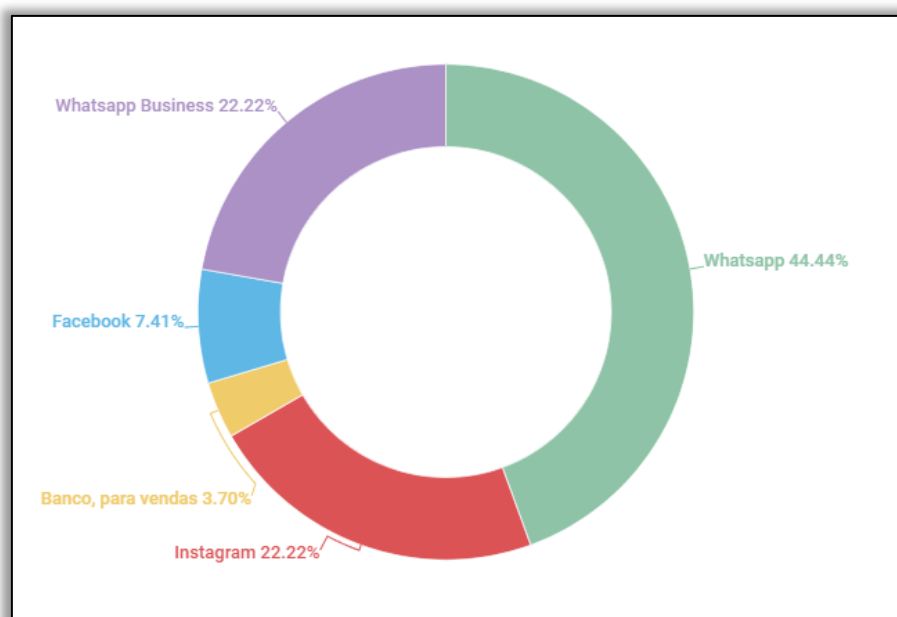
É utilizado algum aplicativo para ajudar nas vendas:



- Sim: 22 (36.67%)
- Não: 38 (63.33%)

Detalhando o uso de tecnologia pelos empresários, observamos que a maioria (63,33%), quase 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 Oiapoque.

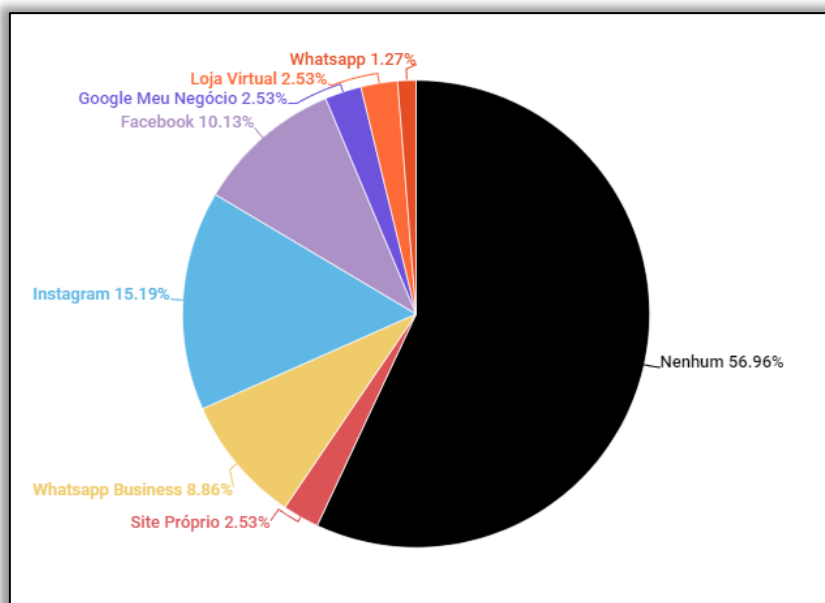
Qual aplicativo é utilizado:



- Whatsapp Business: 6 (22.22%)
- Facebook: 2 (7.41%)
- Banco, para vendas: 1 (3.70%)
- Whatsapp: 12 (44.44%)
- Instagram: 6 (22.22%)

Para quem usa algum aplicativo de auxílio às vendas, o WhatsApp foi o mais citado, com 44,44% das respostas, seguido pelo Instagram e pelo WhatsApp Business (versão indicada para vendas), ambos com 22,22% das respostas.

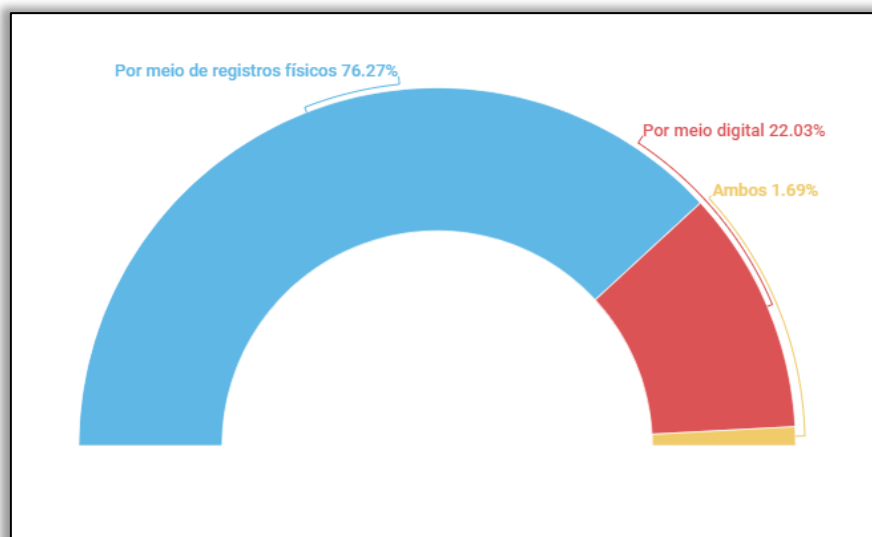
Em relação à presença na internet, a empresa possui:



- Nenhum: 45 (59.96%)
- Site próprio: 2 (2.53%)
- Whatsapp Business: 7 (8.86%)
- Instagram: 12 (15.19%)
- Facebook: 8 (10.13%)
- Google Meu Negócio: 2 (2.53%)
- Loja Virtual: 2 (2.53%)
- Whatsapp: 1 (1.27%)

Aqui, confirmamos a informação que vinha se desenhando nas respostas anteriores quanto ao uso de tecnologia pelos empreendedores de Oiapoque. A maioria, 59,96% dos respondentes, afirma não utilizar nenhum recurso que possibilite sua empresa ser localizada e vender pela internet. Somente 2,53% afirmam possuir site próprio para a empresa.

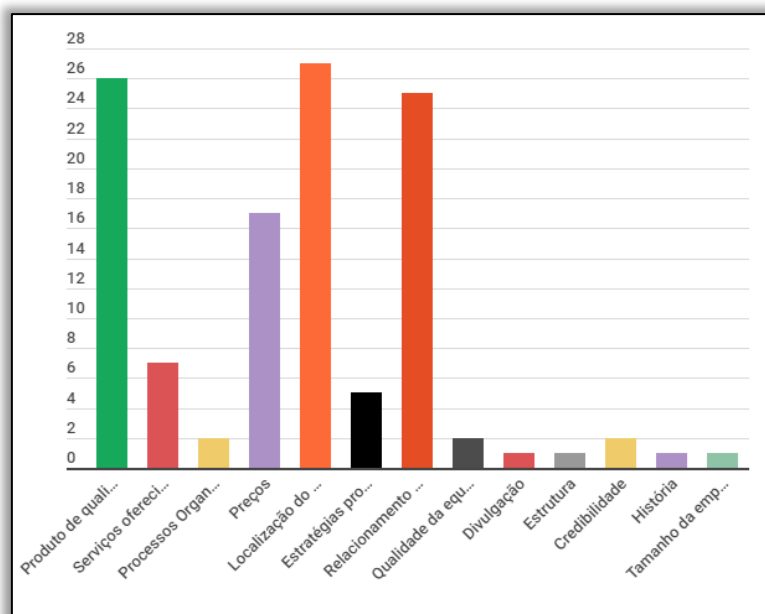
Como é realizada a gestão da empresa:



- Por meio de registros físicos (papel, caderno): 45 (76.27%)
- Por meio digital (Aplicativos e sistemas de gestão): 13 (22.03%)
- Ambos: 1 (1.69%)

Outro ponto que evidencia o baixo uso de tecnologia pelas empresas de Oiapoque é sobre a gestão. Mais de 3/4 das empresas (76,27%) afirmam utilizar meios físicos, como papel e caderno, para realizar a gestão de seu negócio.

Maior vantagem competitiva em relação aos concorrentes no mercado?

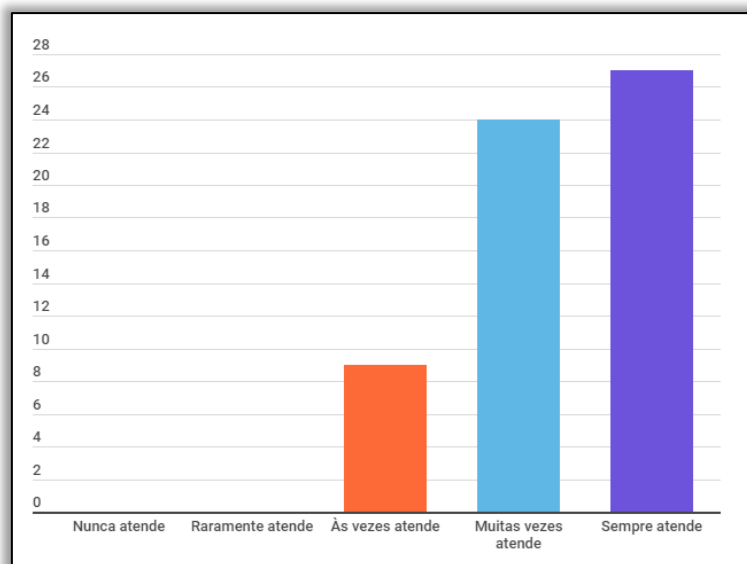


- Produto de qualidade: 26 (43.3%)
- Serviços oferecidos: 7 (11.6%)
- Processos Organizacionais: 2 (3.3%)
- Preços: 17 (28.3%)

- Localização do empreendimento: 27 (45%)
- Estratégias promocionais: 5 (8.3%)
- Relacionamento com os clientes: 25 (41.6%)
- Qualidade da equipe: 2 (3.3%)
- Divulgação: 1 (1.6%)
- Estrutura: 1 (1.6%)
- Credibilidade: 2 (3.3%)
- História: 1 (1.6%)
- Tamanho da empresa: 1 (1.6%)

Com relação à competitividade, os principais fatores de destaque foram, nessa ordem: “Localização do empreendimento” (45%); “Produto de qualidade” (43.3%); e “Relacionamento com os clientes” (41.6%).

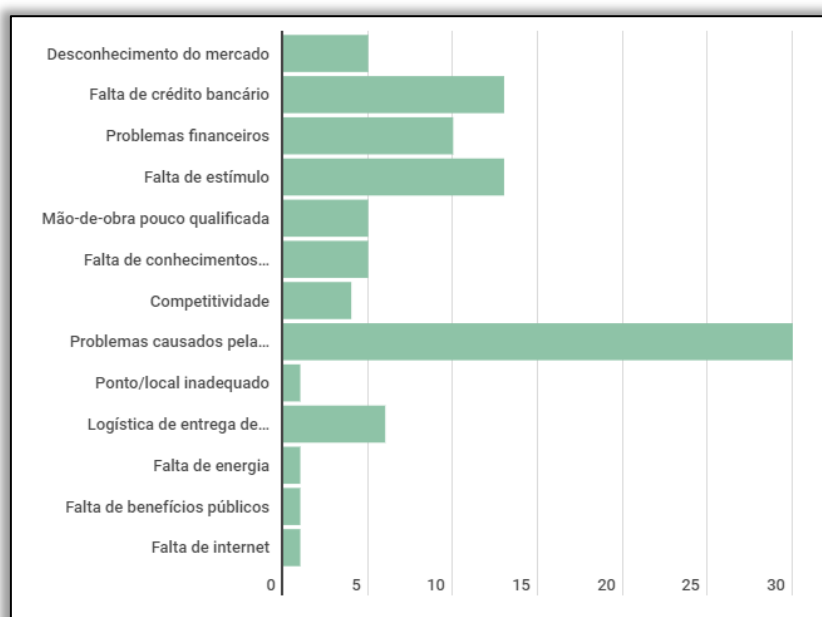
A qualidade dos produtos/serviços oferecidos aos clientes:



- Nunca atende: 0
- Raramente atende: 0
- Às vezes atende: 9 (15%)
- Muitas vezes atende: 24 (40%)
- Sempre atende: 27 (45%)

Neste ponto da pesquisa, confirmamos a confiança do empreendedor em Oiapoque na qualidade dos produtos/serviços que são oferecidos ao mercado, com 85% de respostas positivas.

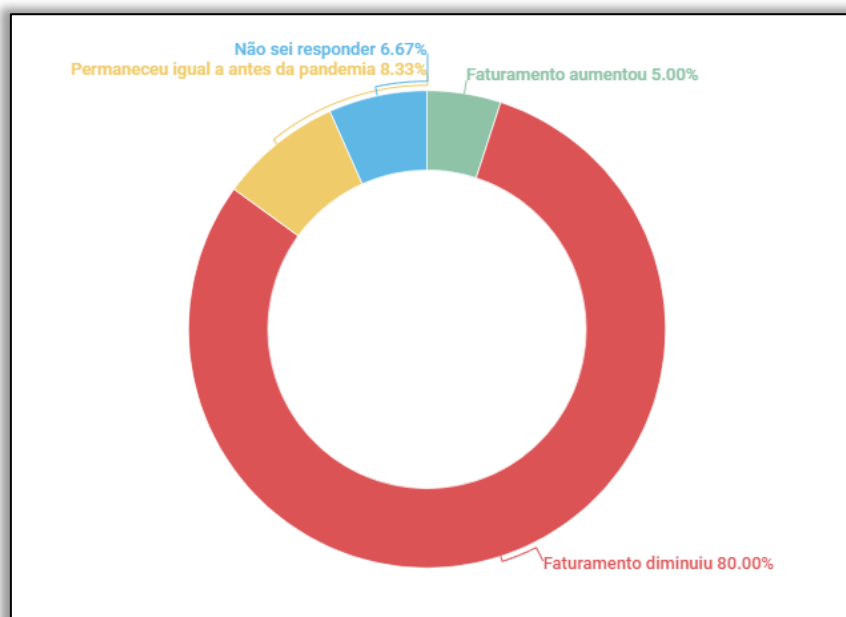
Principais dificuldades encontradas na condução das atividades:



- Desconhecimento do mercado: 5 (8.3%)
- Falta de crédito bancário: 13 (21.6%)
- Problemas financeiros: 10 (16.6%)
- Falta de estímulo: 13 (21.6%)
- Mão-de-obra pouco qualificada: 5 (8.3%)
- Falta de conhecimento gerenciais: 5 (8.3%)
- Competitividade: 4 (6.6%)
- Problemas causados pela pandemia: 30 (50%)
- Ponto/local inadequado: 1 (1.6%)
- Logística de entrega de mercadoria: 6 (10%)
- Falta de energia: 1 (1.6%)
- Preços de frete: 1 (1.6%)
- Falta de Benefícios públicos: 1 (1.6%)
- Falta de internet: 1 (1.6%)

Com relação às principais dificuldades encontradas pelos empreendedores em Oiapoque, a que obteve destaque frente a todas as outras opções foi “Problemas causados pela pandemia”, afetando 50% dos respondentes na pesquisa.

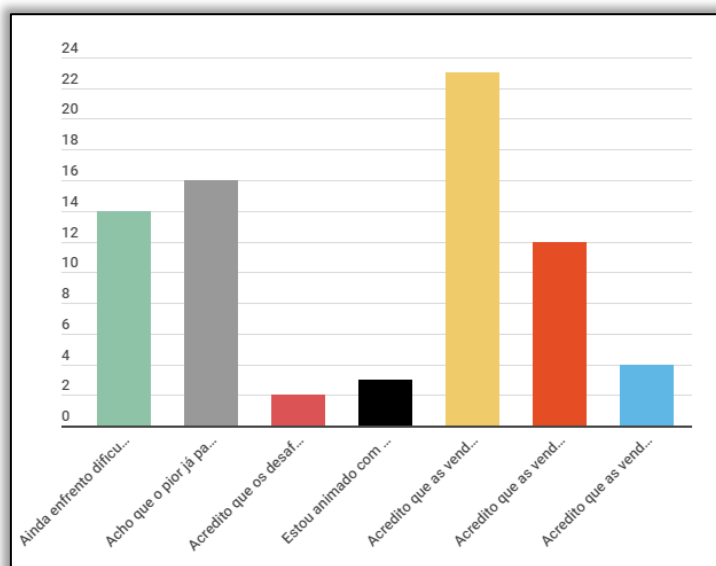
O faturamento em relação a crise do Coronavírus:



- Faturamento diminuiu: 48 (80%)
- Faturamento aumentou: 3 (5%)
- Permaneceu igual a antes da pandemia: 5 (8.3%)
- Não sei responder: 4 (6.6%)

Avançando na questão anterior, verificamos que para a grande maioria (80%) 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 de Oiapoque neste contexto. Avaliando as outras informações obtidas nas respostas anteriores, acreditamos que o investimento em tecnologia possa ser uma alternativa a ser considerada neste sentido.

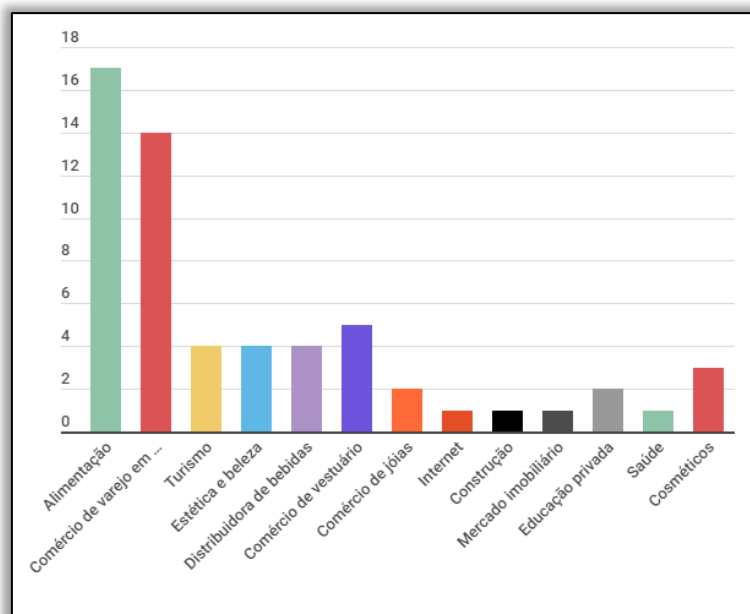
Em relação aos impactos da Covid-19 na empresa:



- Ainda enfrento dificuldades: 14 (23.3%)
- Acho que o pior já passou: 16 (26.6%)
- Acredito que os desafios trouxeram mudanças positivas: 2 (3.3%)
- Estou animado com as novas possibilidades que podem surgir: 3 (5%)
- Acredito que as vendas vão melhorar ainda este ano: 23 (38.3%)
- Acredito que as vendas vão melhorar somente em 2022: 12 (20%)
- Acredito que as vendas vão melhorar em dois anos ou mais: 4 (6.6%)

Neste ponto, percebemos o nível de otimismo do empresário em Oiapoque. A maioria dos respondentes (38,3%) acredita que as vendas vão melhorar ainda este ano de 2021; 26,6% acreditam que o pior já passou. Porém, 23,3% declaram que ainda enfrentam dificuldades na empresa devido à pandemia. E 20% afirmam que as vendas devem melhorar somente no próximo ano, 2022.

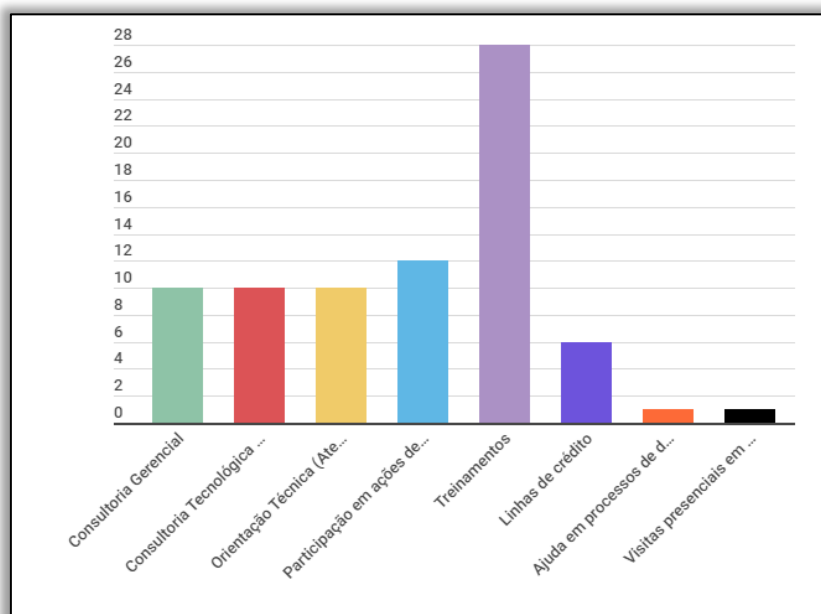
Hoje, para os empresários, a melhor área de investimento para quem vai abrir um novo negócio em Oiapoque:



- Alimentação: 17 (28.3%)
- Comércio de varejo em geral: 14 (23.3%)
- Turismo: 4 (6.6%)
- Estética e beleza: 4 (6.6%)
- Distribuidora de bebidas: 4 (6.6%)
- Comércio de vestuário: 5 (8.3%)
- Comércio de jóias: 2 (3.3%)
- Internet: 1 (1.6%)
- Construção: 1 (1.6%)
- Mercado imobiliário: 1 (1.6%)
- Educação privada: 2 (3.3%)
- Saúde: 1 (1.6%)
- Cosméticos: 3 (5%)

Neste ponto, buscamos observar a percepção do empreendedor sobre as áreas de investimento mais viáveis em Oiapoque para quem quer empreender. É possível observar um destaque para área de Alimentação, com 28,3% das respostas, e Comércio de varejo em geral, com 23,3%. 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: 10 (16.6%)
- Consultoria Tecnológica (SebraeTec): 10 (16.6%)
- Orientação Técnica (Atendimento Sebrae): 10 (16.6%)
- Treinamentos: 28 (46.6%)
- Participação em ações de mercado (Feiras, Missões, Rodadas de negócios etc.): 12 (20%)
- Linhas de crédito: 6 (10%)
- Ajuda em processos de divulgação: 1 (1.6%)
- Visitas presenciais em empresas 1 (1.6%)

Percebemos, nesse ponto, a clara manifestação do desejo do empreendedor por mais ações de qualificação promovidas pelo Sebrae, com 46,6% das respostas, seguido por participação em ações de mercado, com 20% das respostas.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os dados apresentados no presente estudo, através de fontes secundárias, primárias e na oficina de potencialidades econômicas, possibilitam uma análise bastante completa acerca do empreendedorismo no município de Oiapoque.

O município concentra uma das maiores quantidades de empresas do interior do estado, aproveitando sua localização de fronteira e outros pontos fortes, como a possibilidade de trabalhar com moedas (Euro) e com ouro, a presença da agricultura familiar, o investimento de instituições de ensino superior, entre outros fatores.

Esse cenário possibilita a manutenção e solidificação de empresas embasadas há muitos anos em Oiapoque, demonstrando a viabilidade do empreendedorismo naquela região.

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 novos negócios no município. Ao lado de negócios mais antigos e já sólidos, percebemos um baixo número de empresas novas, que pode ser um ponto de atenção para o futuro do empreendedorismo na cidade.

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.