



APRESENTAÇÃO DE RESULTADOS DE
CONSULTORIA EM PESQUISA

ESTUDO DE POTENCIALIDADES ECONÔMICAS DO MUNICÍPIO DE PORTO GRANDE

OUTUBRO 2021

SEBRAE

Presidente do Conselho Deliberativo Estadual

Luiz Iraçu Guimarães Colares

Diretor Superintendente

Waldeir Garcia Ribeiro

Diretora Técnica

Marciane Costa Espírito 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	06
3	RESULTADOS	08
4	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	47

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 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 Porto Grande** 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 Porto Grande possui 22.452 habitantes e está localizado a 108 quilômetros de Macapá. O acesso é pela rodovia federal BR-156 e a viagem até a região conta com um trecho todo asfaltado.

Faz limite com os municípios de Macapá, Ferreira Gomes, Mazagão, Pedra Branca e Santana. Economicamente, Porto Grande se destaca como grande produtor de frutas, como abacaxi e laranja, além de milho. O funcionalismo público também movimenta a economia da região.

No setor primário, são prósperas as criações de bovinos, bubalinos e suínos. Destaca-se, também, o setor extrativista vegetal, com a exploração do pinho (pinus) por companhia multinacional, que extrai a celulose para a fabricação de papel. No setor secundário, há a extração do dendê, por uma multinacional, além de exploração mineral. O município é o principal produtor de areia e seixo do estado.

Quanto ao turismo, Porto Grande é conhecido pela realização do Festival do Abacaxi, no mês de setembro. Mais recentemente, também foram introduzidos os festivais da laranja e do milho. A região também é conhecida pelo balneário existente na orla da cidade, banhada pelo rio Araguari.

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 foram adotadas como forma de segurança aos colaboradores e empresários frente à situação de Covid-19.

Universo a ser pesquisado

Em Porto Grande, o número total de empresas formais registradas, de acordo com o DataSebrae (julho, 2021) é de 524, 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, umentaremos essa amostra para até 5%, de forma a trazer uma representação maior ao se avaliar cada município individualmente. Assim, chegamos ao número de 27 empresas como amostra geral para este trabalho em Porto Grande, estratificadas seguindo a proporção segmentada por porte das empresas. Assim, temos:

UNIVERSO: 524 empresas

AMOSTRA 5%: 27 empresas

AMOSTRA POR PORTE:

- ME: 12

- MEI: 11

- EPP: 03

- 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 foi feita por meio de questionário impresso, idêntico ao eletrônico, para posterior transcrição dos dados coletados para o sistema Google.

3 RESULTADOS MUNICÍPIO DE PORTO GRANDE

PESQUISA DE DADOS SECUNDÁRIOS

Habitantes: 22.452 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\$ 15.834,25 (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).

Contexto Econômico:

Localizado na região central do Estado, o município de Porto Grande está situado a 108 quilômetros de Macapá. O acesso é pela rodovia federal BR-156 e a viagem até a região conta com um trecho todo asfaltado.

Faz limite com os municípios de Macapá, Ferreira Gomes, Mazagão, Pedra Branca e Santana. Economicamente, Porto Grande se destaca como grande produtor de frutas como abacaxi e laranja, além de milho. O funcionalismo público também movimenta a economia da região.

No setor primário são prósperas criações de bovinos, bubalinos e suínos. Destaca-se, também, o setor extrativista vegetal, a exploração do pinho (pinus) por companhia multinacional, que extrai a celulose para a fabricação de papel. No setor secundário há a extração do dendê, por uma multinacional, além de exploração mineral. O município é o principal produtor de areia e seixo do Estado.

Quanto ao turismo, Porto Grande é conhecido pela realização do Festival do Abacaxi, no mês de setembro. Mais recentemente, também introduzidos os festivais da laranja e do milho. A região é conhecida pelo balneário existente na orla da cidade, banhada pelo rio Araguari.

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

Educação:

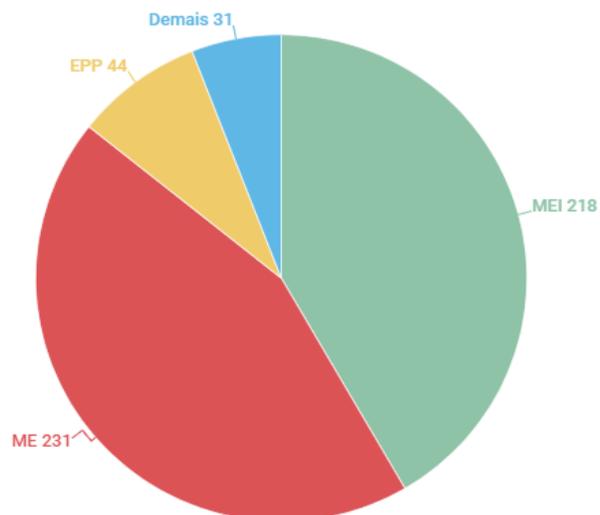
	Escolas	Número de alunos matriculados	Número de professores
Ensino médio	5	950	344
Ensino Fundamental	27	4.056	

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:

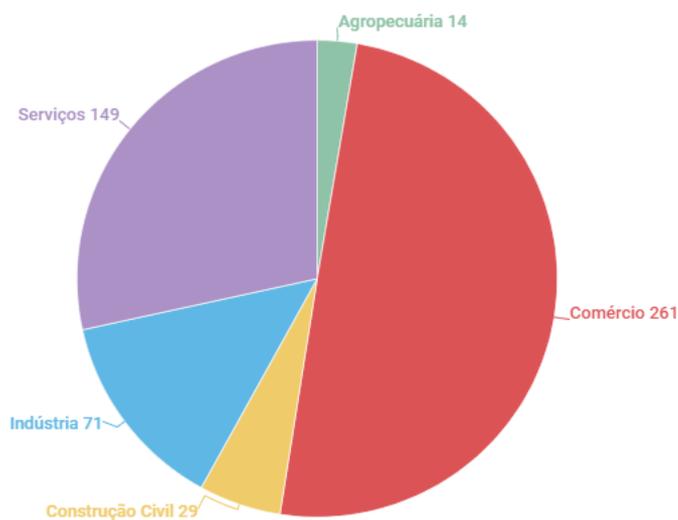


Empresas por porte:



Fonte: Datasebrae, Receita Federal, 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, 2021

MEI por gênero:



Fonte: Receita Federal, 2021

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

Número de empregos formais: 1.032 — Fonte: CAGED,2019

(https://bi.mte.gov.br/bgcaged/caged_perfil_municipio/index.php)

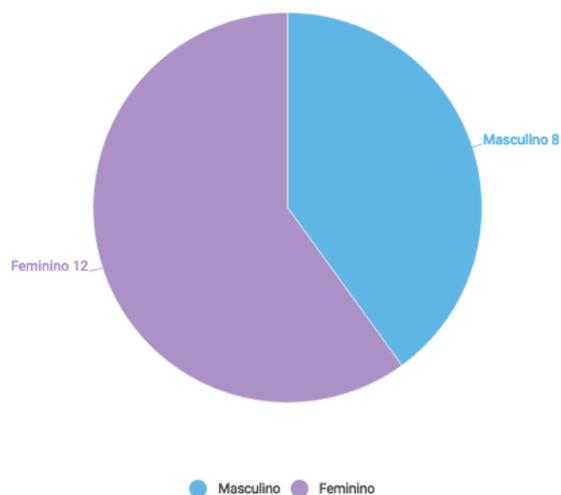
Beneficiários do Bolsa Família: 8.698 pessoas Fonte: MDS, maio de 2021

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

Principais CNAEs:

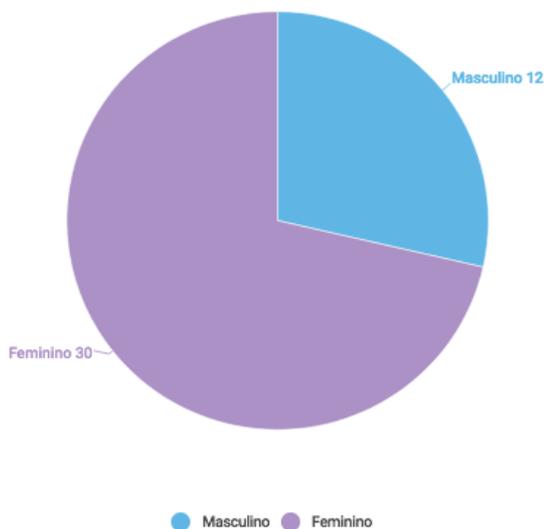
1. Comércio varejista de mercadorias em geral, com predominância de produtos alimentícios – minimercados, mercearias e armazéns – 50 estabelecimentos

MEI por gênero na CNAE:



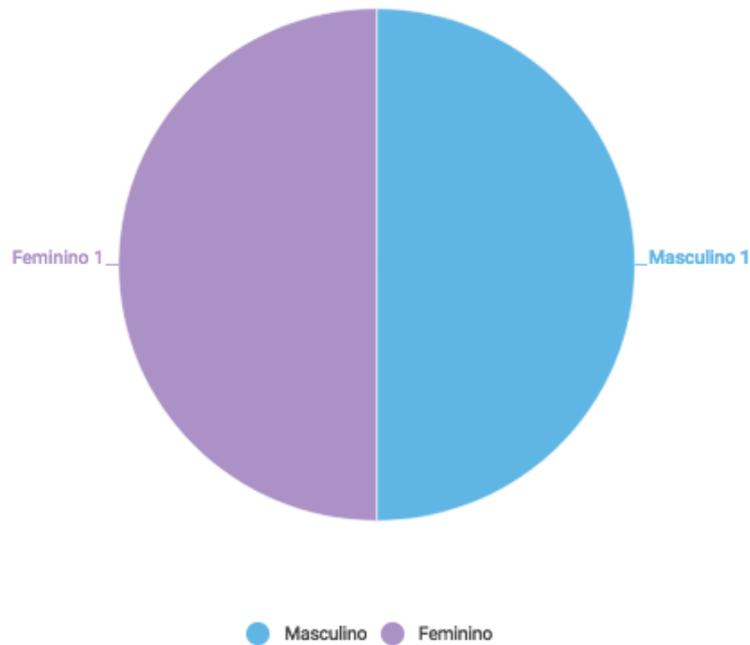
2. Comércio varejista de artigos de vestuário e acessórios – 42 estabelecimentos

MEI por gênero na CNAE:



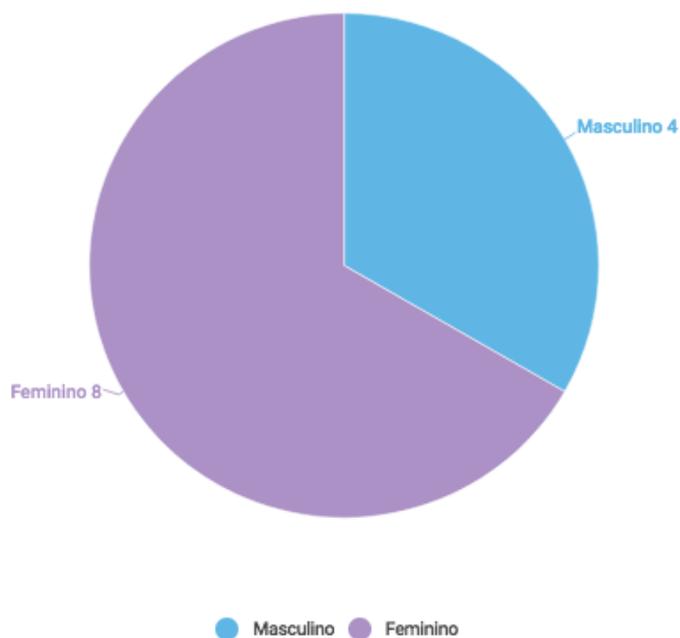
3. Comércio varejista de materiais de construção em geral – 13 estabelecimentos

MEI por gênero na CNAE:

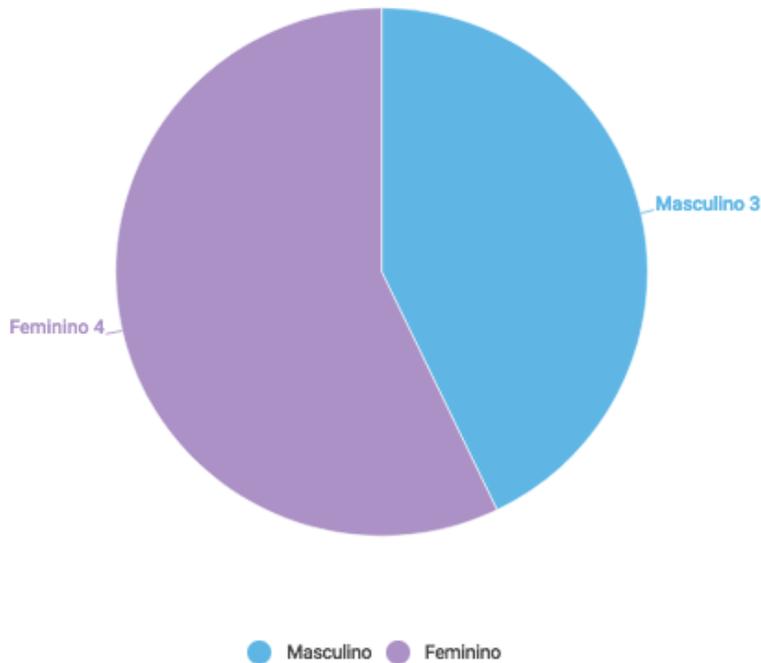


4. Lanchonetes, casas de chá, de sucos e similares – 12 estabelecimentos

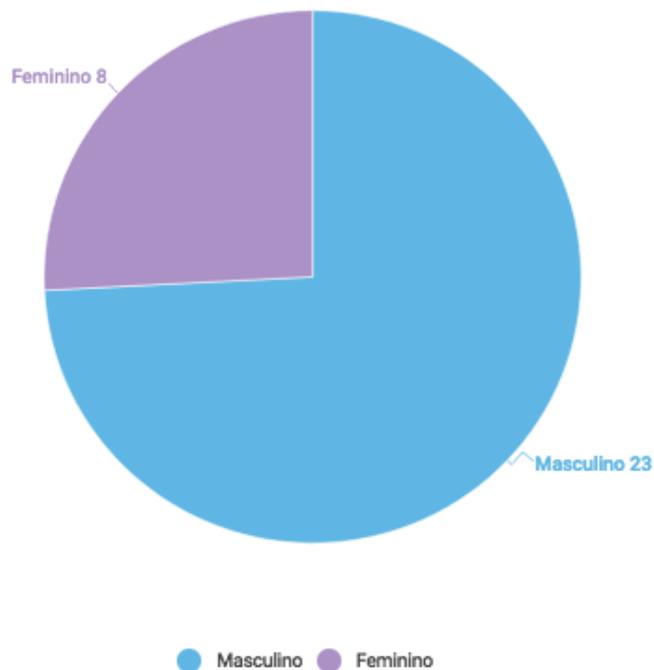
MEI por gênero na CNAE:



5. Restaurantes e similares – 12 estabelecimentos
MEI por gênero na CNAE:

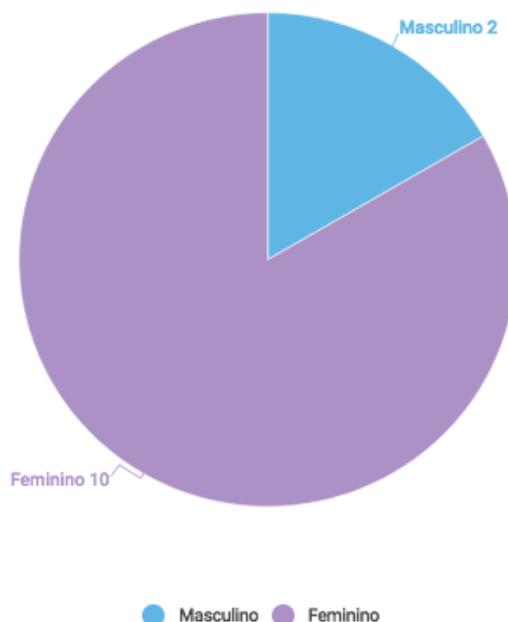


6. Transportes escolares – 11 estabelecimentos
MEI por gênero na CNAE:



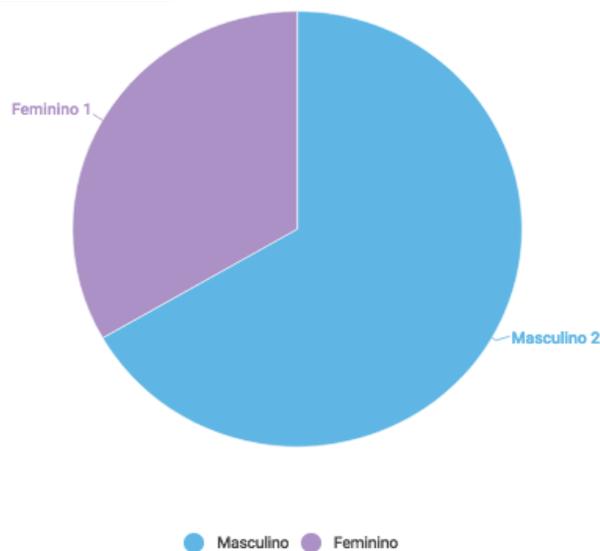
7. Comércio varejista de cosméticos, produtos de perfumaria e de higiene pessoal – 10 estabelecimentos

MEI por gênero na CNAE:



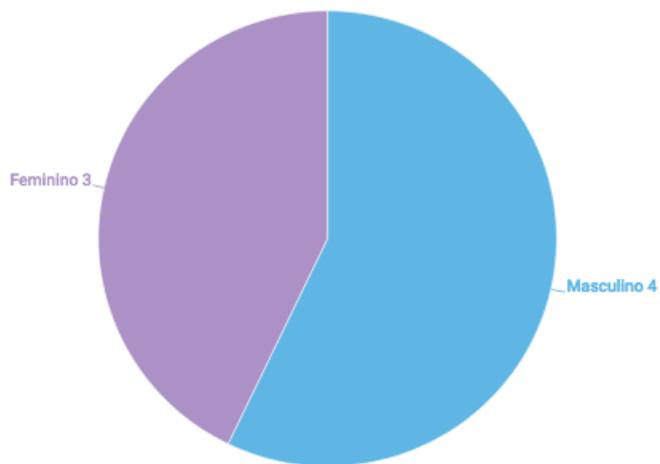
8. Comércio a varejo de peças e acessórios novos para veículos automotores – 9 estabelecimentos

MEI por gênero na CNAE:



9. Comércio varejista de bebidas – 9 estabelecimentos

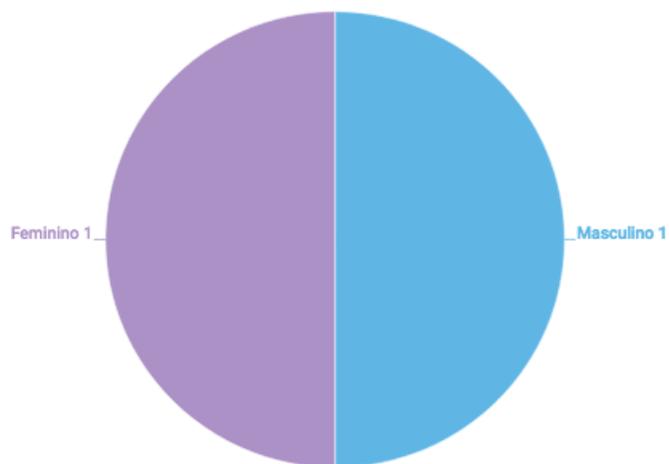
MEI por gênero na CNAE:



● Masculino ● Feminino

Construção de edifícios – 9 estabelecimentos

MEI por gênero na CNAE:

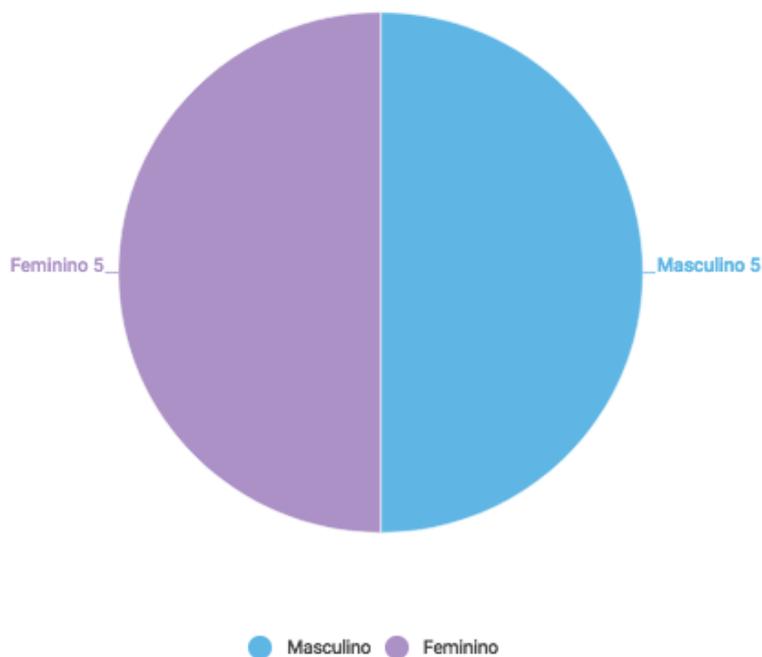


● Masculino ● Feminino

10.

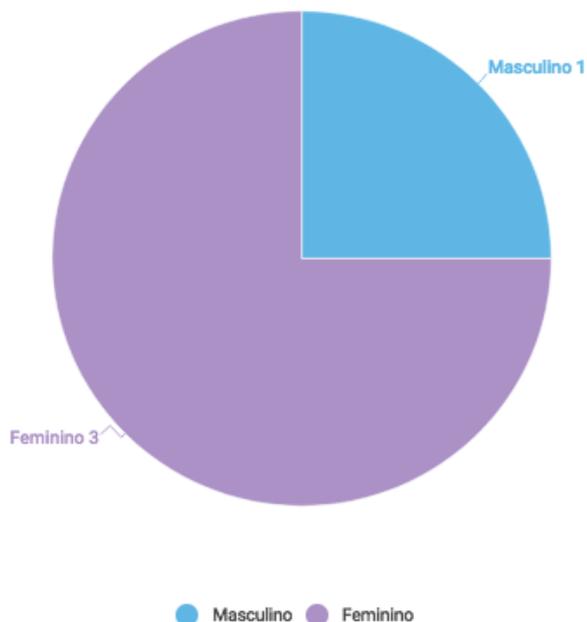
11. Cabeleireiros, manicure e pedicure – 8 estabelecimentos

MEI por gênero na CNAE:



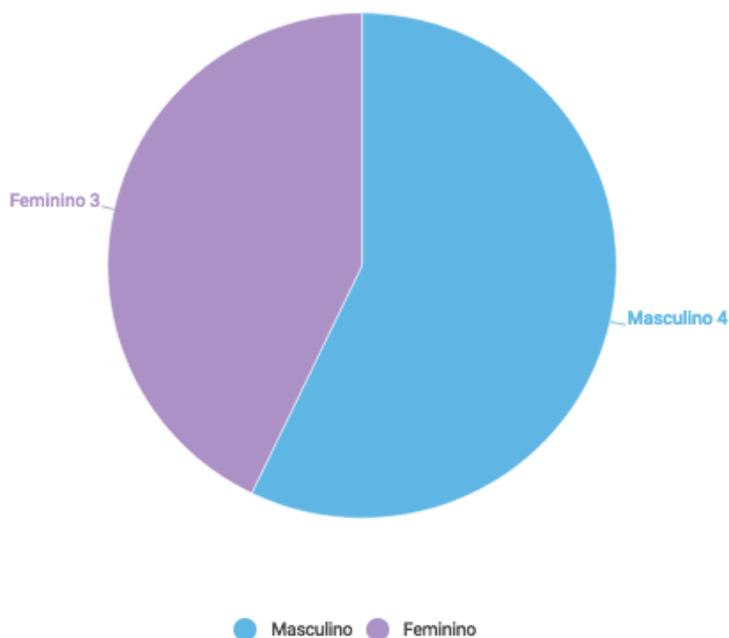
12. Lojas de variedades, exceto lojas de departamentos ou magazines – 7 estabelecimentos

MEI por gênero na CNAE:



13. Promoção de vendas – 6 estabelecimentos

MEI por gênero na CNAE:



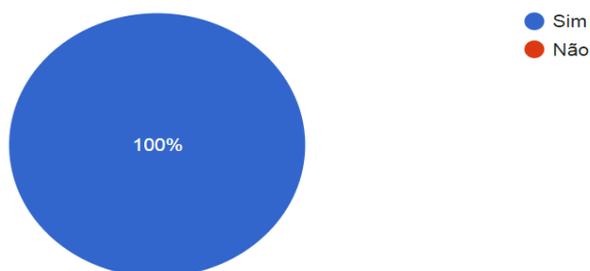
PESQUISA DE DADOS PRIMÁRIOS

Seguindo a amostra para o município, participaram desta pesquisa 27 empresas, representando 5% do universo.

A empresa é formalizada?

A empresa é formalizada?

27 respostas

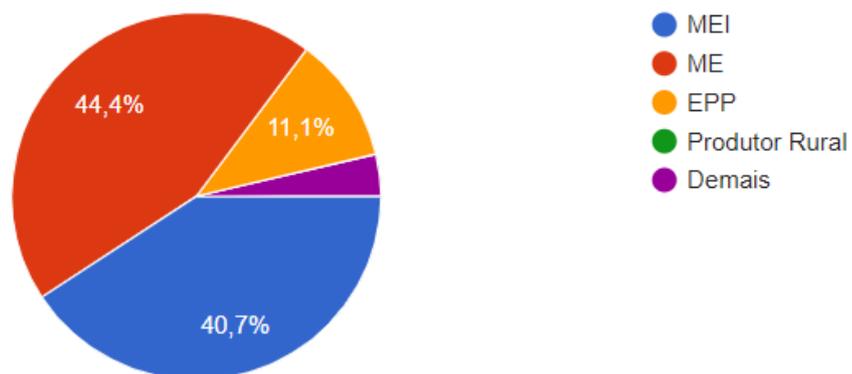


- Empresas formalizadas: 27
- Não formalizadas: 0

Porte da empresa:

Porte da empresa?

27 respostas

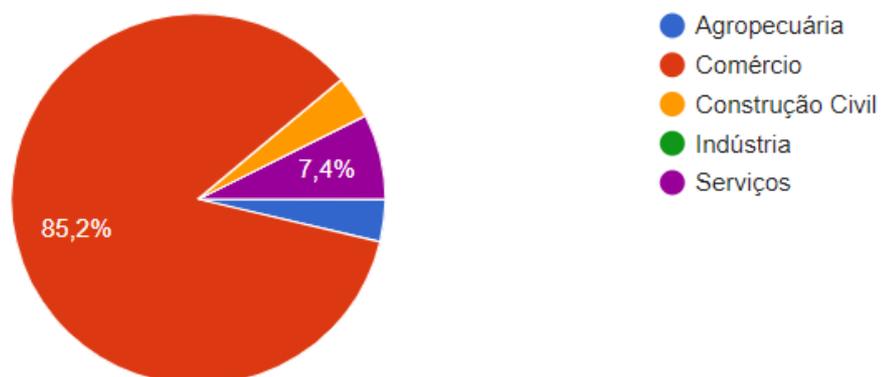


- MEI: 11
- ME: 12
- EPP: 3
- Demais: 1

Setor principal da empresa:

Setor principal:

27 respostas

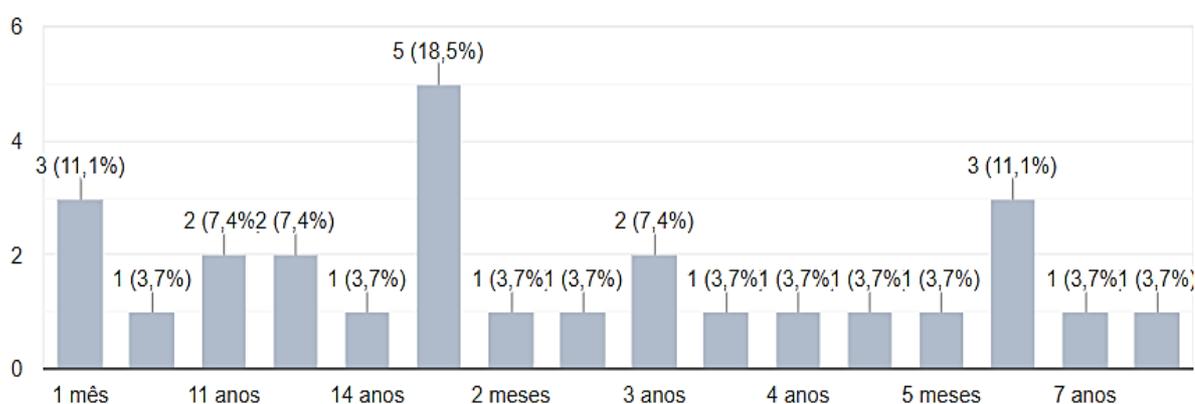


- Agropecuária: 1
- Indústria: 0
- Construção Civil: 1
- Serviços: 2
- Comércio: 23

Tempo de atividade:

Tempo de empresa:

27 respostas

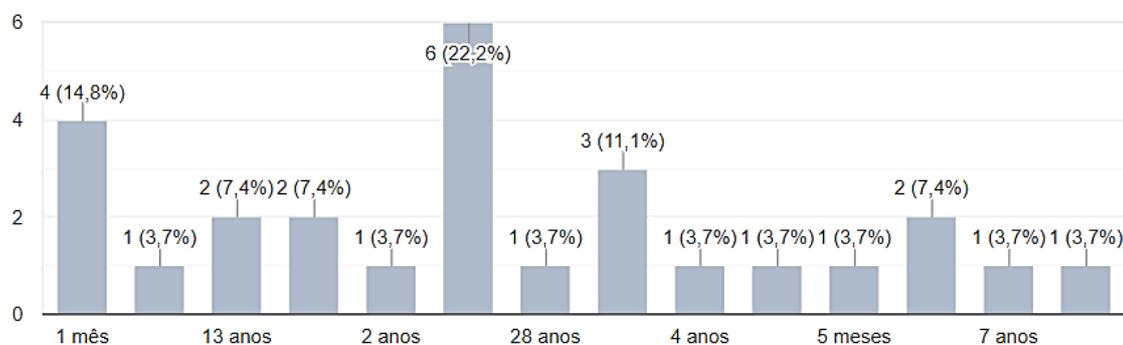


- 1 mês: Três empresa
- 11 anos: Duas empresas
- 13 anos: Duas empresas
- 14 anos: Uma empresa
- 2 meses: Uma empresas
- 28 anos: Uma empresa
- 3 anos: Duas empresas
- 37 anos: Uma empresa
- 4 anos: Uma empresa
- 5 anos: Uma empresa
- 5 meses: Uma empresa
- 6 anos: Três empresas
- 7 anos: Uma empresa
- 9 anos: Uma empresa

Tempo de formalização da empresa:

Tempo de formalização:

27 respostas

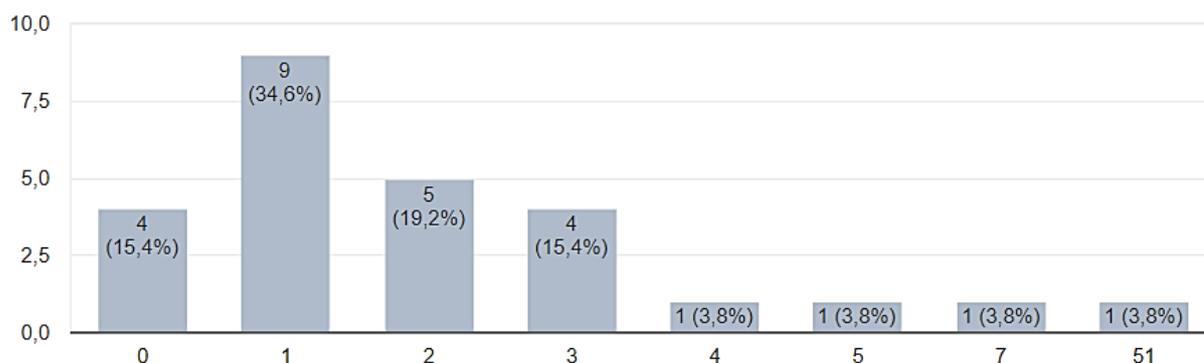


- 1 mês: Quatro empresas
- 11 anos: Duas empresas
- 13 anos: Duas empresas
- 14 anos: Duas empresa
- 2 meses: Seis empresas
- 28 anos: Uma empresa
- 3 anos: Tres empresas
- 37 anos: Uma empresa
- 4 anos: Uma empresa
- 5 anos: Uma empresa
- 5 meses: Uma empresa
- 6 anos: Duas empresas
- 7 anos: Uma empresa
- 9 anos: Uma empresa

Número de pessoas empregadas pelo negócio:

Número de pessoas empregadas pelo negócio:

26 respostas

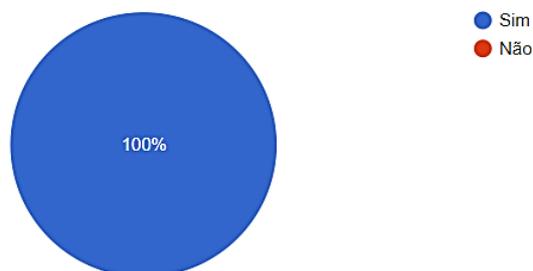


- Nenhum funcionário: Quatro empresas
- 1 funcionário: Nove empresas
- 2 funcionários: Cinco empresas
- 3 funcionários: Quatro empresas
- 4 funcionários: Uma empresa
- 5 funcionários: Uma empresa
- 7 funcionários: Uma empresa
- 51 funcionários: Uma empresa

Optantes pelo Simples Nacional:

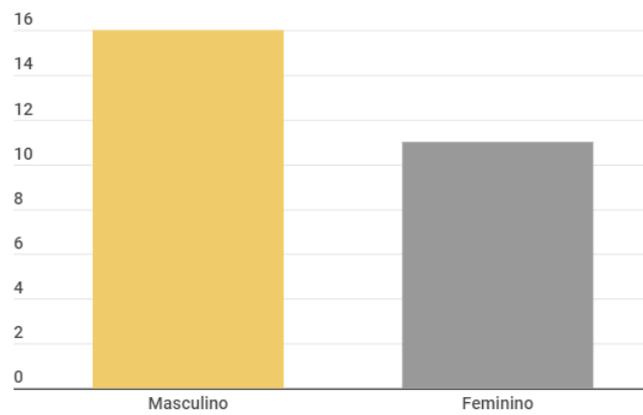
Sua empresa é optante pelo Simples Nacional?

27 respostas



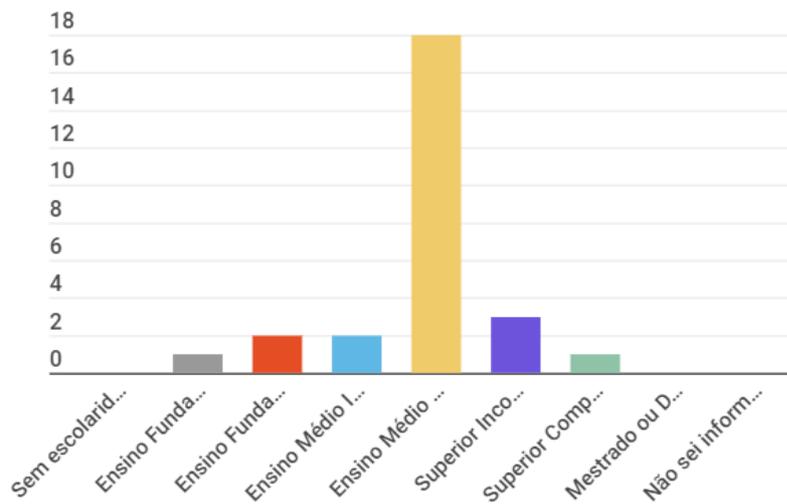
- Sim: 27 (100%)
- Não: 0

Gênero:



- Masculino: 16
- Feminino: 11

Escolaridade:

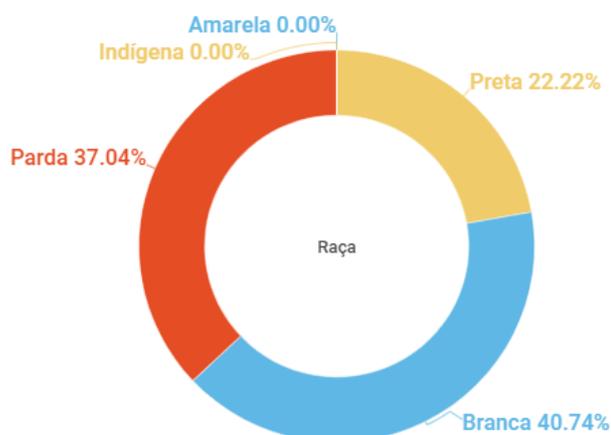


- Sem escolaridade: 0
- Ensino Fundamental Incompleto: 1
- Ensino Fundamental Completo: 2
- Ensino Médio Incompleto: 2
- Ensino Médio Completo: 18

- Superior Incompleto: 3
- Superior Completo: 1
- Mestrado ou Doutorado: 0
- Não sei informar: 0

Com relação à escolaridade, o Nível Médio Completo representa uma maioria significativa dos respondentes, com 66,7%.

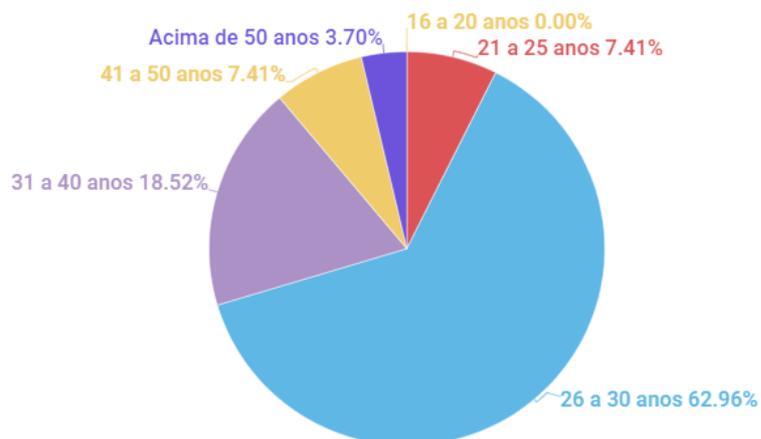
Cor / Raça:



- Preta: 6
- Branca: 11
- Parda: 10
- Amarela: 0
- Indígena: 0

Com relação à classificação por raça entre os respondentes, a maioria se autodeclara Branca, representando 40,74% dos respondentes, seguido dos respondentes Pardas, segunda maior declaração na pesquisa, com 37%. Ao considerar a classificação do IBGE, onde negras são as pessoas classificadas nas cores pretas e pardas, temos uma maioria de negros, com 59,26%.

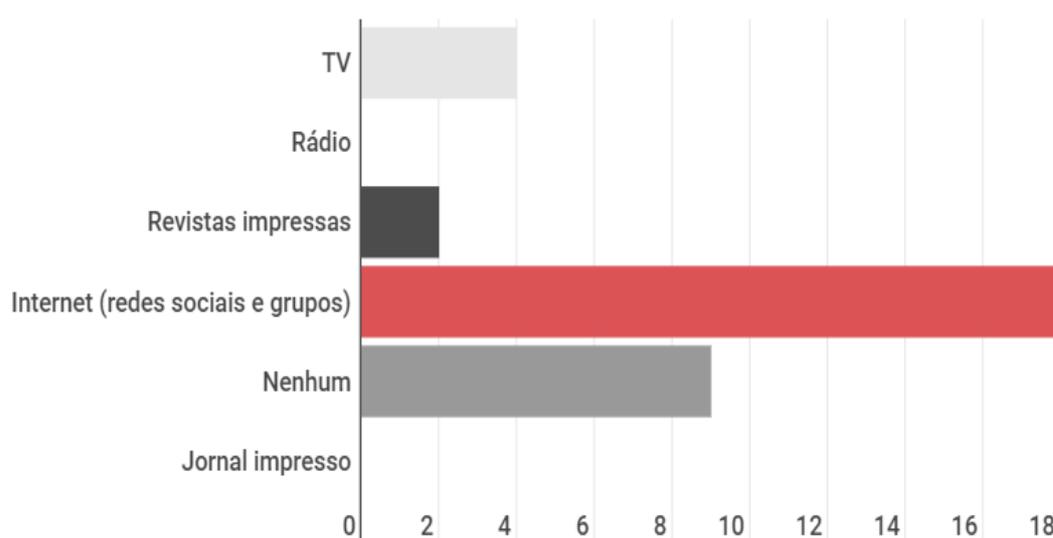
Faixa etária:



- 16 a 20 anos: 0 (7.1%)
- 21 a 25 anos: 2 (7.1%)
- 26 a 30 anos: 17 (7.1%)
- 31 a 40 anos: 5 (28.6%)
- 41 a 50 anos: 2 (21.4%)
- Acima de 50 anos: 1 (3.7%)

Com relação à idade dos respondentes, a opção de 26 a 30 anos corresponde a quase 63% dos empresários de Porto Grande, de acordo com a amostra, demonstrando maior participação dos jovens no empreendedorismo local.

Meios utilizados para se manter informado:

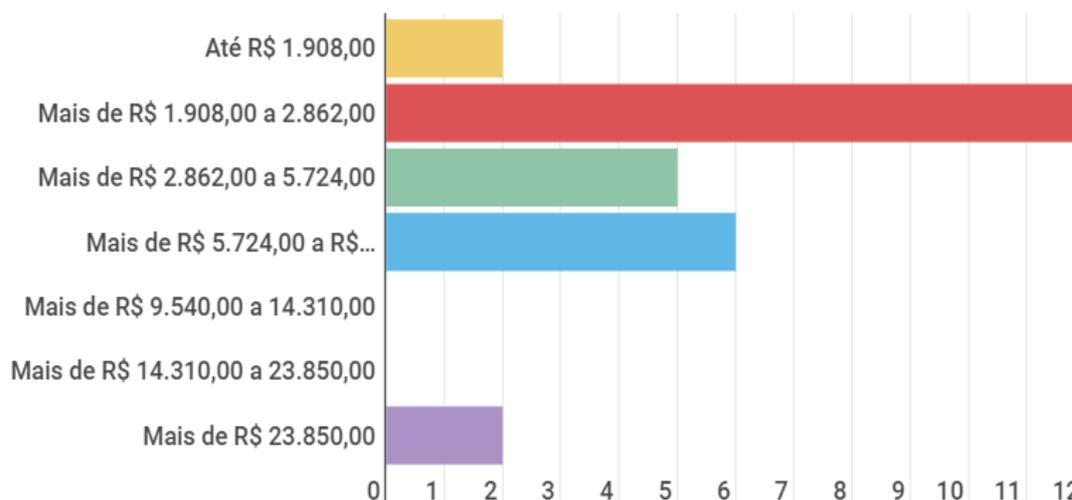


- Jornal impresso: 0

- TV: 4
- Rádio: 0
- Revistas impressas: 0
- Internet (sites de notícias): 2
- Internet (redes sociais e grupos): 18
- Nenhum: 9

Cerca de 55% dos empresários de Porto Grande possuem acesso à Internet como o meio principal de informações atualmente. Porém, a resposta “Nenhum” recebeu um número considerável de votos com (27%) demonstrando uma falta de acesso à informação, o que é muito preocupante.

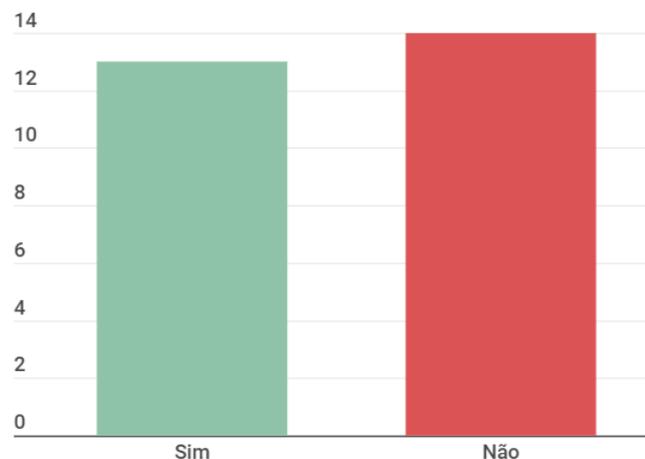
Renda média familiar mensal originada do empreendimento:



- Até R\$ 1.908,00: 2
- Mais de R\$ 1.908,00 a 2.862,00: 12
- Mais de R\$ 2.862,00 a 5.724,00: 5
- Mais de R\$ 5.724,00 a R\$ 9.540,00: 6
- Mais de R\$ 9.540,00 a 14.310,00: 0
- Mais de R\$ 14.310,00 a 23.850,00: 0
- Mais de R\$ 23.850,00: 2

Aqui, vemos uma rentabilidade média mensal acima de um salário-mínimo, com 44% declarando receber renda entre R\$ 1.908,00 e R\$ 2.862,00. Destaque para 07% que declararam receber acima de R\$ 23.850,00 mensais como renda originada de seu empreendimento.

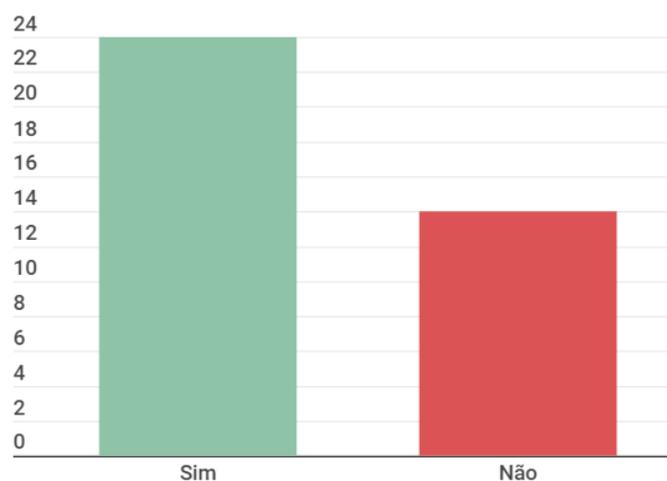
Satisfeitos com a localização:



- Sim: 13
- Não: 14

Quanto à localização de seu negócio, é possível perceber uma aproximação entre ambas opiniões, o que pode mostrar uma preocupação com relação ao espaço destinado aos empreendedores no município.

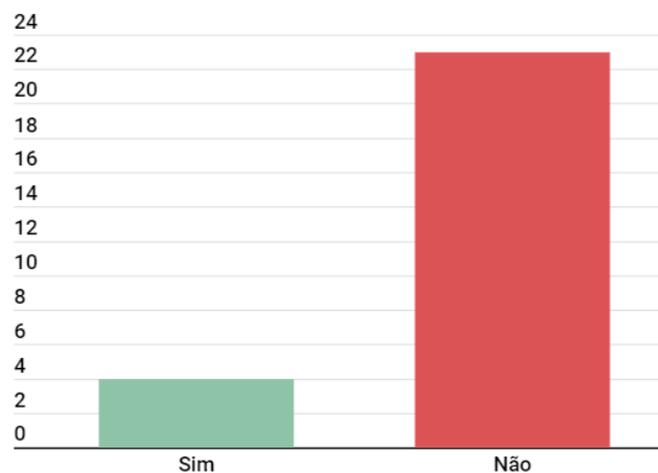
Satisfeitos com a estrutura física:



- Sim: 24
- Não: 3

Em relação à estrutura física, a maioria (88,9%) está satisfeita, mas vemos uma preocupação quanto à melhoria ou adequações nessa estrutura por parte de (11,1%).

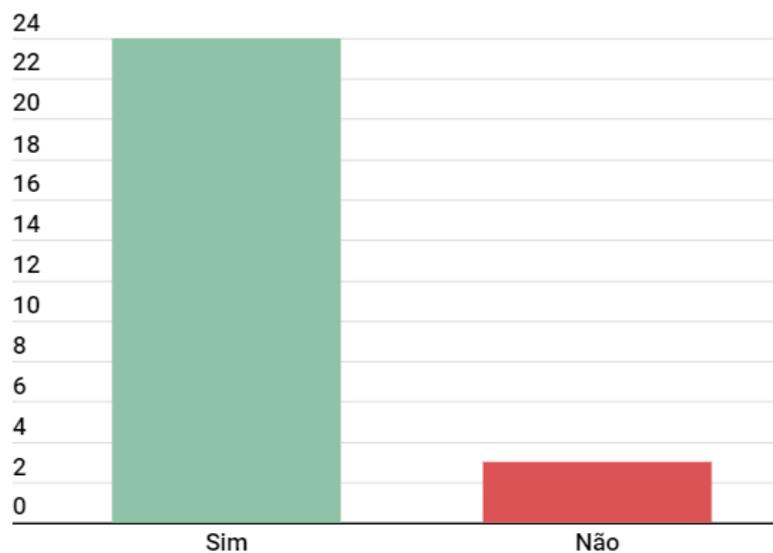
Satisfeitos com a presença na internet:



- Sim: 4
- Não: 23

Nesse ponto, percebemos a grande insatisfação dos empreendedores quanto à presença de sua empresa na internet, com 85,2% 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 Porto Grande.

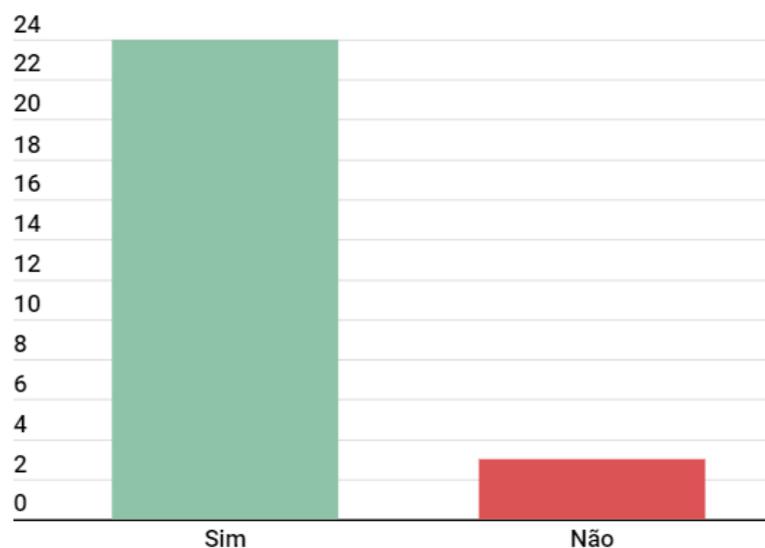
Satisfeitos com os equipamentos utilizados:



- Sim: 24
- Não: 3

Com relação aos equipamentos utilizados na empresa, de forma geral, a maioria demonstra satisfação, com 88,9% das respostas. Mas há uma pequena quantidade de empresários preocupados com a melhoria de seus equipamentos (11,1%).

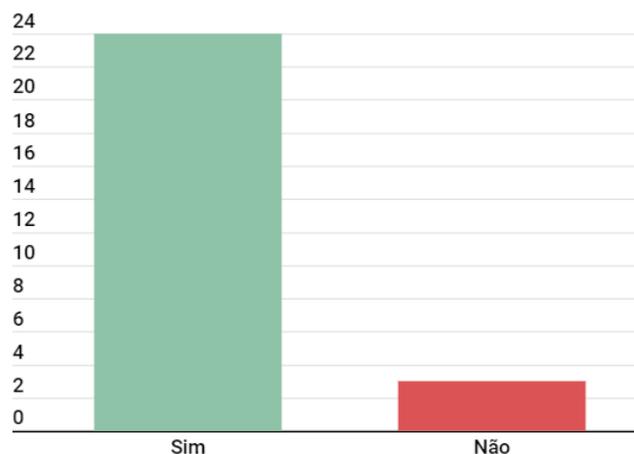
Satisfeitos com a exposição de produtos para clientes:



- Sim: 24
- Não: 3

Da mesma forma, a maioria diz estar satisfeito com relação à exposição dos seus produtos para os clientes, com 88,9% das respostas.

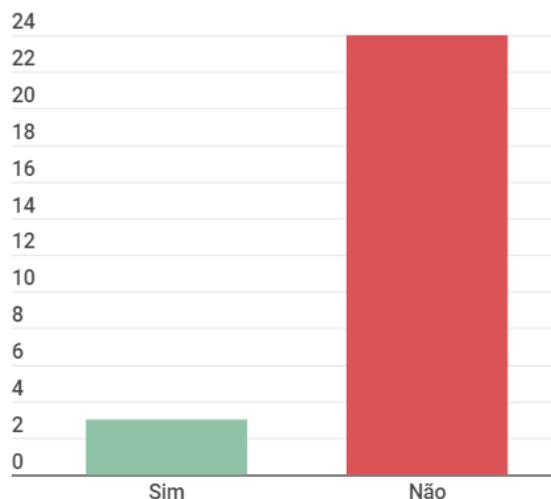
Satisfeitos com a organização de estoque:



- Sim: 24
- Não: 3

Sobre o estoque, também não encontramos problemas para a grande maioria dos respondentes, ou 88.9%.

Satisfeitos com o resultado das vendas nos últimos 12 meses:



- Sim: 3
- Não: 24

Neste ponto, percebemos a insatisfação com relação às vendas nos últimos 12 meses, com 88,9% das respostas, provavelmente provocadas pela crise do Coronavírus, de repercussão mundial.

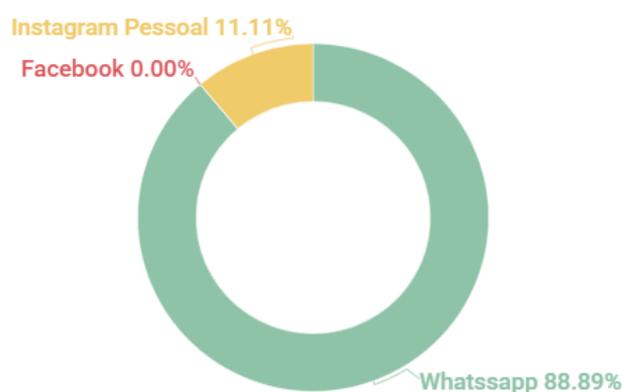
É utilizado algum aplicativo para ajudar nas vendas:



- Sim: 10
- Não: 17

Detalhando o uso de tecnologia pelos empresários, observamos que a maioria (63%), 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 Porto Grande.

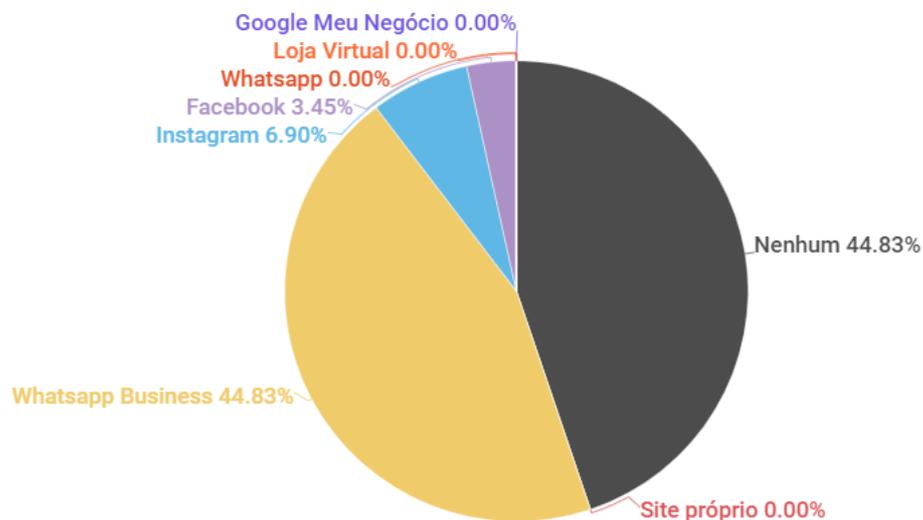
Qual aplicativo é utilizado:



- Whatsapp: 8 (80%)
- Facebook pessoal: 0
- Instagram pessoal: 1

Para quem usa algum aplicativo de auxílio às vendas, o WhatsApp foi o mais citado, com 80% das respostas, seguido apenas pelo Instagram pessoal com (11,1%) das respostas.

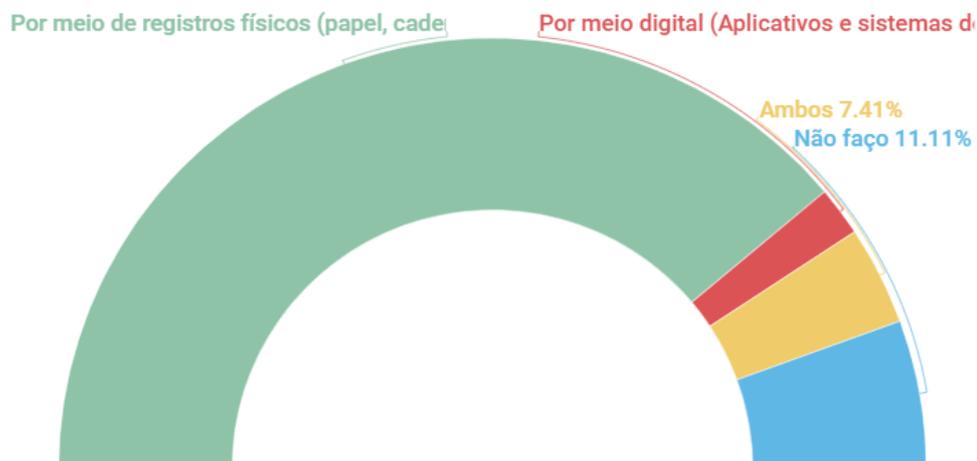
Em relação à presença na internet, a empresa possui:



- Nenhum: 13
- Site próprio: 0
- WhatsApp Business: 13
- Instagram: 2
- Facebook: 1
- Google Meu Negócio: 0
- Loja Virtual: 0
- WhatsApp: 0

Aqui, confirmamos a informação que vinha se desenhando nas respostas anteriores quanto ao uso de tecnologia pelos empreendedores de Porto Grande, onde 48,1% declaram que não utilizam nenhuma ferramenta para internet. Igualmente, 48,1% citaram o “WhatsApp Business” como aplicativo utilizado. Instagram, que deveria ser melhor explorado pelas empresas, obteve apenas 7,4% de uso pela amostra.

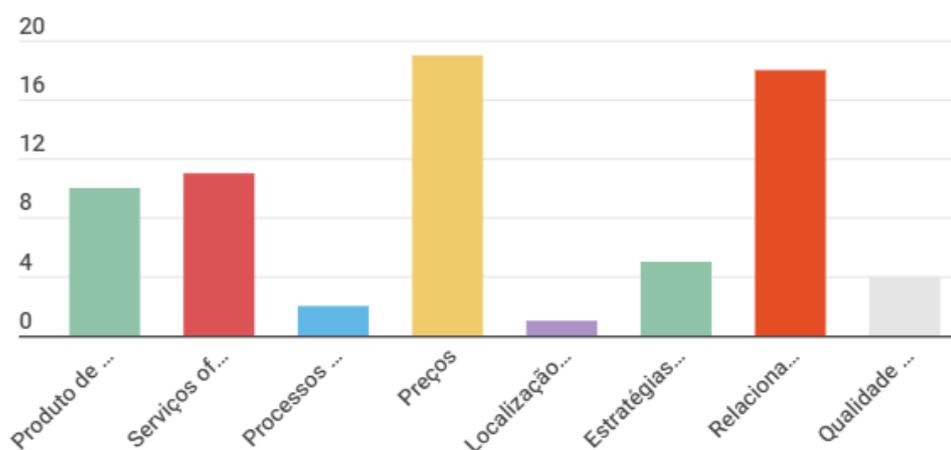
Como é realizada a gestão da empresa:



- Por meio de registros físicos (papel, caderno): 21
- Por meio digital (Aplicativos e sistemas de gestão): 1
- Ambos: 2
- Não faço: 3

Outro ponto que evidencia o baixo uso de tecnologia pelas empresas de Porto Grande é sobre a gestão. A maioria dos empresários (77,8%) afirma utilizar meios físicos, como papel e caderno, para realizar a gestão de seu negócio.

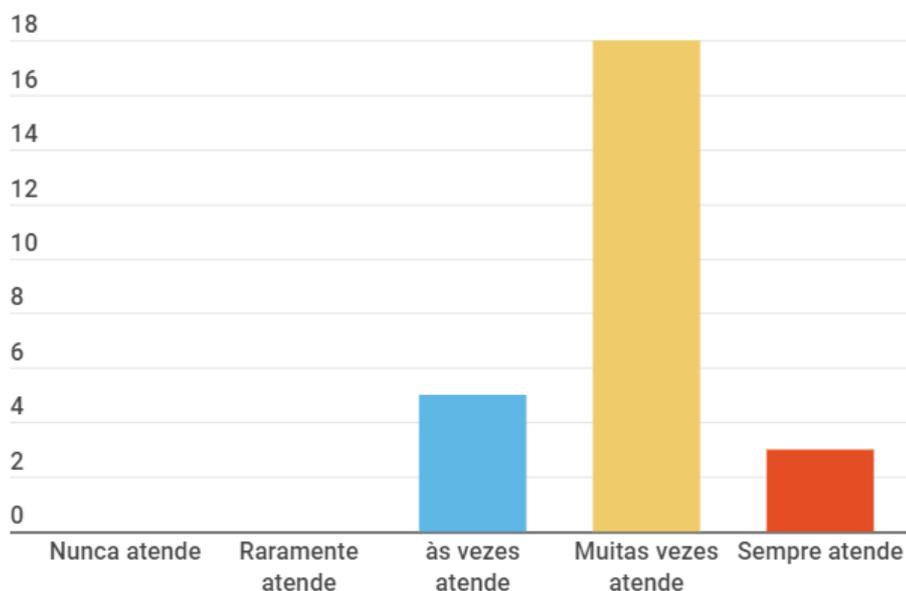
Maior vantagem competitiva em relação aos concorrentes no mercado?



- Produto de qualidade: 10
- Serviços oferecidos: 11
- Processos Organizacionais: 2
- Preços: 19
- Localização do empreendimento: 1
- Estratégias promocionais: 5
- Relacionamento com os clientes: 18
- Qualidade da equipe: 4

Com relação à competitividade, os principais fatores de destaque foram, nessa ordem: “Preço” (70,4%); “Relacionamento com os clientes” (66,7%) e “Serviços Oferecidos” (40,7%). Importante destacar que a competição baseada em preços não contribui para o desenvolvimento comercial de uma região. Nesse ponto, é importante pensar em ações de capacitação para aumentar a maturidade empresarial dos empreendedores da cidade.

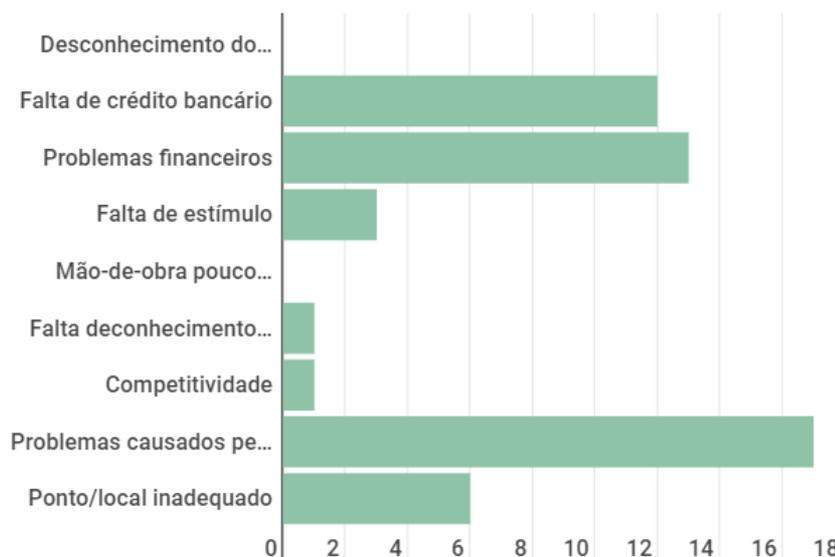
A qualidade dos produtos/serviços oferecidos aos clientes:



- Nunca atende: 0
- Raramente atende: 0
- às vezes atende: 5
- Muitas vezes atende: 18
- Sempre atende: 3

Neste ponto da pesquisa, confirmamos a confiança do empreendedor de Porto Grande na qualidade dos produtos/serviços que são oferecidos ao mercado, com 69,2% de respostas positivas. Porém, 19,2% responderam que somente “às vezes” a qualidade atende às expectativas dos clientes, o que é um índice preocupante.

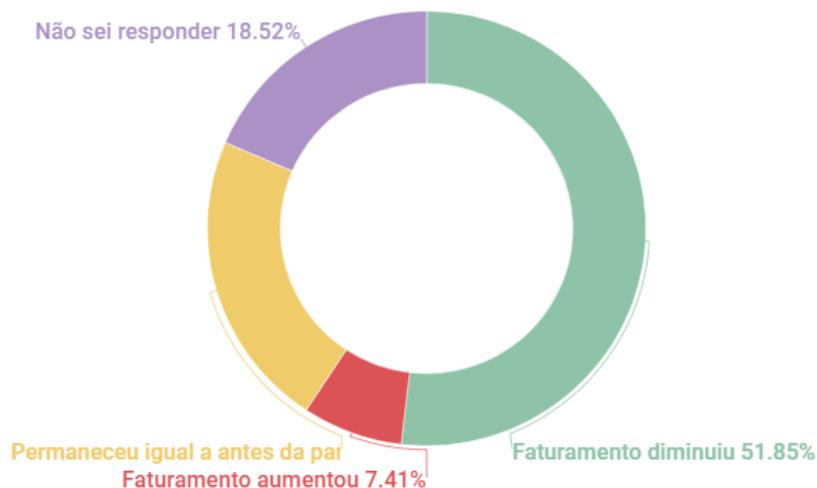
Principais dificuldades encontradas na condução das atividades:



- Desconhecimento do mercado: 0
- Falta de crédito bancário: 12
- Problemas financeiros: 13
- Falta de estímulo: 3
- Mão-de-obra pouco qualificada: 0
- Falta desconhecimento gerencial: 1
- Competitividade: 1
- Problemas causados pela pandemia: 17
- Ponto/local inadequado: 6

Com relação às principais dificuldades encontradas pelos empreendedores em Porto Grande, a que obteve destaque frente a todas as outras opções foi “Problemas causados pela pandemia”, afetando 65,4% dos respondentes na pesquisa, seguido por “Problemas financeiros”, com 50% dos respondentes.

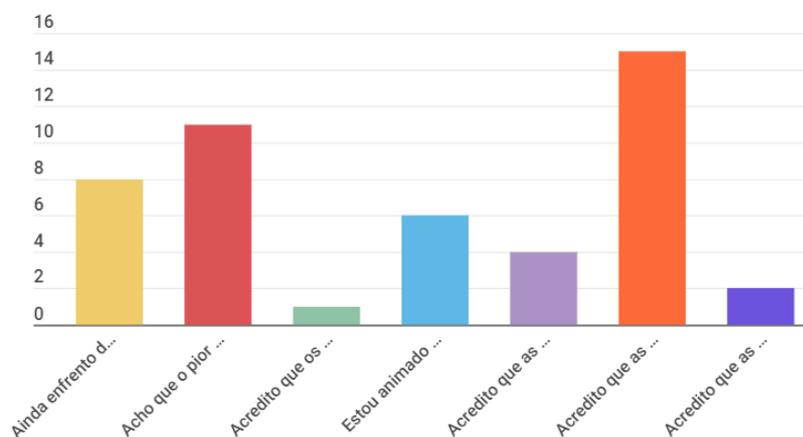
O faturamento em relação à crise do Coronavírus:



- Faturamento diminuiu: 14
- Faturamento aumentou: 2
- Permaneceu igual a antes da pandemia: 6
- Não sei responder: 5

Avançando na questão anterior, verificamos que para a grande maioria (51,9%) 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 Porto Grande 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.

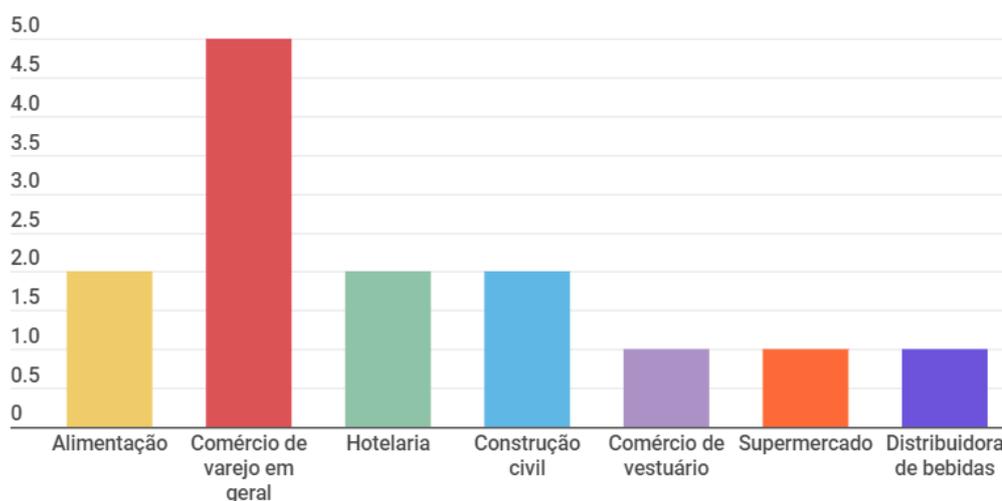
Em relação aos impactos da Covid-19 na empresa:



- Ainda enfrento dificuldades: 8
- Acho que o pior já passou: 11
- Acredito que os desafios trouxeram mudanças positivas: 1
- Estou animado com as novas possibilidades que podem surgir: 6
- Acredito que as vendas vão melhorar ainda este ano: 4
- Acredito que as vendas vão melhorar somente em 2022: 15
- Acredito que as vendas vão melhorar em dois anos ou mais: 2

Neste ponto, percebemos o nível de otimismo do empresário em Porto Grande. Quase metade dos respondentes (40,7%) acredita que o pior já passou. Porém, 29,6% declaram que ainda enfrentam dificuldades na empresa devido à pandemia. E 55,6% 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 Porto Grande:

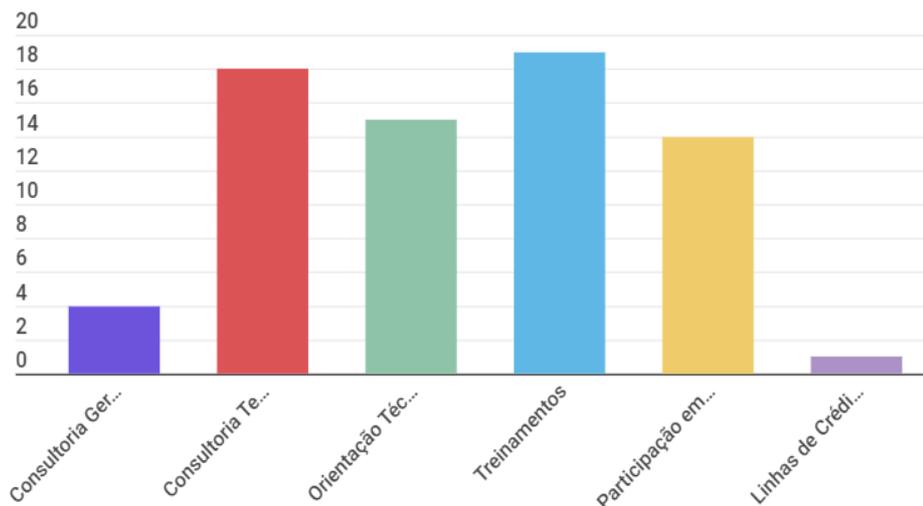


- Alimentação: 2 (14.3%)
- Comércio de varejo em geral: 5 (35.7%)
- Hotelaria: 2 (6.6%)
- Construção civil: 2 (14.3%)
- Comércio de vestuário: 1 (7.1%)
- Supermercado: 1 (7.1%)
- Distribuidora de bebidas: 1 (7.1%)

Neste ponto, buscamos observar a percepção do empreendedor sobre as áreas de investimento mais viáveis em Porto Grande para quem quer empreender. É possível observar um destaque para área de Comércio de varejo em geral, com 35,7% das

respostas, o que representa mais de 1/3 dos empresários entrevistados pela pesquisa. 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: 4
- Consultoria Tecnológica (SebraeTec): 18
- Orientação Técnica (Atendimento Sebrae): 15
- Treinamentos: 19
- Participação em ações de mercado (Feiras, Missões, Rodadas de negócios etc.): 14
- Linhas de Crédito: 1

Percebemos, nesse ponto, o interesse pelo aperfeiçoamento e conhecimento através de Treinamento (70,4%) seguido por Consultoria Tecnológica (SebraeTec) com 66,7% e Orientações Técnicas, com 55.6% das respostas.

GRUPO FOCAL

De origem anglo-saxônica, a técnica de grupo focal foi introduzida no final da década de 1940 no Brasil. Desde então, tem sido utilizada como metodologia de pesquisas sociais, principalmente aquelas que trabalham com avaliação de programas, marketing, regulamentação pública, propaganda e comunicação (STEWART; SHAMDASANI, 1990). A possibilidade de obtenção de dados válidos e confiáveis em um tempo relativamente curto contribuíram para a incorporação maciça da técnica de grupos focais nas pesquisas de mercado.

Morgan (1997) define grupos focais como uma técnica de pesquisa qualitativa, derivada das entrevistas grupais, que coleta informações por meio das interações grupais. Para Kitzinger (2000), o grupo focal é uma forma de entrevistas com grupos, baseada na comunicação e na interação. Seu principal objetivo é reunir informações detalhadas sobre um tópico específico (sugerido por um pesquisador, coordenador ou moderador do grupo) a partir de um grupo de participantes selecionados. Ele busca colher informações que possam proporcionar a compreensão de percepções, crenças, atitudes sobre um tema, produto ou serviços.

O Grupo Focal se difere da entrevista individual por basear-se na interação entre as pessoas para obter os dados necessários à pesquisa. Sua formação obedece a critérios previamente determinados pelo pesquisador, de acordo com os objetivos da investigação, cabendo a este a criação de um ambiente favorável à discussão, que propicie aos participantes manifestar suas percepções e pontos de vista (PATTON, 1990; MINAYO, 2000).

Assim, os grupos focais propiciam um debate aberto e acessível em torno de um tema de interesse comum aos participantes.

No dia 18 de outubro de 2021, no período da tarde, instituições públicas e instituições da sociedade civil organizada, importantes para o desenvolvimento econômico e social do município de Porto Grande, se reuniram no escritório do SEBRAE, com o objetivo de levantar as potencialidades econômicas da região.

Dessa forma, a pesquisa de Grupo Focal foi mediada pelo consultor Jacks Andrade, e as informações, organizadas de acordo com a metodologia de Análise SWOT.

A Análise SWOT é uma ferramenta de gestão que avalia o grau de competitividade de uma pessoa, empresa ou região frente a algum comparativo. Em português, é conhecida como FOFA, um acrônimo para Forças, Oportunidades, Fraquezas e Ameaças. São justamente essas as características analisadas na matriz que foram levantadas na pesquisa de Grupo Focal.

Os representantes participaram da atividade, proporcionando uma grande interação e dialogando em grupo, construindo as seguintes afirmações dentro da metodologia de Análise SWOT para o empreendedorismo no município de Porto Grande:

FORÇAS

- Recursos naturais para extração econômica (areia e seixo, por exemplo);
- Localização geográfica que possibilita relevância para os pequenos municípios do entorno;
- Potencial e relevância das atividades de Agricultura;
- Madeira para extrativismo;
- Pesca;
- Turismo (precisa ser organizado, mas o município possui pontos de atração que podem ser explorados na área);
- Localização estratégica para abastecimento dos outros municípios com relação a mercadorias e produtos;
- Pecuária;
- Unidade do IFAP (Instituto Federal do Amapá);
- Festividades que atraem turistas da região;
- Usina Hidrelétrica (possibilidade de trabalho a partir de áreas inundadas, por exemplo a pesca);
- Extrativismo de diversos materiais da floresta, incluindo matéria-prima para artesanato;
- Fábricas de farinha e polpa de fruta, que gera emprego e renda;
- Desenvolvimento da agroindústria na cidade;
- Participação da prefeitura na parte social (assistência social);

- Escritório do Sebrae no município;
- Hospital que está sendo construído na cidade;
- Duas emissoras de rádio locais, proporcionando maior independência na comunicação e informação da sociedade.

FRAQUEZAS

- Saúde (hospital ainda está em construção, sem previsão de término);
- Falta de energia (muita queda, muito tempo sem energia durante o dia, não há comunicado da empresa antes);
- Dificuldade de acessar serviços bancários, poucas opções de agência, com funcionamento em horário reduzido;
- Falta de educação financeira para os jovens e a população em geral;
- Ineficácia de transporte público;
- Falta de infraestrutura nas comunidades (dificulta escoamento da produção agrícola);
- Falta de manutenção das estradas;
- Alto tráfego de veículos pesados, danificando as vias;
- Falta de emprego para a população, levando ao êxodo;
- Cartório com atendimento de má qualidade;
- Deficiência de infraestrutura para distribuição de energia na zona rural;
- Estradas muito ruins na Colônia do Matapi;
- Falta de ambulância, médico, pronto atendimento de saúde no interior do município;
- Falta de subsídio da prefeitura para insumos agrícolas (adubo, inseticida, máquinas, etc.)
- Quando chegam esses incentivos ou subsídio, chegam fora do tempo certo do plantio e colheita (as sementes que recebem, por exemplo, chegam fora da época correta)
- Espaço da Feira do Agricultor com estrutura ruim;
- Poucas opções de lazer no município;
- Não possui um terminal rodoviário;

- Baixa qualidade de vida para a população;
- O dinheiro da população não é gasto na cidade, uma vez que o município não oferece opções;
- Preços elevados das mercadorias para os moradores locais.

OPORTUNIDADES

- Atuação do Sebrae no município;
- Possibilidade de o governo estadual trazer um Ceasa (Centro Estadual de Abastecimento);
- Um representante político que “brigue” pelo município;
- Instalação de uma fábrica para beneficiamento dos produtos agrícolas (por exemplo, o abacaxi);
- O governo estadual e federal incentivar a vinda de indústrias para o município.

AMEAÇAS

- Instalação de novas usinas hidrelétricas, por conta dos danos ambientais causados;
- Encerramento da Usina que já existe, sob risco de reduzir a movimentação econômica da cidade;
- Eleição de políticos não comprometidos com as questões do município;
- Emigração dos jovens para outros municípios e estados;
- Aumento da violência no município;
- Falta de incentivo para vinda de grandes indústrias;
- Contratação de mão-de-obra vinda de outros estados e municípios, não dando oportunidade para a população local.

COMO O SEBRAE PODE CONTRIBUIR?

- Capacitação comercial para os produtores (agricultor, cooperado);
- Fomento da área agrícola, com capacitação para as etapas que o produto passa até chegar ao consumidor final;
- Auxílio para certificação de produtos (legalização);
- Criação de projeto de desenvolvimento de agricultura familiar;
- Atuar na sensibilização das autoridades políticas;
- Realizar parceria com instituições locais para somar esforços pelo desenvolvimento do município;
- Possibilitar reuniões de contato entre as empresas do município para gerar negócios;
- Promover eventos e possibilitar networking entre os diversos setores da sociedade organizada em Porto Grande.

ANÁLISES E INFORMAÇÕES

Percebemos, através dessa etapa de pesquisa em Grupo Focal, a partir das afirmações dos participantes, que Porto Grande tem muitos pontos fortes que podem ser aproveitados. Porém, possui fraquezas que acabam por limitar seu desenvolvimento.

As instituições públicas e a sociedade civil organizadas necessitam de um diálogo mais frequente, e apontam o Sebrae como um possível link catalisador desse relacionamento.

Os temores quanto às Ameaças ao desenvolvimento do município são bastante frequentes, mas o grupo demonstrou ter esperança nas Oportunidades levantadas e nos potenciais de desenvolvimento que a região apresenta se forem bem exploradas.

Destacamos a importância dessas informações para continuar o debate e diálogo entre essas instituições, que são fundamentais para o desenvolvimento social e econômico de Porto Grande. Apenas com o diálogo constante será possível vencer

as dificuldades e buscar o aproveitamento total das potencialidades econômicas 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 Porto Grande.

O município é a primeira parada significativa para quem vai ao norte do estado, região importante do Amapá, que se destaca por seus minérios e pescados.

Já há um bom tempo o acesso ao município é de fácil locomoção, estando a poucas horas da capital Macapá e com vias asfaltadas.

Entretanto, apesar do bom cenário para o desenvolvimento de Porto Grande, os empresários da cidade não se encontram otimistas, tendo sua maioria na pesquisa, acreditando que as vendas irão melhorar apenas em 2022.

Através disso, podemos perceber que é necessário um acompanhamento empresarial por parte do setor público, pois a população se encontra acomodada com a principal renda advinda do setor público, como podemos perceber ao analisar o tempo de criação de empresas, onde a maioria possui mais de 5 anos.

Outro ponto a se observar é o cenário para surgimento de novos negócios voltados ao agronegócio no município. A proximidade com a capital e a grande região inabitável da cidade, possibilita novas empresas entrarem no ramo.

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