SEBRAE Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas Amapá

RELATÓRIO DA PESQUISA T1
PROJETO CONECTA TOUR 2024

MACAPÁ
2024

SERVIÇO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS NO AMAPÁ

Presidente do Conselho Deliberativo Estadual
José Samuel Alcolumbre Tobelem

Diretora Superintendente
Alcilene Maria Carvalho Cavalcante Dias

Diretora Técnica
Suelem Amoras Távora Furtado

Diretor de Administração e Finanças
Marcell Houat Harb

Gerente da Unidade de Gestão Estratégica – UGE
Márcia Marinho Branco

Gestor de Estudos e Pesquisas
José Augusto Cantuária Queiroz

Consultoria Técnica
Una Consultoria Ltda.

SEBRAE/AP
Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas do Amapá. Pesquisa T1 Projeto Conecta Tour 2024 - Amapá: Edição SEBRAE, 2024. 22 páginas. 1 - Relatório de apresentação de resultados.

1 - Apresentação

A Pesquisa T1 do **Projeto Conecta Tour 2024**, realizado pelo **SEBRAE Amapá**, representa a primeira avaliação pós-intervenção do Sebrae no setor de turismo do estado, com o objetivo de mensurar o impacto das ações implementadas e identificar os avanços e desafios enfrentados pelos empreendedores após a aplicação das estratégias iniciais do projeto. Realizada em 2024, esta pesquisa permite uma comparação direta com a linha de base estabelecida na Pesquisa T0 (dados de 2023), proporcionando dados atualizados sobre faturamento, custos e satisfação dos participantes.

No cenário atual, onde o setor de turismo se mostra cada vez mais desafiador e dinâmico, a Pesquisa T1 busca oferecer uma visão abrangente do desempenho das empresas e da efetividade das intervenções do SEBRAE Amapá. São avaliados aspectos financeiros e operacionais, como a evolução do faturamento, a gestão dos custos e a qualidade das ações implementadas. Além disso, o nível de satisfação dos empreendedores, medido por indicadores como a média das notas e o Net Promoter Score (NPS), é fundamental para entender o grau de adesão e os resultados percebidos em relação aos serviços prestados.

Através desta pesquisa, o SEBRAE Amapá pretende afinar suas estratégias e aperfeiçoar o suporte oferecido aos empreendedores, a fim de estimular o crescimento sustentável e a inovação no setor de turismo. Este relatório apresenta os resultados obtidos, promovendo uma análise comparativa com a linha de base T0 e apontando as principais áreas para intervenções futuras. Acreditamos que os insights gerados serão essenciais para fortalecer o desenvolvimento dos negócios turísticos e contribuir para a dinamização e consolidação do setor no Amapá.

Nesse sentido, os participantes do Projeto foram pesquisados visando obter dados relativos ao ano de 2024, com participação de 43 empresas e guias de turismo respondentes.

2 - Metodologia

2.1 Tipo de pesquisa

Pesquisa T1 do **Projeto Conecta Tour**, com dados relativos ao ano de 2024. A pesquisa utiliza métodos quantitativos, que envolvem dados numéricos e análises estatísticas.

2.2 Instrumento de pesquisa

Questionário estruturado e padronizado com questões abertas e fechadas de múltipla escolha, escalonadas aos procedimentos de pesquisa Survey.

2.3 Forma de abordagem

As abordagens foram realizadas presencialmente e/ou por vias eletrônicas, junto aos responsáveis pelas empresas e guias de turismo participantes do Projeto.

2.4 Público-alvo

Buscamos os 70 participantes do projeto, entre os contatos fornecidos pela gestão do Sebrae Amapá, obtendo resposta de 43 participantes na presente pesquisa (T0).

2.5 Indicadores a serem medidos

- Faturamento
- Custos
- Satisfação com o Sebrae AP

2.6 Período de aplicação da pesquisa

09/12/2024 a 10/01/2025

3 - Resultado da pesquisa

FATURAMENTO EM 2024

O primeiro item a ser pesquisado no grupo de empresas/guias é o faturamento bruto no ano de 2024. O objetivo é saber o total de vendas realizado pelas empresas após participarem do Projeto no Sebrae.

* NÃO POSSUEM OU NÃO INFORMARAM DADOS FINANCEIROS: 15

Nesse sentido, temos o seguinte valor bruto de faturamento, relativo ao grupo de 43 empresas respondentes:

R$ 11.302.189,89

NÚMERO DE EMPRESAS QUE INFORMARAM/REGISTRARAM FATURAMENTO: 28

Calculando uma média entre as empresas/guias que informaram o faturamento, temos o valor de **R$ 403.649,64.**

CUSTOS TOTAIS EM 2024

Também buscamos conhecer qual o total dos custos dessas empresas/guias no ano de 2024. Nesse sentido, temos o seguinte valor bruto de custos, relativo ao grupo de 43 empresas respondentes:

R$ 4.899.959,07

NÚMERO DE EMPRESAS QUE INFORMARAM/REGISTRARAM CUSTOS: 28

Calculando uma média entre as empresas que informaram os custos, temos o valor de **R$ 174.998,54**.

ESTIMATIVA DE LUCRO EM 2024

Com esses valores, podemos trazer uma estimativa de lucros desse grupo de 43 empresas/guias em 2024, com base nas 28 empresas/guias que informaram seus dados financeiros, chegando ao valor de:

R$ 6.402.230,82

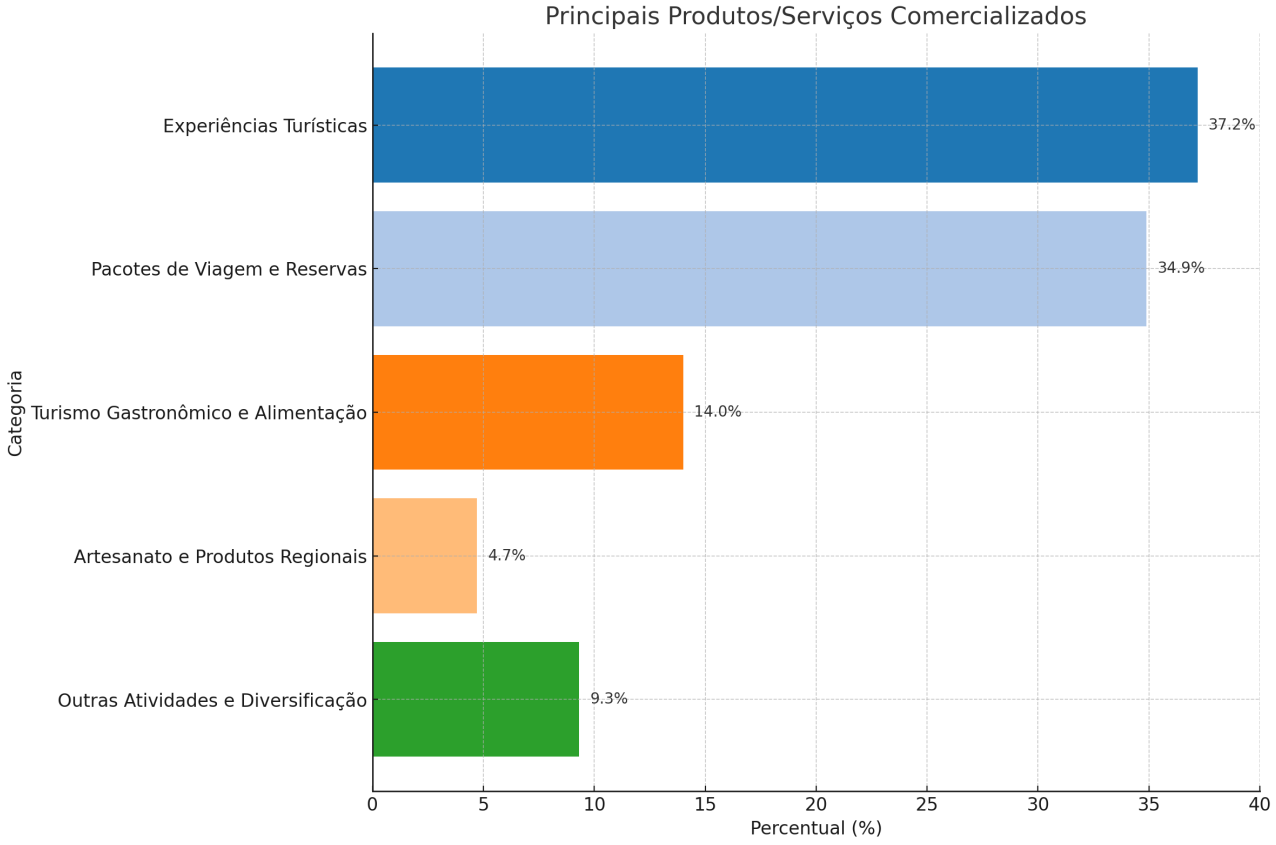
NÚMERO DE PESSOAS NA EQUIPE, INCLUINDO OS SÓCIOS

Com relação ao dimensionamento das equipes, temos o seguinte quantitativo de pessoas trabalhando no grupo de 43 empresas/guias, incluindo os sócios:

192

PRINCIPAIS PRODUTOS/SERVIÇOS COMERCIALIZADOS

A seguir, apresentamos uma análise dos principais produtos e serviços comercializados pelas 43 empresas respondentes da Pesquisa T0 do Projeto Conecta Tour 2024. Para facilitar a compreensão, as respostas foram agrupadas em cinco categorias principais. Ressaltamos que cada empresa respondeu com, geralmente, mais de um produto/serviço, mas organizamos as respostas segundo o enfoque predominante de cada relato.



Categoria	Número de Respostas	Percentual (%)
A. Experiências Turísticas (Visitas, Roteiros, Guiamento, Ecoturismo, Trilhas)	16	37,2%
B. Pacotes de Viagem e Reservas (Passagens, Hospedagem, Seguros, Reservas, Pacotes de viagem)	15	34,9%
C. Turismo Gastronômico e Alimentação (Gastronômico, cafés, alimentação temática)	6	14,0%
D. Artesanato e Produtos Regionais (Artesanato, Cerâmica, Souvenirs, Produtos indígenas)	2	4,7%
E. Outras Atividades e Diversificação (Atividades de aventura, treinamentos, plataformas de turismo, produtos esportivos)	4	9,3%

Experiências Turísticas (37,2%):
Aproximadamente 37,2% das respostas focam na oferta de experiências turísticas e guiadas, como visitas guiadas, roteiros, guiamento e atividades de ecoturismo. Essa categoria, a mais expressiva, evidencia a importância de proporcionar experiências autênticas e diferenciadas aos turistas, explorando a rica oferta natural e cultural da região.

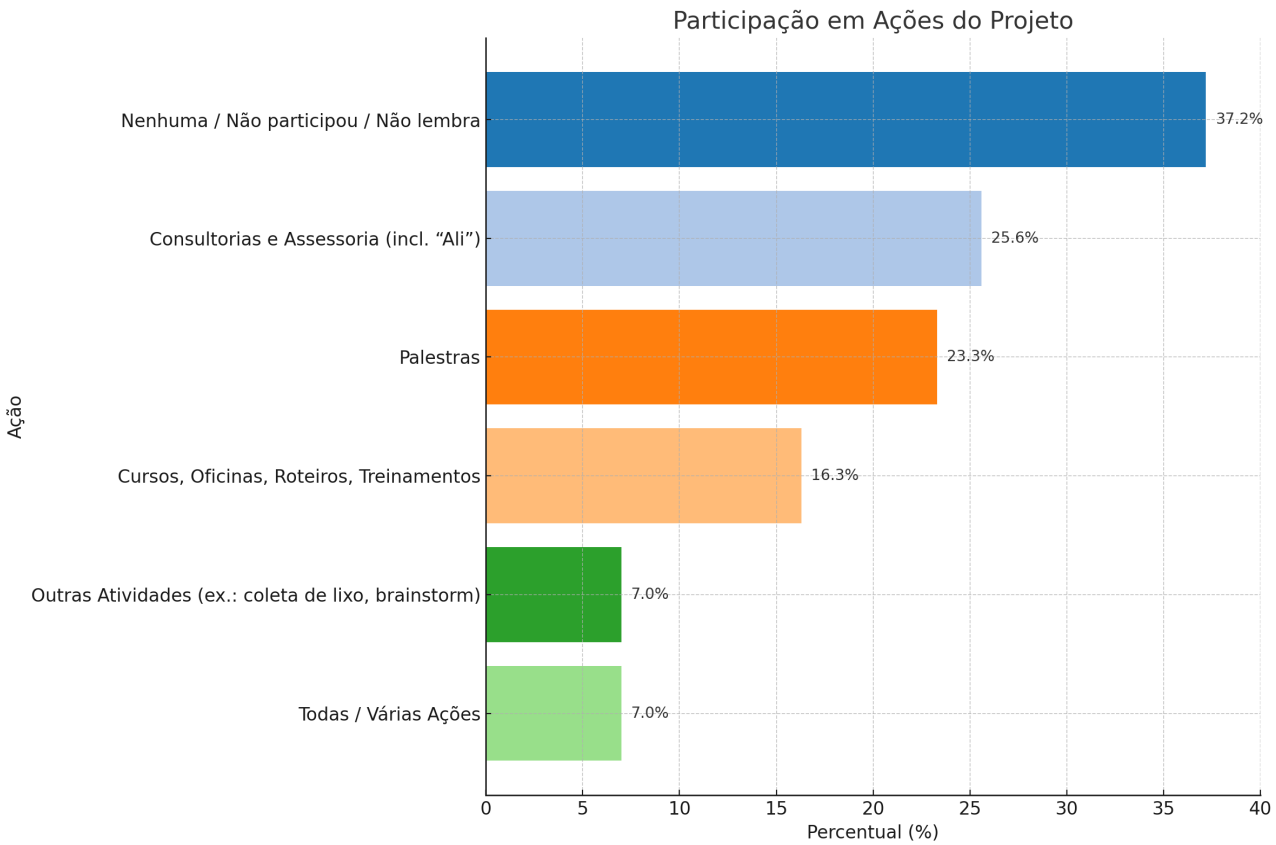
Pacotes de Viagem e Reservas (34,9%):
Com 34,9% dos casos, uma parcela significativa das empresas investe na comercialização de pacotes de viagem, passagens aéreas, reservas de hospedagem e seguros de viagem. Essa estratégia demonstra o esforço em facilitar a logística dos turistas, integrando diversos serviços para proporcionar uma experiência completa.

Turismo Gastronômico e Alimentação (14,0%):
Cerca de 14% das empresas/guias destacam atividades relacionadas ao turismo gastronômico e à oferta de experiências alimentares, como cafés gourmet, pizzas, e cafés da manhã temáticos. Esse segmento reflete a valorização dos produtos locais e a busca por uma experiência sensorial diferenciada.

Artesanato e Produtos Regionais (4,7%):
Embora representem uma fatia menor (4,7%), os produtos artesanais e regionais (como cerâmicas, souvenirs e produtos indígenas) evidenciam a singularidade cultural e artística do Amapá, agregando valor às experiências turísticas.

Outras Atividades e Diversificação (9,3%):
Aproximadamente 9,3% das empresas/guias se destacam ao oferecer atividades complementares, como treinamentos, plataformas digitais para turismo e atividades esportivas (ex.: aulas de SUP e aluguel de equipamentos). Essa categoria ressalta a busca por diversificação e inovação para ampliar a oferta e a competitividade no mercado.

PARTICIPAÇÃO EM AÇOES DO PROJETO



Nota: Os percentuais podem somar mais de 100% porque alguns respondentes mencionaram mais de uma atividade.

Ação	Número de Respostas	Percentual (%)
A. Nenhuma / Não participou / Não lembra	16	37,2%
B. Consultorias e Assessoria (incl. "ALI")	11	25,6%
C. Palestras	10	23,3%
D. Cursos, Oficinas, Roteiros, Treinamentos	7	16,3%
E. Outras Atividades (ex.: coleta de lixo, brainstorm)	3	7,0%
F. Todas / Várias Ações	3	7,0%

Ausência de Participação (37,2%):

Mais de um terço das empresas afirmou "Nenhuma / Não participou / Não lembra". Esse grupo, que representa 37,2% dos respondentes, indica que uma parcela significativa dos empreendedores não se envolveu nas ações do projeto – ou, alternativamente, não tem clareza ou registro dos eventos nos quais participou. Essa ausência de participação pode revelar lacunas na comunicação do projeto ou dificuldades na adequação das atividades à realidade dos empreendedores.

Participação em Consultorias e Assessoria (25,6%):
Cerca de 25,6% das respostas fizeram referência a consultorias e assessorias, incluindo menções a "ALI – Agentes Locais de Inovação". Essa categoria sugere que uma parte dos empreendedores aproveita os serviços de suporte especializado, o que pode indicar que esses recursos estão alinhados com as necessidades de planejamento e gestão do setor.

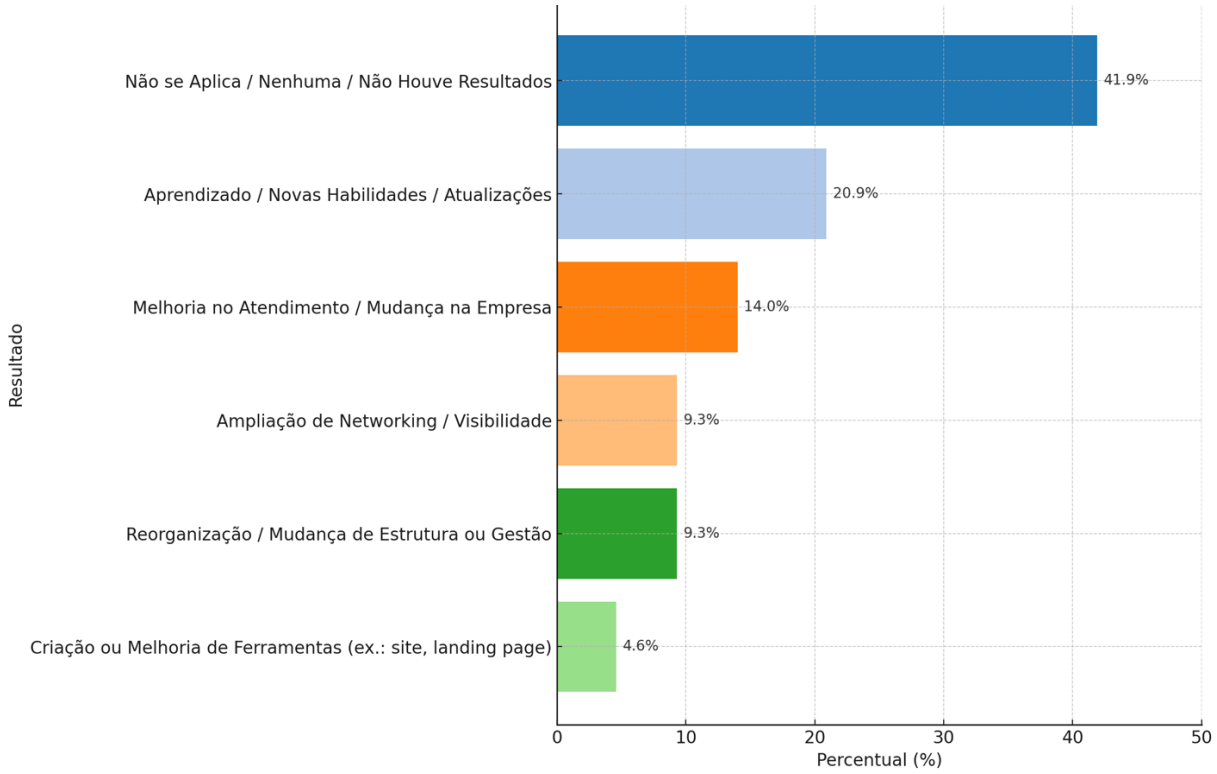
Participação em Palestras (23,3%):
Aproximadamente 23,3% dos respondentes mencionaram a participação em palestras. Esse dado reforça a importância dos encontros informativos e motivacionais, que permitem aos empreendedores atualizar conhecimentos, trocar experiências e se manter atualizados sobre as tendências do mercado.

Participação em Cursos, Oficinas, Roteiros e Treinamentos (16,3%):
Com 16,3% das respostas, essa categoria engloba ações práticas de capacitação – como oficinas de roteiro turístico, cursos e treinamentos – que contribuem diretamente para a melhoria das habilidades operacionais e técnicas dos empreendedores. Essa participação demonstra uma busca por aprendizado aplicado, essencial para a inovação e a adaptação às demandas do mercado.

Outras Atividades (7,0%):
Menos de 10% das respostas citaram atividades que fogem do escopo tradicional, como a "Coleta de lixo no Recanto da Aldeia" ou iniciativas de brainstorming e benchmarking. Esses casos, embora menos frequentes, podem indicar iniciativas inovadoras ou ações comunitárias que agregam valor ao projeto por meio da colaboração e do engajamento social.

Participação Abrangente (7,0%):
Algumas empresas relataram ter participado de "Todas" ou de "Várias ações". Com 7,0% das respostas, esse grupo destaca os empreendedores que se mostraram altamente engajados e que aproveitaram integralmente as diversas iniciativas do projeto, servindo potencialmente como cases de sucesso e inspiração para os demais.

RESULTADOS OBTIDOS PELA EMPRESA



Resultado	Descrição	Número de Respostas	Percentual (%)
A. "Não se Aplica" / Nenhuma / Não Houve Resultados	Empresas que afirmaram não ter percebido resultados, não ter aplicado as ações ou não se enquadrarem na atividade.	18	41,9%
B. Aprendizado / Novas Habilidades / Atualizações	Respostas que mencionam aprendizados específicos, como uso de redes sociais, precificação, novos produtos/serviços ou atualização de roteiros.	9	20,9%
C. Melhoria no Atendimento / Mudança na Empresa	Empresas que relataram melhorias gerais, seja na abordagem ao cliente, no receptivo ou em processos internos.	6	14,0%
D. Ampliação de Networking / Visibilidade	Respostas que citam ganho de networking, maior visibilidade ou divulgação.	4	9,3%
E. Reorganização / Mudança de Estrutura ou Gestão	Menções a reorganização administrativa, mudanças gerais na empresa, criação de espaços temáticos, reestruturação de processos.	4	9,3%
F. Criação ou Melhoria de Ferramentas (ex.: site, landing page)	Respostas que apontam a implementação de site ou ferramentas digitais específicas para melhorar vendas e divulgação.	2	4,6%

Nota: Os percentuais podem somar mais de 100% porque alguns respondentes mencionaram mais de uma resposta.

Ausência de Resultados (Categoria A – 41,9%)
Cerca de **41,9%** das empresas declararam não ter percebido resultados ou consideraram que as ações não se aplicavam ao seu negócio, com respostas como "Nenhuma", "Não colocou em prática", "Não se aplica" ou "Não percebeu resultado". Esse percentual significativo sugere que uma parcela dos empreendedores ainda não participou das ações, não implementou as lições adquiridas ou não encontrou relevância imediata nas ações propostas pelo projeto, evidenciando oportunidades de acompanhamento e suporte adicionais para maximizar o aproveitamento das atividades.

Aprendizado e Novas Habilidades (Categoria B – 20,9%)
Cerca de **20,9%** das respostas indicaram aprendizados específicos, como o uso de redes sociais, melhorias na precificação e atualizações de roteiros. Essas menções reforçam o valor das capacitações e consultorias em fornecer conhecimentos práticos para otimizar a oferta turística. Esse grupo mostra motivação em aplicar inovações e aprimorar a operação de seu negócio.

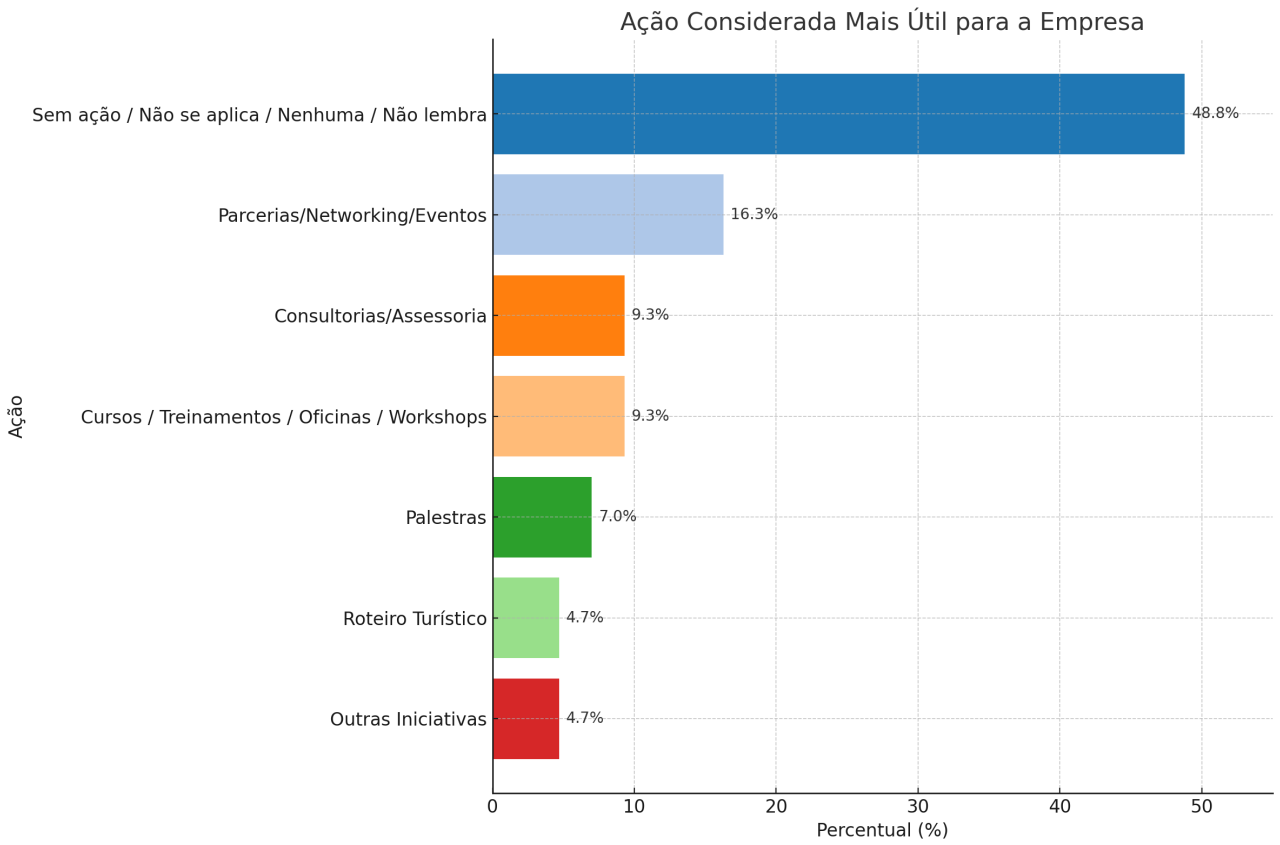
Melhoria no Atendimento / Mudanças Gerais (Categoria C – 14,0%)
Respostas que relatam melhorias no atendimento, abordagem ao cliente e receptivo, ou mudanças gerais no funcionamento do negócio correspondem a **14,0%**. Esse dado demonstra que as ações do projeto podem efetivamente impactar a qualidade dos serviços turísticos, tornando-os mais receptivos e profissionais, o que pode levar ao aumento da satisfação dos visitantes.

Ampliação de Networking e Visibilidade (Categoria D – 9,3%)
Cerca de **9,3%** das empresas mencionam ganhos em visibilidade, networking ou divulgação, evidenciando a relevância das ações de conexão, marketing e eventos para expandir o alcance e a integração das empresas no mercado turístico. Essas melhorias podem potencializar a criação de parcerias e a promoção regional.

Reorganização / Mudança de Estrutura ou Gestão (Categoria E – 9,3%)
Empresas que relatam reorganização administrativa, mudanças estruturais ou implementação de novos processos operacionais somam **9,3%** das respostas. Esse grupo demonstra que, além do aprendizado, alguns empreendedores foram além, adotando medidas de reestruturação que podem trazer ganhos de eficiência, inovação e maior competitividade no mercado turístico.

Criação ou Melhoria de Ferramentas Digitais (Categoria F – 4,6%)
A criação de sites, *landing pages* ou outras ferramentas digitais foi mencionada por **4,6%** dos respondentes, indicando um movimento ainda tímido, mas significativo, rumo à digitalização dos negócios de turismo. Esse ponto sugere que a adoção de tecnologias, embora pequena, pode ser essencial para diferenciar os serviços e atrair novos públicos.

AÇÃO CONSIDERADA MAIS ÚTIL PARA A EMPRESA



Ação	Número de Respostas	Percentual (%)
Sem ação / Não se aplica / Nenhuma / Não lembra	21	48,8%
Consultorias/Assessoria	4	9,3%
Palestras	3	7,0%
Roteiro Turístico	2	4,7%
Cursos / Treinamentos / Oficinas / Workshops	4	9,3%
Parcerias/Networking/Eventos	7	16,3%
Outras Iniciativas	2	4,7%

Nota: Os percentuais podem somar mais de 100% porque alguns respondentes mencionaram mais de uma resposta.

Grupo "Sem ação / Não se aplica / Nenhuma / Não lembra" (48,8%)

Quase metade dos empreendedores afirmou que não participou de ações úteis, ou que a ação não se aplica ao seu negócio ou não registrou resultado prático. Esse grupo pode refletir tanto uma falta de engajamento quanto dificuldades para aplicar as iniciativas propostas.

Consultorias/Assessoria (9,3%)

Algumas empresas destacaram a participação em consultorias (por exemplo, "Consultoria Financeira", "Consultoria de gestão" e "Consultoria com Alberto Tavares"). Esse grupo evidencia a importância do suporte especializado para auxiliar no planejamento e na gestão dos negócios.

Palestras (7,0%)

O grupo que mencionou palestras engloba respostas como “A palestra sobre recepção de turista” e “Palestra sobre estética do ambiente” (citada duas vezes). Essas atividades são valorizadas por oferecerem atualização de conhecimentos e inspiração, embora representem uma parcela menor das respostas.

Roteiro Turístico (4,7%)

Apenas duas respostas mencionaram diretamente a utilidade de um “Roteiro turístico” ou de experiências relacionadas a locais específicos (como “Ilha de Santana-AP”), indicando que, para esse grupo de empreendedores, a oferta de roteiros se destaca como uma atividade de nicho.

Cursos / Treinamentos / Oficinas / Workshops (9,3%)

A participação em cursos e treinamentos, como “Treinamento sobre precificação” e “Um workshop sobre pesca esportiva”, foi citada por 4 empresas. Esse grupo demonstra o interesse dos empreendedores por aprendizado prático que possa ser aplicado de forma direta em suas operações.

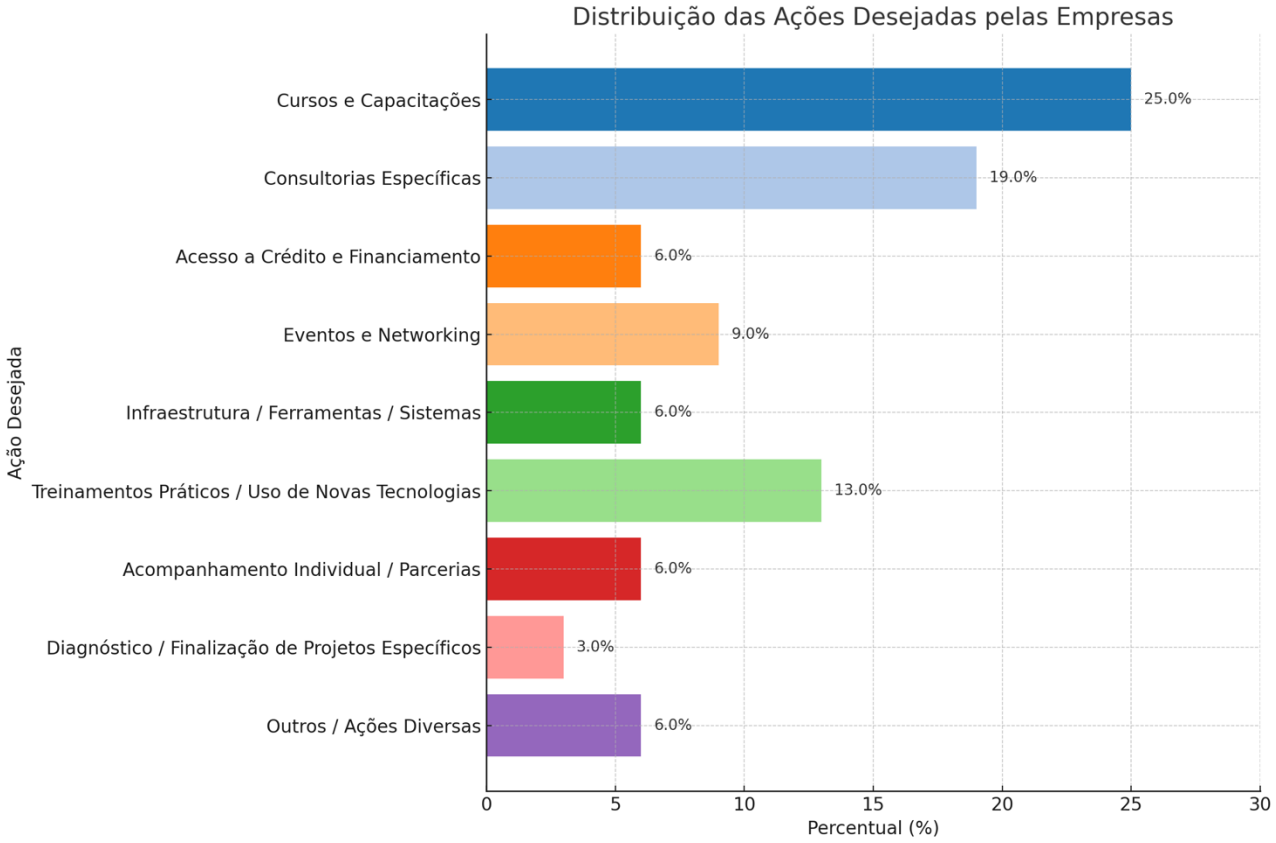
Parcerias/Networking/Eventos (16,3%)

Com 7 respostas, este grupo reflete que ações que promovem a integração e o networking – como “A parceria que o projeto promoveu”, “Retomada com Raízes do Brasil” e “Conexão” – são consideradas muito úteis para ampliar oportunidades de negócios e estimular a troca de experiências.

Outras Iniciativas (4,7%)

Duas respostas mencionaram iniciativas como “CIG” (Consultoria Integrada de Gestão) e “Brainstorm”, que representam ações inovadoras e o uso de ferramentas ou dinâmicas de grupo para estimular a criatividade e a inovação.

QUAL AÇÃO A EMPRESA GOSTARIA DE RECEBER NO PROJETO



Ação Desejada	Número de Respostas	Percentual (%)
A. Cursos e Capacitações	8	25%
B. Consultorias Específicas	6	19%
C. Acesso a Crédito e Financiamento	2	6%
D. Eventos e Networking	3	9%
E. Infraestrutura / Ferramentas / Sistemas	2	6%
F. Treinamentos Práticos / Uso de Novas Tecnologias	4	13%
G. Acompanhamento Individual / Parcerias	2	6%
H. Diagnóstico / Finalização de Projetos Específicos	1	3%
I. Outros / Ações Diversas	2	6%

Nota: Os percentuais somam menos de 100% porque alguns participantes não responderam a essa pergunta.

Cursos e Capacitações (25%):
Aproximadamente um quarto das empresas manifestou interesse em receber cursos e capacitações. Entre as sugestões, destacam-se treinamentos que abordem atendimento ao turista, gestão e capacitações específicas para o setor de turismo. Esse grupo indica que as empresas veem valor na atualização e na qualificação técnica, sobretudo em áreas que podem gerar diferenciais competitivos.
Consultorias Específicas (19%):
Cerca de 19% das respostas apontaram a necessidade de consultorias especializadas – tais como consultoria financeira, de marketing e de gestão de hospedagem. Essas respostas sugerem que as empresas desejam suporte mais personalizado para enfrentar desafios operacionais e aprimorar a gestão interna dos seus negócios.
Acesso a Crédito e Financiamento (6%):
Uma menor parcela, cerca de 6%, indicou interesse em ações voltadas para facilitar o acesso a crédito e financiamentos. Apesar de representar uma porcentagem reduzida, essa demanda é estratégica para a expansão e modernização dos negócios.
Eventos e Networking (9%):
Com aproximadamente 9% das respostas, as empresas expressaram o desejo de participar de feiras e eventos – inclusive voltados a nichos específicos, como o afroturismo – que possam favorecer o networking e ampliar a visibilidade das suas ações. Essa categoria reforça a importância de iniciativas que promovam a integração e a troca de experiências entre os empreendedores.
Infraestrutura / Ferramentas / Sistemas (6%):
Algumas respostas indicaram a necessidade de continuar a criar ou aprimorar ferramentas digitais, como sites e plataformas de turismo, além de apoio para o registro de marca. Essa categoria evidencia que a digitalização e a formalização são vistas como diferenciadores no mercado atual.
Treinamentos Práticos e Uso de Novas Tecnologias (13%):
Cerca de 13% das empresas manifestaram interesse em treinamentos práticos, com foco no uso de novas tecnologias, como inteligência artificial e na aplicação direta de práticas de gestão. Essa

demanda demonstra a busca por inovação e pela atualização constante para se manter competitivo no setor.

Acompanhamento Individual / Parcerias (6%):

Algumas empresas apontaram a necessidade de um acompanhamento mais individualizado e de apoio para estabelecer parcerias com outras empresas. Esses dados sugerem que ações personalizadas podem potencializar os resultados e fortalecer as redes de colaboração.

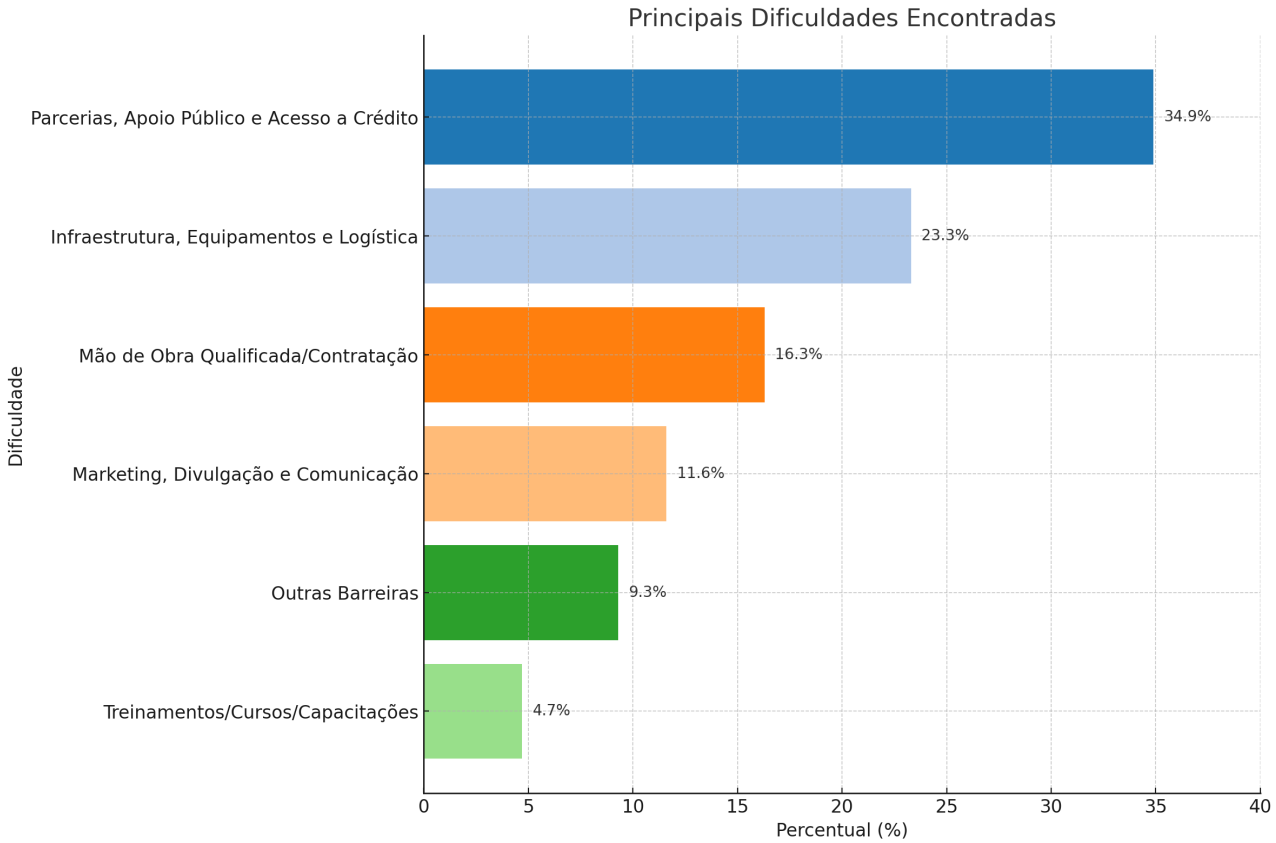
Diagnóstico / Finalização de Projetos Específicos (3%):

Uma resposta destacou a importância de finalizar diagnósticos iniciados, indicando que a continuidade e conclusão de processos de avaliação são fundamentais para que as empresas possam usufruir plenamente dos benefícios do projeto.

Outras Ações Diversas (6%):

Por fim, outras sugestões, como consultoria de registro de marcas e patentes, assessoria de marketing e financeira, completam o leque de demandas, demonstrando a diversidade de necessidades que os empreendedores têm para aumentar a competitividade de seus negócios.

PRINCIPAIS DIFICULDADES ENCONTRADAS



Dificuldade	Número de Respostas	Percentual (%)
A. Infraestrutura, Equipamentos e Logística	10	23,3%
B. Marketing, Divulgação e Comunicação	5	11,6%
C. Parcerias, Apoio Público e Acesso a Crédito	15	34,9%
D. Treinamentos/Cursos/Capacitações	2	4,7%
E. Mão de Obra Qualificada/Contratação	7	16,3%
F. Outras Barreiras	4	9,3%

Nota: Os percentuais podem somar mais de 100% porque alguns respondentes mencionaram mais de uma resposta.

Infraestrutura, Equipamentos e Logística (23,3%)

Aproximadamente 23,3% dos entrevistados enfatizaram dificuldades relacionadas à infraestrutura e logística, incluindo problemas com equipamentos, infraestrutura operacional deficiente, alto preço de aluguel de transportes, inadequação dos pontos turísticos em termos de infraestrutura e questões relativas à infraestrutura digital e pública. Esse grupo evidencia que a carência de condições físicas adequadas e uma logística eficiente impactam negativamente a qualidade e a operação dos serviços turísticos.

Marketing, Divulgação e Comunicação (11,6%)

Cerca de 11,6% dos respondentes apontaram desafios ligados à promoção e divulgação de seus serviços. As respostas incluíram questões como publicidade em hotéis, dificuldades com redes sociais e comunicação das ações. Essas dificuldades podem limitar o alcance e a visibilidade dos empreendimentos, prejudicando a atração de turistas e o fortalecimento da marca.

Parcerias, Apoio Público e Acesso a Crédito/Estrutura Financeira (34,9%)

Com o maior percentual de respostas (34,9%), esse grupo reflete uma demanda por estabelecer parcerias estratégicas – tanto com empresas locais quanto com órgãos públicos – e facilitar o acesso a crédito e financiamentos. As respostas também mencionaram a necessidade de uma estrutura financeira mais robusta. Esse grupo evidencia que, para o crescimento sustentável dos negócios turísticos, as empresas necessitam de suporte para integrar recursos públicos e privados, além de otimizar sua gestão financeira.

Treinamentos / Cursos / Capacitações Específicas (4,7%)

4,7% dos empreendedores citaram desafios relacionados à falta de treinamentos ou capacitações específicas (como, por exemplo, a capacitação de guias de turismo). Embora esse grupo seja pequeno, ele indica que, para alguns, a atualização técnica é fundamental para melhorar a qualidade dos serviços.

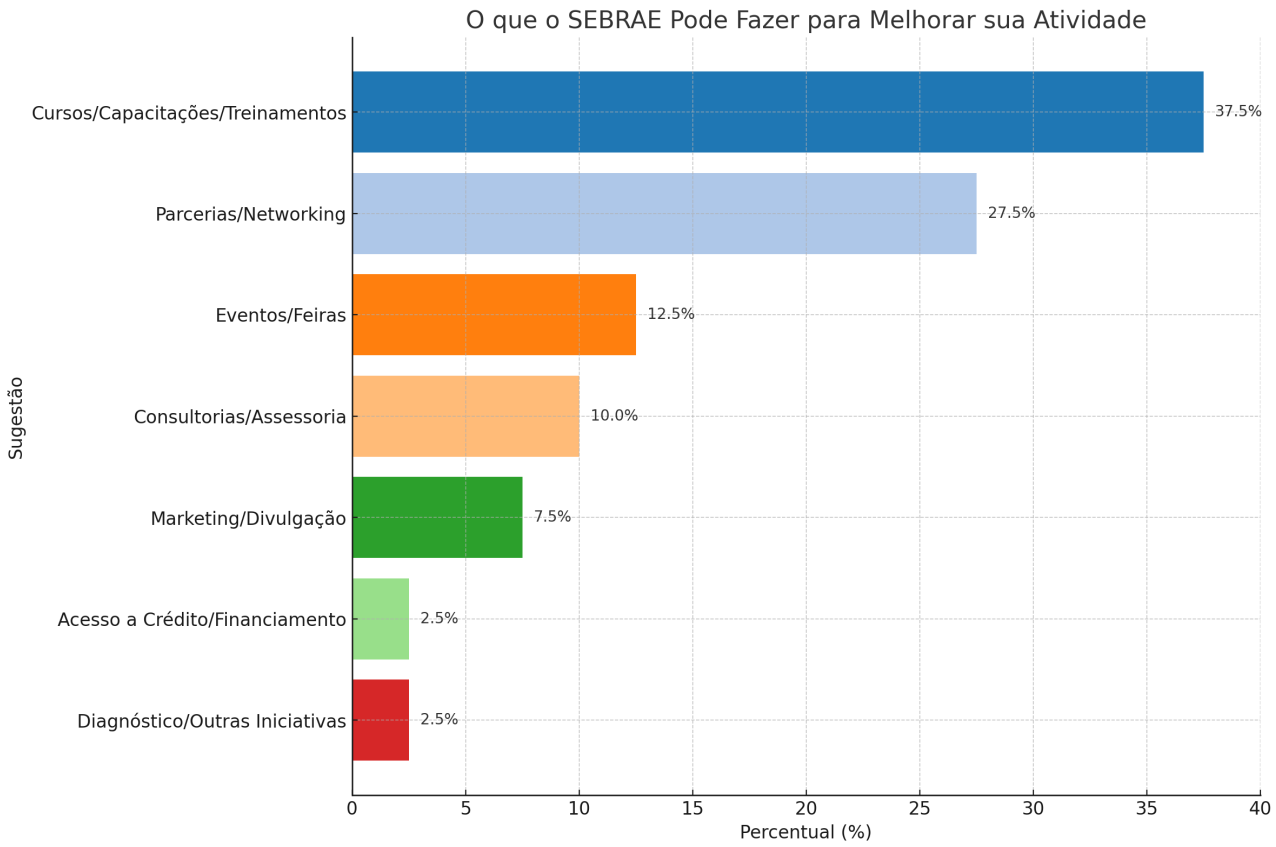
Mão de Obra Qualificada / Contratação (16,3%)

Aproximadamente 16,3% das respostas destacaram dificuldades na contratação e na qualificação da mão de obra. As empresas apontaram a dificuldade de encontrar profissionais capacitados e a relutância em investir com guias, o que pode comprometer a qualidade do atendimento e a experiência do turista.

Outras Barreiras (9,3%)

Cerca de 9,3% dos empreendedores citaram barreiras adicionais, como a barreira da linguagem estrangeira e aspectos culturais relacionados ao envolvimento com entidades governamentais e à capacitação dos povos tradicionais. Essas dificuldades sugerem desafios específicos que podem requerer abordagens diferenciadas para serem superadas.

O QUE O SEBRAE PODE FAZER PARA MELHORAR SUA ATIVIDADE



Sugestão	Número de Respostas	Percentual (%)
1. Cursos/Capacitações/Treinamentos	15	37,5%
2. Consultorias/Assessoria	4	10,0%
3. Parcerias/Networking	11	27,5%
4. Eventos/Feiras	5	12,5%
5. Marketing/Divulgação	3	7,5%
6. Acesso a Crédito/Financiamento	1	2,5%
7. Diagnóstico/Outras Iniciativas	1	2,5%

Nota: Os percentuais somam menos de 100% porque nem todos os participantes responderam essa pergunta.

Cursos/Capacitações/Treinamentos (37,5%):

Essa é a categoria mais expressiva, com 37,5% das respostas, evidenciando que os empreendedores veem grande valor na oferta de capacitações e treinamentos. As sugestões incluem cursos voltados para atendimento ao turista, marketing, gestão, capacitação de guias e de mão de obra, além de workshops práticos. Essa demanda reflete a necessidade de atualização contínua e de formação aplicada para aprimorar a qualidade dos serviços e a competitividade dos negócios turísticos.

Parcerias/Networking (27,5%):

Cerca de 27,5% dos entrevistados destacaram a importância de desenvolver conexões e estabelecer parcerias com outras empresas e entidades, tanto públicas quanto privadas. Essa categoria demonstra que a integração e o networking são vistos como fundamentais para ampliar oportunidades de negócios, aumentar a visibilidade e fortalecer o setor turístico.

Consultorias/Assessoria (10,0%):
Aproximadamente 10% dos respondentes apontaram a necessidade de receber consultorias e assessorias especializadas – especialmente nas áreas de gestão, vendas, marketing digital e financeira. Este grupo evidencia a importância do suporte técnico personalizado para ajudar os empreendedores a enfrentar desafios específicos e otimizar seus processos internos.

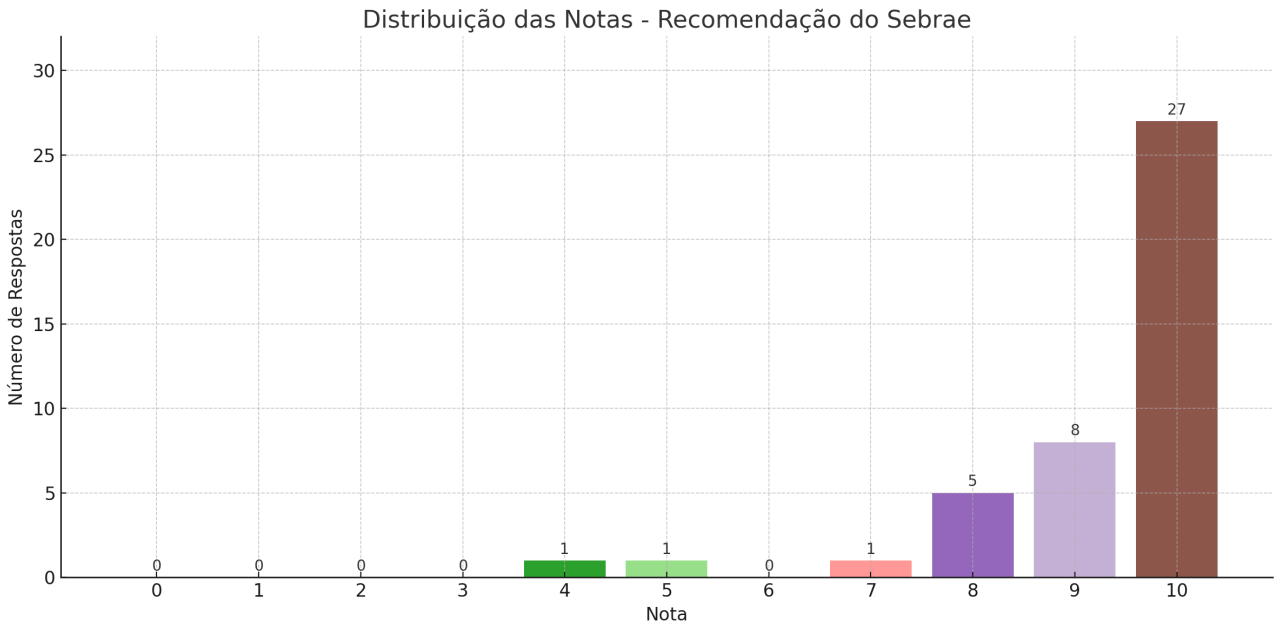
Eventos/Feiras (12,5%):
Com 12,5% das respostas, as empresas/guias sugeriram a realização de eventos, feiras e congressos (inclusive fora do estado) como forma de ampliar o networking, promover a divulgação dos empreendimentos e fomentar o fluxo de turistas. Essas iniciativas são fundamentais para criar espaços de interação e oportunidades de negócio.

Marketing/Divulgação (7,5%):
Cerca de 7,5% dos empreendedores apontaram que o SEBRAE poderia melhorar a sua atividade por meio de apoio com marketing e divulgação. Isso inclui ações de redes sociais e campanhas que aumentem a visibilidade e a promoção dos serviços turísticos.

Acesso a Crédito/Financiamento (2,5%):
Uma menor parcela (2,5%) destacou a importância de facilitar o acesso a linhas de crédito e financiamentos específicos para o setor, o que é estratégico para viabilizar investimentos e expandir as operações dos empreendimentos.

Diagnóstico/Outras Iniciativas (2,5%):
Outras iniciativas, como a realização de diagnósticos para mapeamento de oportunidades ou o desenvolvimento de turismo de base comunitária (TBC), foram citadas por 2,5% dos respondentes, indicando uma busca por abordagens inovadoras que possam complementar as ações tradicionais.

NÍVEL DE SATISFAÇÃO COM O SEBRAE



Nota	Número de Respostas	Percentual (%)
10	27	62,8%
9	8	18,6%
8	5	11,6%
7	1	2,3%
5	1	2,3%
4	1	2,3%

Média das Notas = **9,26**

Net Promoter Score (NPS):

- **Promotores (Notas 9 e 10): 81,40%**
- **Neutros (Notas 7 e 8): 13,95%**
- **Detratores (Notas 0 a 6): 4,65%**

Resultados Finais:
Média das notas: 9,26
NPS: 77

Os resultados indicam um elevado nível de satisfação entre os empreendedores com os serviços do SEBRAE, evidenciado por uma média de aproximadamente 9,26 e um NPS de 77. A maioria expressa disposição forte em recomendar o SEBRAE para amigos e familiares (81,40% são promotores), enquanto apenas uma pequena fração (4,65%) se posiciona como detratora. Esses números refletem a eficácia das iniciativas do projeto e a confiança dos empreendedores no suporte oferecido, embora exista espaço para melhorias, especialmente no atendimento aos grupos de neutros, que representam oportunidades para converter em promotores.

Esses dados são fundamentais para orientar as estratégias de aprimoramento e comunicação do SEBRAE, visando manter e elevar os níveis de satisfação e engajamento dos empreendedores no setor de turismo.

MOTIVOS PARA A NOTA

- **Aspectos Positivos (79,5%)**

A grande maioria dos empreendedores (79,5%) destacou motivos que ressaltam os pontos fortes do SEBRAE. Entre os principais aspectos citados estão:

Suporte e Acompanhamento: Vários respondentes enfatizaram a disponibilidade, seriedade e o comprometimento da equipe do SEBRAE, bem como a atuação constante ("está sempre presente", "trem de portas abertas").

Parceria e Oportunidades: Expressões como "um grande parceiro", "traz muitas oportunidades ao empreendedor" e "pela parceria e apoio" foram frequentemente mencionadas, demonstrando que o suporte do SEBRAE é valorizado por aumentar o networking, a visibilidade e as oportunidades de crescimento.

Qualidade dos Cursos e Capacitações: Diversos depoimentos indicam que os treinamentos, cursos e outras ações formativas contribuem para o aprimoramento dos empreendedores e para a atualização de conhecimentos, aspectos que agregam valor ao negócio.

- **Aspectos a Melhorar (20,5%)**

Aproximadamente 20,5% dos empreendedores apontaram pontos específicos de melhoria. Entre as dificuldades e sugestões de aprimoramento destacam-se:

Finalização dos Projetos: Algumas respostas mencionaram que "todos os projetos iniciados" não foram finalizados, evidenciando uma lacuna na continuidade das ações.

Prática e Aplicação das Teorias: Há comentários indicando a necessidade de uma maior aplicação prática das teorias ensinadas, o que sugere que os conteúdos podem ser mais efetivamente aplicados se acompanhados de exemplos práticos.

Comunicação e Engajamento com o Trade: Alguns respondentes apontaram a necessidade de melhorar a comunicação com o trade ou de fortalecer o engajamento com agências e outros parceiros, a fim de ampliar o impacto das iniciativas do projeto.

OBSERVAÇÕES GERAIS

Dificuldades na Coleta e Controle de Dados Financeiros

Diversos comentários indicaram que os empreendedores não possuem controle rigoroso de dados financeiros ou que tiveram dificuldade em compilar informações exatas. Em vários casos, os responsáveis afirmaram que forneceriam os dados posteriormente, mas acabaram não retornando ou não estando disponíveis, resultando em atrasos e incompletude nas informações. Essa situação dificulta a análise precisa do desempenho financeiro dos negócios e impacta a avaliação dos resultados do projeto.

Problemas de Disponibilidade e Contato

Muitas observações fizeram menção à dificuldade de localizar as empresas ou guias. Foram registrados casos em que os endereços estavam desatualizados ou incorretos, os contatos não atendiam ou não retornavam ligações, e há até casos de empreendedores que estão em viagem, internados ou que encerraram suas atividades. Esses fatores indicam uma baixa efetividade no engajamento e na continuidade do relacionamento, o que pode prejudicar o acompanhamento do projeto e a implementação de ações de melhoria.

Falta de Continuidade e Acompanhamento das Ações

Alguns respondentes criticaram a descontinuidade das ações do projeto (como a interrupção de rotas turísticas ou a falta de retorno a demandas específicas) o que foi apontado como um elemento que prejudica o retorno das iniciativas e a consolidação dos resultados. Essa percepção pode sugerir que, embora haja iniciativas pontuais, o acompanhamento e a finalização dos projetos não são consistentes, causando insatisfação entre alguns participantes.

Insatisfação com a Organização e Comunicação

Há também críticas relacionadas à forma como as ações são organizadas, com alguns comentários sugerindo que a divulgação dos eventos e a comunicação com os parceiros e agências não atendem às expectativas. Essa dificuldade de comunicação e de coordenação interna pode impactar o engajamento dos empreendedores e reduzir o potencial de aproveitamento das oportunidades oferecidas.

Aspectos Relacionados à Participação e Engajamento

Observou-se que, para alguns, a falta de empenho em responder à pesquisa ou de participar das ações pode estar ligada a uma percepção de que o projeto não está oferecendo resultados concretos ou um suporte adequado. Esse desengajamento pode ser resultado tanto de dificuldades operacionais quanto de uma percepção insatisfatória sobre a continuidade ou relevância das iniciativas do projeto.

4 - Considerações Finais

A presente pesquisa T1 do Projeto Conecta Tour 2024 – realizado pelo SEBRAE Amapá no setor de turismo – tem como objetivo mensurar os impactos das intervenções implementadas e avaliar o desempenho dos empreendimentos do setor de turismo após a linha de base estabelecida na Pesquisa T0 (2023). Os principais tópicos abordados nesta análise são o faturamento, os custos operacionais e o nível de satisfação com o SEBRAE Amapá.

Em 2023, os empreendimentos do setor registraram um **faturamento bruto total** de **R$ 10.212.629,01**, entre as empresas que forneceram esses dados e apresentaram algum faturamento. **Em 2024**, o faturamento bruto total atingiu **R$ 11.302.189,89** para o mesmo grupo, o que representa um aumento de aproximadamente **10,67%** em relação ao ano anterior. Essa evolução reflete que, mesmo diante de um cenário desafiador, as iniciativas voltadas para a promoção e a capacitação dos empreendimentos têm contribuído para ampliar a geração de receita. No entanto, é importante observar que a pesquisa T1 foi realizada antes do fechamento total do ano de 2024, o que pode influenciar na comparação e sugerir um potencial de crescimento ainda maior com o encerramento do período. Além disso, algumas empresas iniciaram suas atividades neste ano, não realizando vendas no ano anterior, o que também contribui para um resultado melhor em 2024.

Os custos totais informados em **2023** foram de **R$ 5.996.190,49**, enquanto em **2024** esses custos caíram para **R$ 4.899.959,07** – uma redução de aproximadamente 18,27%. A diminuição dos custos operacionais indica que os empreendimentos adotaram práticas mais eficientes e conseguiram

otimizar seus processos produtivos. Essa redução, combinada com o aumento do faturamento, resulta em uma melhoria significativa na margem de lucro, o que é fundamental para a sustentabilidade dos negócios.

A **estimativa de lucro** para **2023** foi de **R$ 4.216.438,52**, enquanto em **2024** esse valor subiu para **R$ 6.402.230,82**, o que corresponde a um **aumento de cerca de 51,83%**. Esse expressivo crescimento no lucro reflete não só o aumento no faturamento, mas também a redução dos custos operacionais, evidenciando que os esforços para otimizar as operações e reduzir gastos estão gerando um retorno financeiro positivo para os empreendimentos.

No que tange à satisfação dos empreendedores com os serviços do SEBRAE, os dados também apontam para alguns desafios, apesar de altos índices de satisfação. A média das notas foi de 9,26 e o NPS foi de 77. Embora esses índices permaneçam elevados, alguns aspectos do suporte oferecido podem necessitar de melhorias para manter os níveis de satisfação.

Recomenda-se que o SEBRAE Amapá:

Continue e amplie os programas de capacitação e consultoria, adaptando os conteúdos às necessidades específicas dos empreendimentos, para que os aprendizados se traduzam em resultados práticos.

Reforce a otimização dos processos operacionais, promovendo práticas que possam reduzir ainda mais os custos e, assim, melhorar as margens de lucro.

Intensifique os esforços de comunicação e divulgação, garantindo que as empresas se mantenham bem informadas sobre as iniciativas e oportunidades do projeto.

Implemente mecanismos de feedback contínuo para identificar rapidamente possíveis insatisfações e ajustar as estratégias de suporte, transformando a experiência dos empreendimentos em resultados ainda mais expressivos.

Ao concentrar esforços nas áreas identificadas, o SEBRAE Amapá terá condições de potencializar o crescimento e a competitividade dos empreendimentos turísticos, contribuindo para o desenvolvimento sustentável do setor e fortalecendo a economia regional.