



**Estudo de Identificação de Oportunidades de negócios de
Impacto social no município de Macaíba - Centro**

Natal/RN

Julho/2018

INTRODUÇÃO

O presente trabalho pretende auxiliá-los os empreendedores e potenciais empreendedores, que atuam ou desejam atuar no âmbito do município de Macaíba – centro, identificando possibilidades de negócios para quem deseja investir seus recursos em um negócio de impacto social, buscando preencher lacunas existentes no mercado.

São possibilidades detectadas através de estudos de mercado com tratamento de dados existentes através de uma pesquisa específica com residentes, funcionários e estudantes que consomem na região.

A pesquisa aponta necessidades de negócios, da população em geral, não supridas atualmente e que sob a análise de alguns parâmetros serão possibilidades de negócios de impacto social para novos empreendedores e empresários que buscam uma oportunidade de negócio.

OBJETIVOS

- Analisar o ambiente mercadológico da região de Macaíba - Centro;
- Detectar demandas não atendidas no bairro, que possam gerar possibilidades de negócios de impacto social para empresários, empreendedores individuais e empreendedores;
- Identificar pontos de melhoria e aprimoramento para os negócios já existentes.

METODOLOGIA DA PESQUISA

- Amostra: 150 entrevistados;
- Público pesquisado: consumidor local que apresente alguma insatisfação com os negócios existentes ou que sintam a necessidade de algum serviço ou produto que gostaria que tivesse no bairro;
- Bairros pesquisados: Macaíba, Centro, no período de maio de 2018.

RESULTADOS

- **Perfil**

Do total de entrevistados 63,3% são moradores/consumidores no município de Macaíba, região central, 30,6% residem em outro bairro e vieram apenas fazer compras, 4,1% trabalham ou estudam e 2,0% estão visitando o bairro.

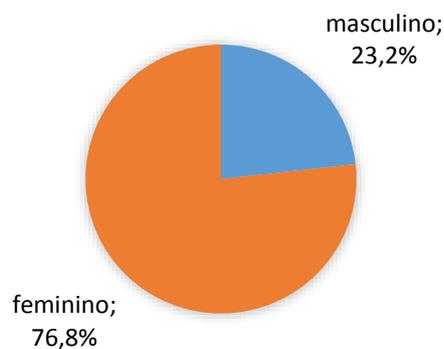
Gráfico 1 – Você mora, trabalha, está em turismo ou só está consumindo algo neste bairro?



- **Gênero**

A distribuição dos entrevistados por gênero apresenta maior frequência as mulheres, com percentual de 76,8% e 23,2% para os homens.

Gráfico 2 – Distribuição por gênero



NECESSIDADES NÃO ATENDIDAS

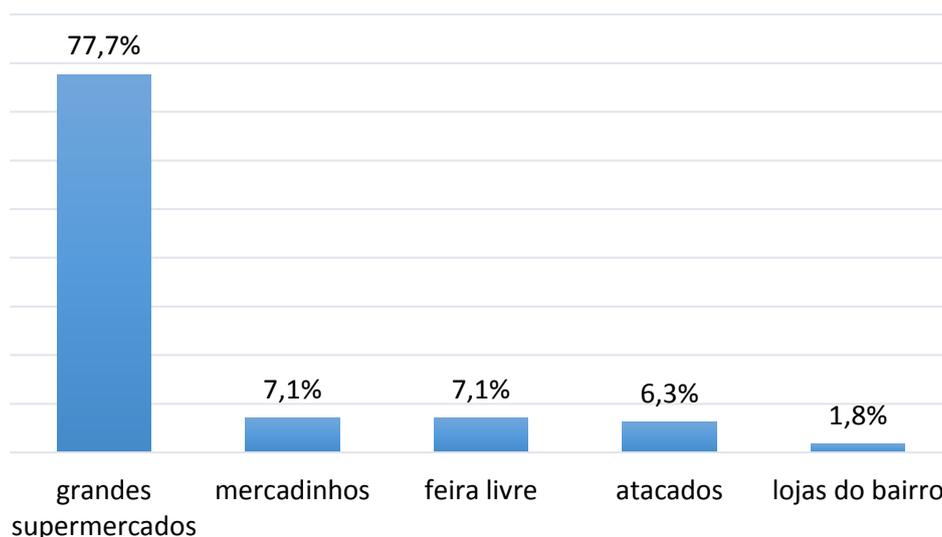
NEGÓCIOS	MOTIVOS DA INSATISFAÇÃO
<ul style="list-style-type: none">• Açougue	- Produtos sem qualidade, falta de higiene, não sabe a origem das carnes, poucas unidades no bairro
<ul style="list-style-type: none">• Clínica médica	- Atendimento, formas de pagamento, profissionais sem qualificação, distância
<ul style="list-style-type: none">• Escolas particulares	- Faltam práticas esportivas, não tira dúvidas corretamente, atendimento, professores desqualificados
<ul style="list-style-type: none">• Exames de laboratório	- Não tem
<ul style="list-style-type: none">• Farmácias	- Atendimento, falta de medicamentos, não funciona 24 horas, poucas unidades
<ul style="list-style-type: none">• Loja de conveniência	- Funcionar 24 horas
<ul style="list-style-type: none">• Loja de móveis	- Atendimento, falta de variedades, preço elevado
<ul style="list-style-type: none">• Material de construção	- Localização
<ul style="list-style-type: none">• Oficina mecânica	- Atendimento, faltam peças, sem qualidade
<ul style="list-style-type: none">• Padaria	- Produto sem qualidade, distante,
<ul style="list-style-type: none">• Pizzaria	- Segurança, produto ruim, sem sabor
<ul style="list-style-type: none">• Restaurante	- Atendimento, comida sem qualidade, melhorar as opções de saladas
<ul style="list-style-type: none">• Salão de beleza	- Atendimento, profissionais ruins, preço elevado, desorganizado
<ul style="list-style-type: none">• Supermercado	Atendimento, demora nas filas, frutas e verduras sem qualidade, produtos fora da validade, distante, não recebe cartão
<ul style="list-style-type: none">• Vestuário: roupas e calçados	- Atendimento, preço elevado, falta de marcas e variedade

COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR

- **Aquisição de produtos e serviços**

Os produtos e serviços consumidos no bairro são adquiridos em grandes supermercados (77,7%), mercadinhos (7,1%), feira livre (7,1%), atacados (6,3%) e lojas do bairro (1,8%). Os principais motivos para gastar o dinheiro nestes locais estão relacionados a proximidade de casa, ter preço, comodidade, receber cartão e ter variedade de produtos.

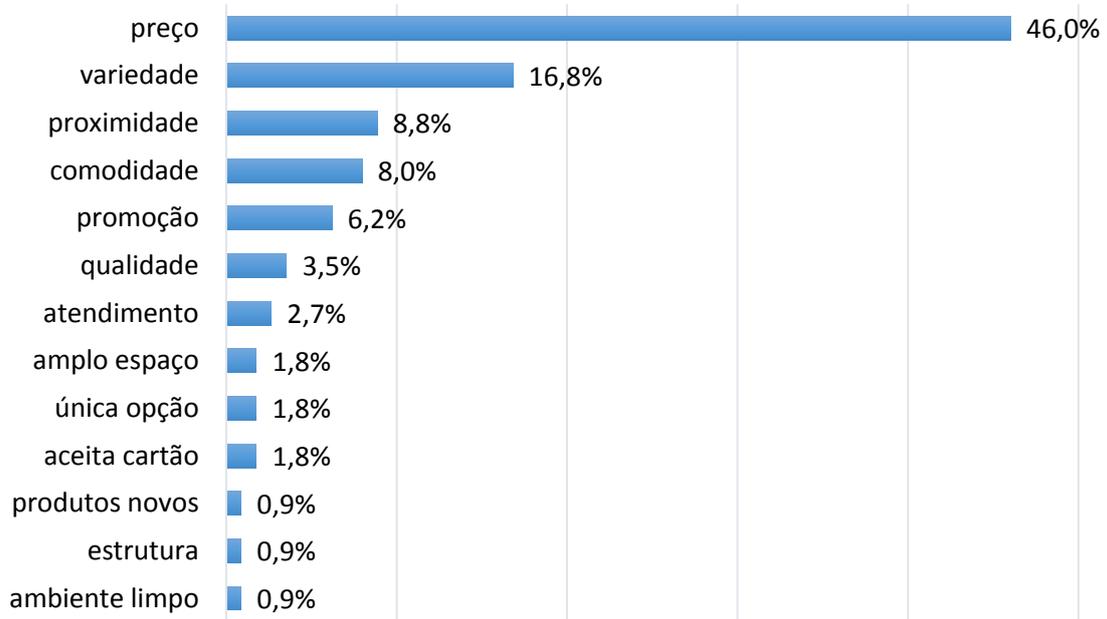
Gráfico 3 – Local onde compra produtos e serviços



- **Atributos para realização de compras**

O preço acessível (46,0%) e a variedade (16,8%) são os atributos de maior importância no momento da realização de compras para o consumidor. Outros pontos citados, porém, com menor frequência percentual são: proximidade (8,8%), comodidade (8,0%), promoção (6,2%), qualidade (3,5%), atendimento (2,7%), amplo espaço (1,8%), única opção (1,8%), aceita cartão (1,8%), produtos novos (0,9%), estrutura (0,9%) e ambiente limpo (0,9%).

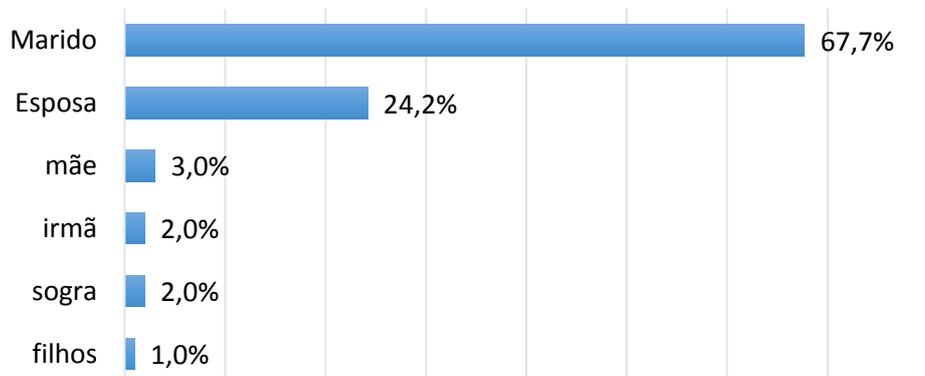
Gráfico 4 – Atributos de importância na hora de realizar a compra



- **Decisor sobre as compras**

A decisão sobre as compras na residência é do sexo masculino, na posição de marido, totalizando 73% das citações. As mulheres detêm apenas 27,2% das decisões residenciais de compra, seja nas posições de esposa (24,2%) ou mãe (3,0%).

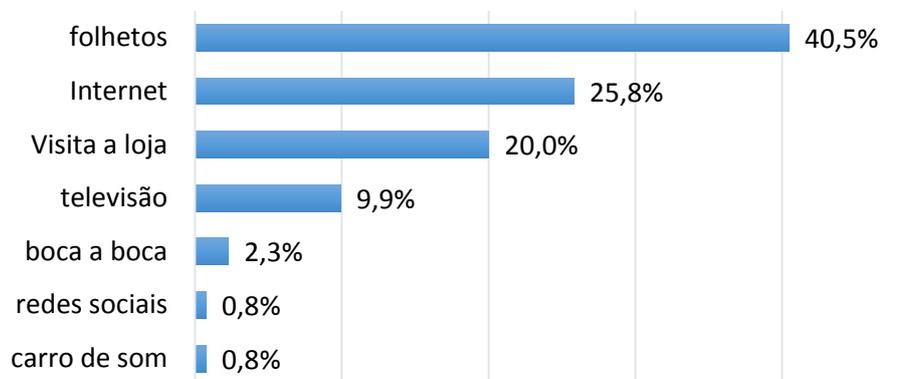
Gráfico 5 – Decisão sobre as compras na residência



- **Busca de informações**

Quando o consumidor deseja comprar, pesquisar preços, buscar promoções sobre determinado produto ou serviço os principais meios de comunicação utilizados são: folhetos (40,5%), Internet (25,8%), visita a loja (20,0%), televisão (9,9%), boca a boca (2,3%), redes sociais (0,8%) e carro de som (0,8%).

Gráfico 6 – Meio de comunicação quando deseja comprar, pesquisar preços e promoções

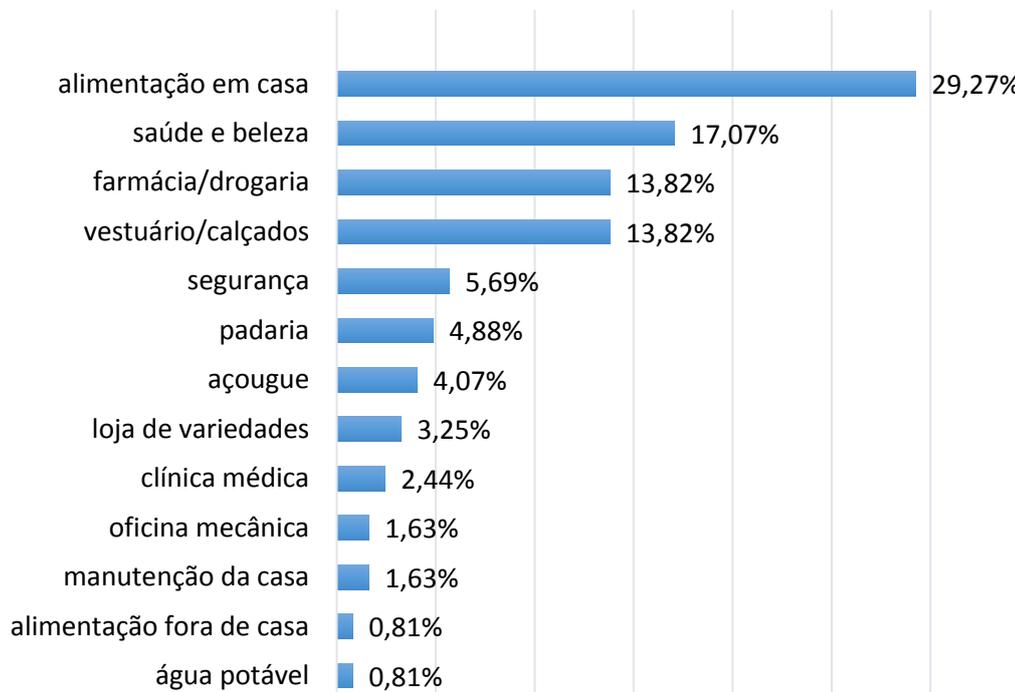


- **Utiliza e não está satisfeito**

Os principais produtos e serviços que utiliza e não está satisfeito, são:

- Alimentação em casa (29,27%);
- Saúde e beleza (17,17%);
- Farmácia/drogaria (13,82%);
- Vestuário e calçados (13,82%).

Gráfico 7 – Produto ou serviço que utiliza e não está satisfeito



Esta questão admite múltipla resposta.

OPORTUNIDADE DE NEGÓCIOS

NEGÓCIOS	DIFERENCIAL PARA FIDELIZAÇÃO
• Academia	- Instrutores qualificados, equipamentos novos
• Açougue	- Atendimento, preço, higienizado, produtos de qualidade
• Clínica médica	- Profissionais qualificados, oferecer diversas especialidades, receber vários planos de saúde
• Escola particular	- Ensino fundamental e médio, reforço escolar, atendimento, atividades esportivas
• Farmácia	- Serviço de entrega, funcionar 24 horas, variedade de medicamentos, preço acessível
• Móveis e eletrodomésticos	- Opções de pagamentos, variedade de itens

NEGÓCIOS	DIFERENCIAL PARA FIDELIZAÇÃO
<ul style="list-style-type: none"> Oficina mecânica 	Especializada em carros nacionais e importados, profissionais qualificados, confiança
<ul style="list-style-type: none"> Restaurante 	- Ambiente climatizado, atendimento, cardápio variado, comida saudável, serviço de rodízio
<ul style="list-style-type: none"> Supermercado 	- Atendimento, ambiente climatizado, funcionários capacitados, frutas e verduras de qualidade, ambiente limpo e organizado
<ul style="list-style-type: none"> Vestuário: roupas e calçados 	- Atendimento, variedade de marcas, funcionários qualificados

- Internet**

Quanto ao uso da Internet, 64,3% acessam e 35,7% não utilizam. Os locais de acesso à Internet são em casa (85,7%), celular (12,7%) e no trabalho (1,2%).

Gráfico 8 – Acesso a Internet

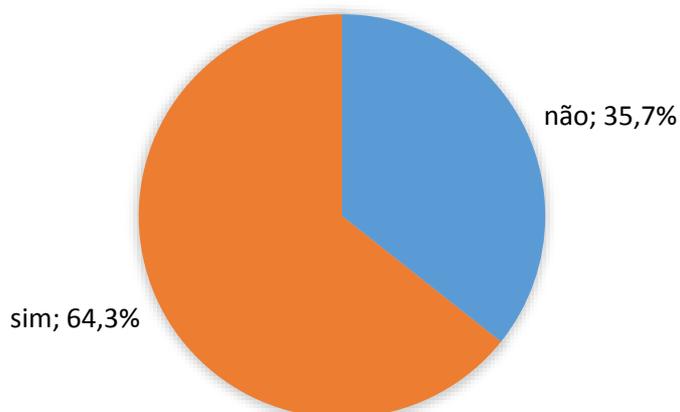
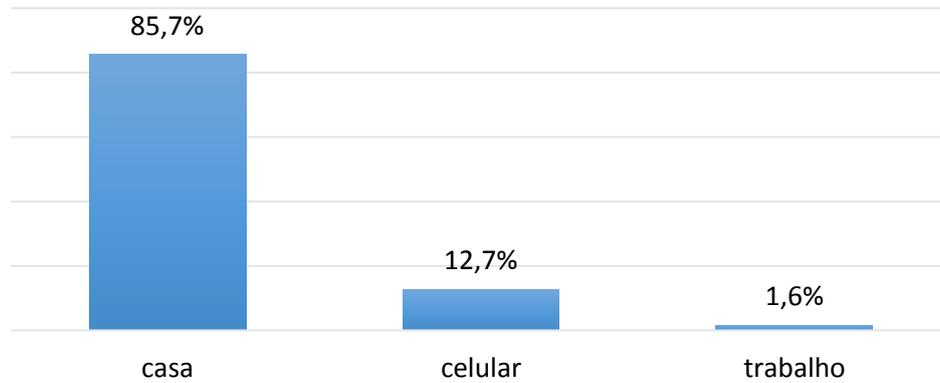


Gráfico 9 – Onde acessa a Internet



Quando questionados sobre a prática do e-commerce (compras online) 84,7% não realizam e 15,3% afirmaram que sim, realizam compras online.

Gráfico 10 – Realiza compras on line



- **Coleta seletiva**

No tocante a existência de coleta seletiva no bairro 10,1% citaram que existe coleta seletiva e 89,9% informaram que não existe.

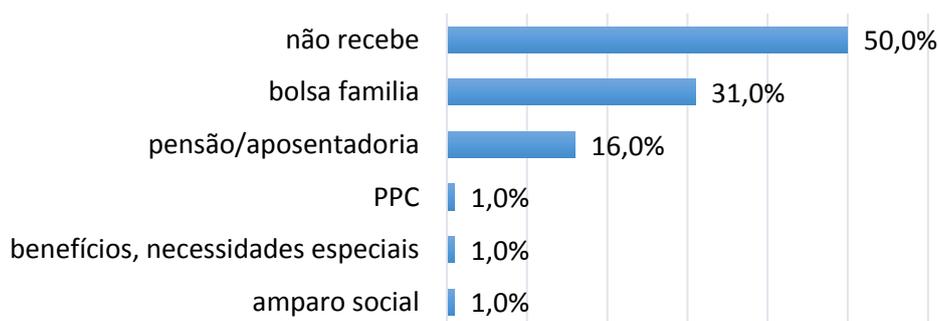
Gráfico 11 – Existência de coleta seletiva no bairro



- **Benefícios sociais**

Quanto ao recebimento de benefícios sociais verificou-se que 50,0% dos entrevistados recebem algum tipo de auxílio do governo, sendo: 31% refere-se ao programa bolsa família, 16,0% recebem pensão/aposentadoria, 1,0% PPC, 1,0 benefício por ter necessidade especial, e 1,0% amparo social. Não recebem nenhum tipo de auxílio 50,0% dos pesquisados.

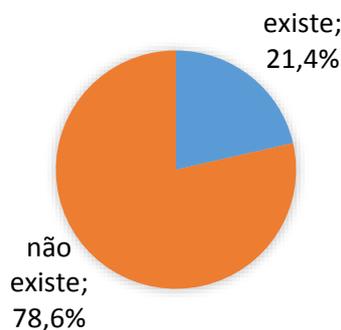
Gráfico 12 – Recebimento de auxílio do governo



- **Projetos sociais**

Sobre a existência de projetos sociais desenvolvidos no bairro apenas 21,4% relataram existir, informando que são desenvolvidos pela prefeitura, posto de saúde, CRAS e a secretaria de educação. 78,6% apontaram não existir.

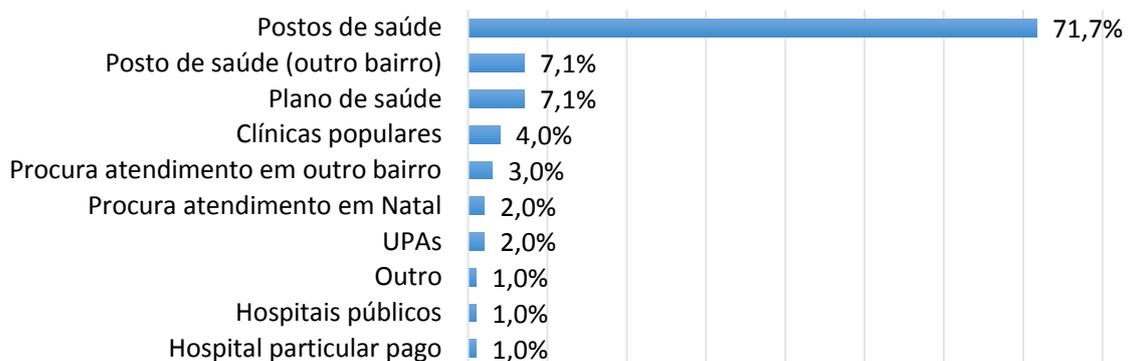
Gráfico 13 – Existência de projetos sociais no bairro



- **Serviços de saúde**

Quando há necessidade de ir ao médico 71,7% dos pesquisados buscam o atendimento do posto de saúde do bairro, 7,1% encaminham-se ao posto de saúde de outro bairro, 7,1% utilizam o plano de saúde, 4,0% buscam as clínicas populares, 3,0% procuram atendimento em outros bairros, 2,0% vão para Natal, 2,0% deslocam-se até a UPA, 1,0% recorrem aos hospitais públicos, 1,0% dirigem-se ao hospital particular pago e 1,0% frequentam outros meios.

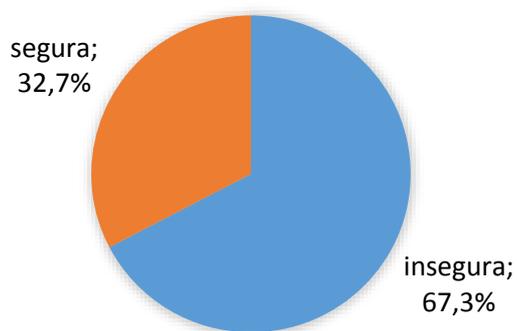
Gráfico 14 – Serviço de saúde que utiliza quando necessita ir ao médico



- **Moradia**

Com relação a moradia 71% citaram ser inseguras e 29% seguras.

Gráfico 15 – Situação de moradia

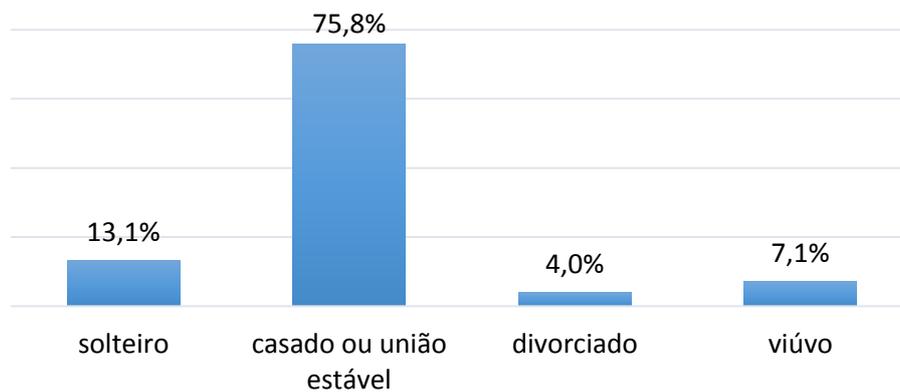


PERFIL DO ENTREVISTADO

- **Estado civil**

Com relação ao estado civil 75,8% são casados, 13,1% solteiros, 7,1% viúvos e 4,0% divorciados.

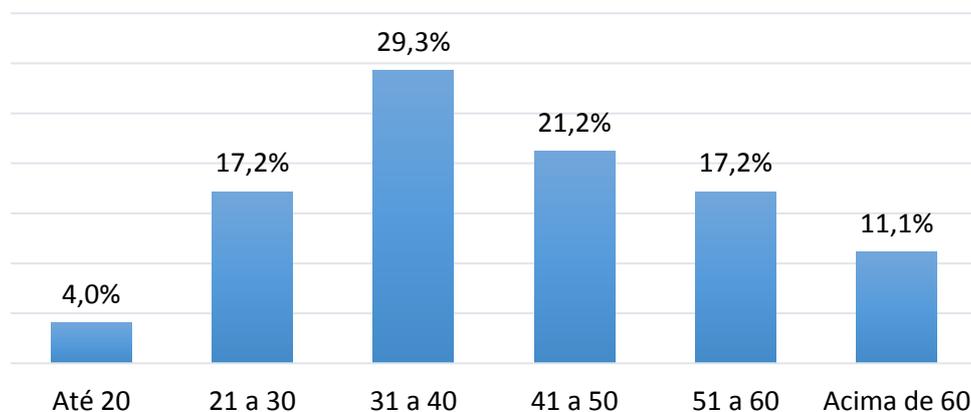
Gráfico 16 – Estado civil



- **Faixa etária**

No que se refere a faixa etária 29,3% dos pesquisados encontram-se no intervalo de 31 a 40 anos de idade, com idade média de 42 anos. Com relação aos demais entrevistados 4,0% têm até 20 anos; 17,2% estão na faixa de 21 a 30 anos; 21,2% entre 41 a 50 anos; 17,2% entre 51 a 60 anos e 11,1% estão acima de 60 anos.

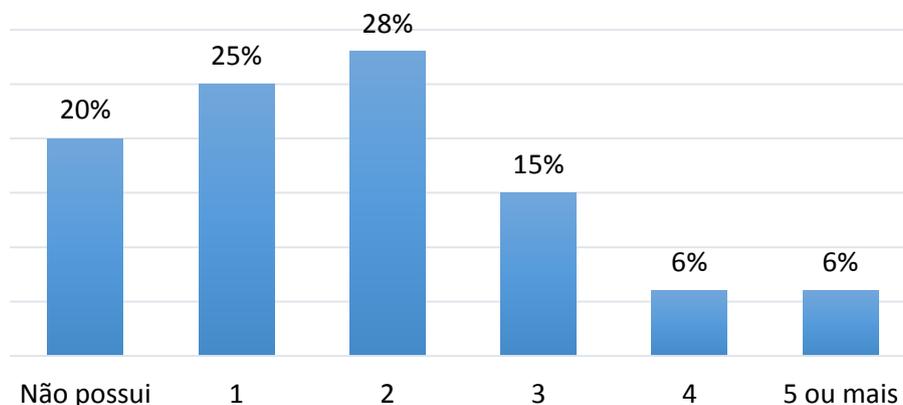
Gráfico 17 – Faixa Etária



- **Número de filhos**

Quanto ao número de filhos apurou-se que 20% não possuem filhos, 25% têm apenas um filho, 28% dois filhos, 15% três filhos, 6% quatro filhos e 6% cinco ou mais filhos. O número médio é de aproximadamente 2 filhos.

Gráfico 18 – Número de filhos



Obs.: Situação escolar = Todos os filhos estão na escola

- **Portador de necessidade especial**

Do total de entrevistados, 5,1% mencionaram ter pessoas com necessidades especiais em sua residência, totalizando apenas 1 (um) indivíduo para todos os casos.

Gráfico 19 – Pessoas com necessidades especiais



- **Grau de Instrução**

O nível de escolaridade com maior frequência foi o ensino fundamental para 45,9% dos pesquisados, seguidos pelo ensino médio com percentual de 38,8%. Apenas 1% não possui escolaridade, 1% está no nível superior incompleto, 9,2% tem especialização e 4,0% mestrado.

Segundo os entrevistados, 53,2% têm pessoas na família estudando, indo do ensino fundamental ao ensino superior, enquanto que 46,8% não estudam.

Do percentual que relatou estar estudando: 17,2% estão em escola municipal, 17,1% em escola estadual, 14,9% em escola particular e 4,0% em escola federal.

Gráfico 20 – Grau de escolaridade

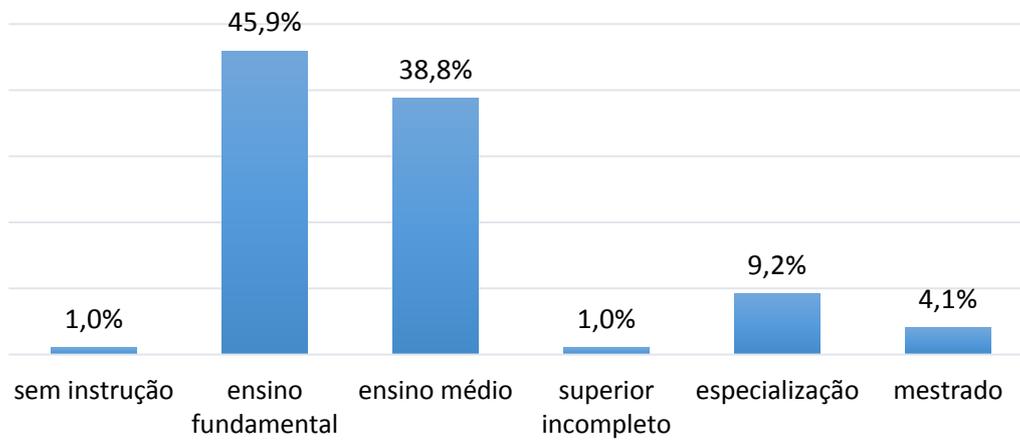


Gráfico 21 – Existência de pessoas na residência frequentando escola

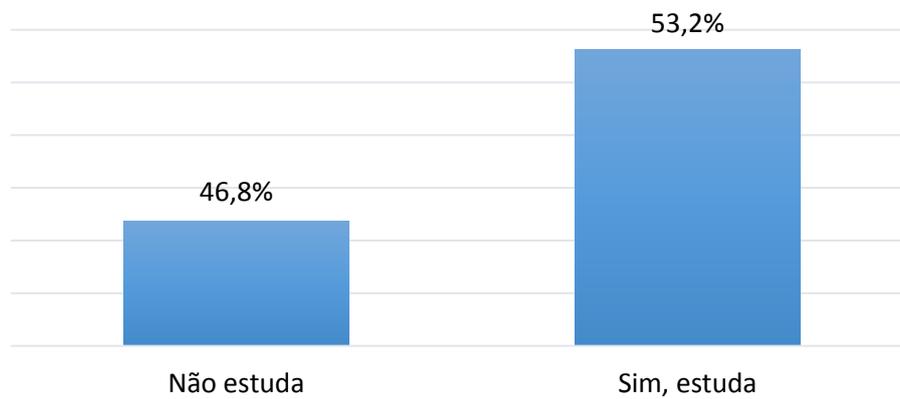
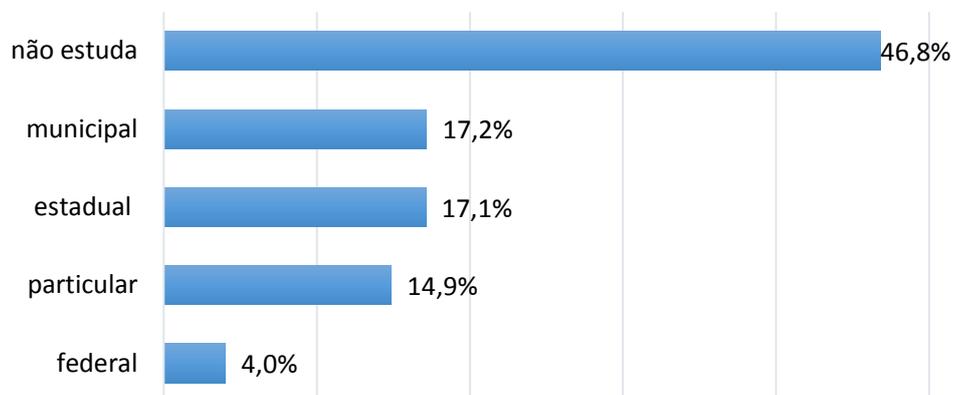


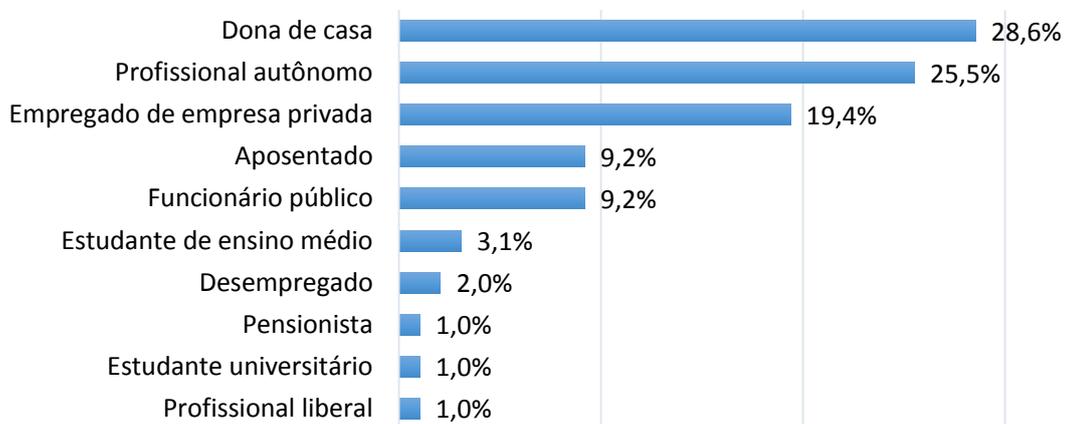
Gráfico 22 – Tipo de escola que estuda



- **Ocupação**

As principais ocupações estão relacionadas a dona de casa (28,6%), profissional autônomo (25,5%), empregado de empresa privada (19,4%), totalizando 73,5% dos entrevistados. As demais ocupações em menor percentual são: aposentado (9,2%), funcionário público (9,2%), estudante de ensino médio (3,1%), desempregado (2,0%), pensionista (1,0%), estudante universitário (1,0%) e profissional liberal (1,0%).

Gráfico 23 – Ocupação atual



- **Renda**

No que se refere a renda 69,4% ganham até 1 salário mínimo, 25,5% entre 2 a 4 salários mínimos e 5,1% entre 4 a 10 salários mínimos.

Gráfico 24 - Renda

