



Estudo de Identificação de Oportunidades de negócios de Impacto social no bairro Planalto – Zona Oeste de Natal

Natal/RN

Junho/2018

INTRODUÇÃO

O presente trabalho pretende auxiliá-los os empreendedores e potenciais empreendedores, que atuam ou desejam atuar no âmbito do bairro Planalto, na Zona Oeste da cidade de Natal, 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 do bairro Planalto – Natal/RN;
- 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

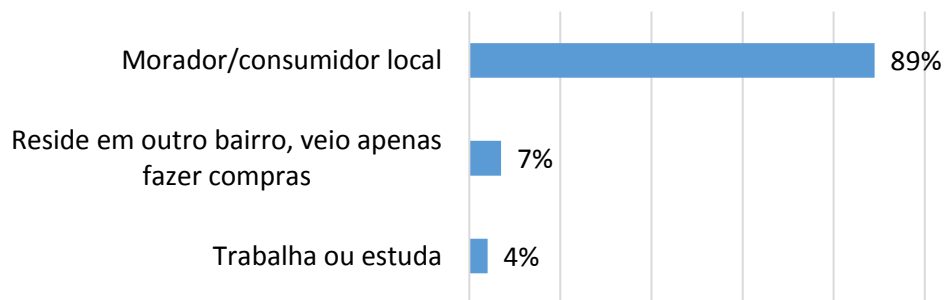
- Amostra: 150 entrevistados;
- Público pesquisado: consumidor local que apresente alguma insatisfação com os negócios existentes ou que sintam a necessidade de algum serviço ou produto que gostaria que tivesse no bairro;
- Bairros pesquisados: Planalto, Natal/RN, no período de maio de 2018.

RESULTADOS

- **Perfil**

Do total de entrevistados 89% são moradores/consumidores bairro de Planalto, cidade de Natal/RN.

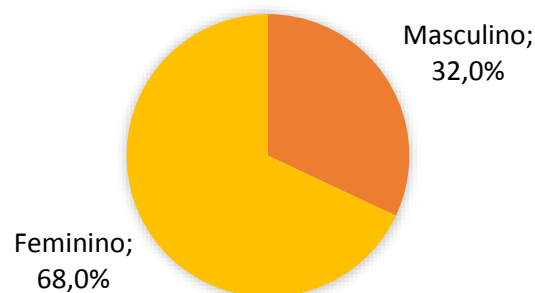
Gráfico 1 – Você mora, trabalha, está em turismo ou só está consumindo algo neste bairro?



- **Gênero**

A distribuição dos entrevistados por gênero apresenta maior frequência das mulheres, com percentual de 68,0% e 32,0% para os homens.

Gráfico 2 – Distribuição por gênero



NECESSIDADES NÃO ATENDIDAS

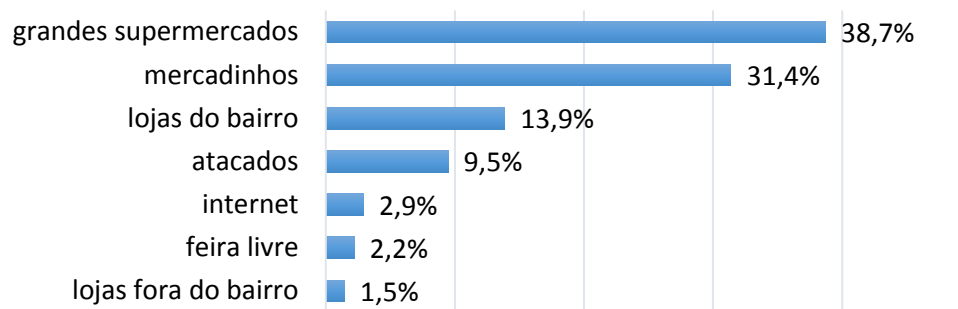
NEGÓCIOS	MOTIVOS DA INSATISFAÇÃO
• Aluguel de roupas	- Só tem uma empresa no bairro
• Armarinho	- Só tem uma empresa no bairro, variedade, atendimento
• Barbearia	- Não tem no bairro
• Calçados	- Pouca variedade, sem qualidade
• Casa lotérica	- Ambiente desconfortável, demora no atendimento, falta de segurança
• Cursos profissionalizantes	- Não tem no bairro
• Escola de ensino médio	- Ensino ruim, poucas escolas, qualidade e segurança
• Escola de idiomas	- Não tem no bairro
• Farmácia	- Atendimento ruim, falta de medicamentos, preços elevados, funcionar 24 horas
• Lanchonete	- Espaço físico, pouca variedade de lanches
• Livraria	- Não tem no bairro
• Moda feminina	- Preço elevado - Roupas de péssima qualidade
• Oficina mecânica	- Distante,
• Papelaria	- Pouca variedade de itens, produtos ruins e sem qualidade
• Perfumaria e cosméticos	- Não existe no bairro
• Restaurante	- Comida sem qualidade - Espaço físico insuficiente - Falta de higiene - Pouca variedade de pratos no cardápio
• Serviços de saúde	- Péssimo atendimento, qualidade, faltam profissionais, necessidade de exames, demora no atendimento, faltam especialidades
• Supermercado	- Conservação dos alimentos, estacionamento pequeno, distante, preços elevados, falta de higiene
• Vestuários e acessórios	- Produtos sem qualidade, preço elevado, poucas lojas

COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR

- **Aquisição de produtos e serviços**

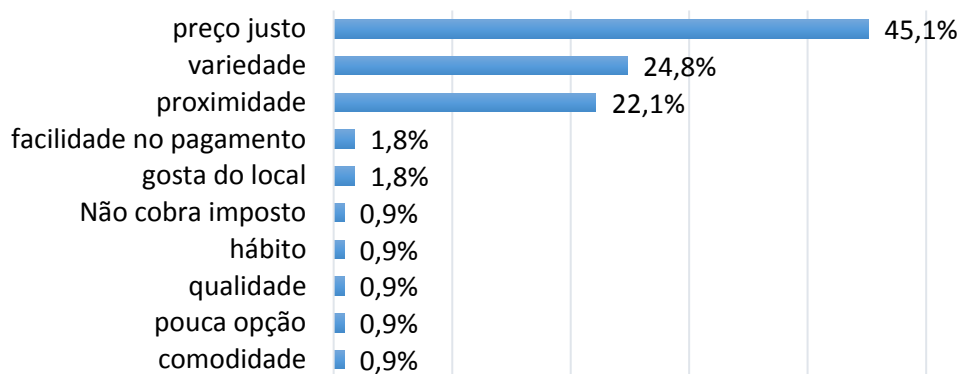
Os produtos e serviços consumidos no bairro são adquiridos em grandes supermercados (38,7%), mercadinhos (31,4%), loja de bairro (13,9%), atacados (9,5%), Internet (2,9%), feira livre (2,2%) e lojas fora do bairro (1,5%).

Gráfico 3 – Local onde compra produtos e serviços



O principal motivo para comprar nos estabelecimentos citados anteriormente são o preço justo (45,1%), variedade (24,8%), proximidade (22,1%). Outras opções em menor frequência são: facilidade no pagamento (1,8%), gosta do local (1,8%), não cobra imposto (0,9%), hábito de comprar (0,9%), qualidade (0,9%), poucas opções (0,9%) e comodidade (0,9%).

Gráfico 4 – Motivos para gastar o dinheiro onde compra atualmente

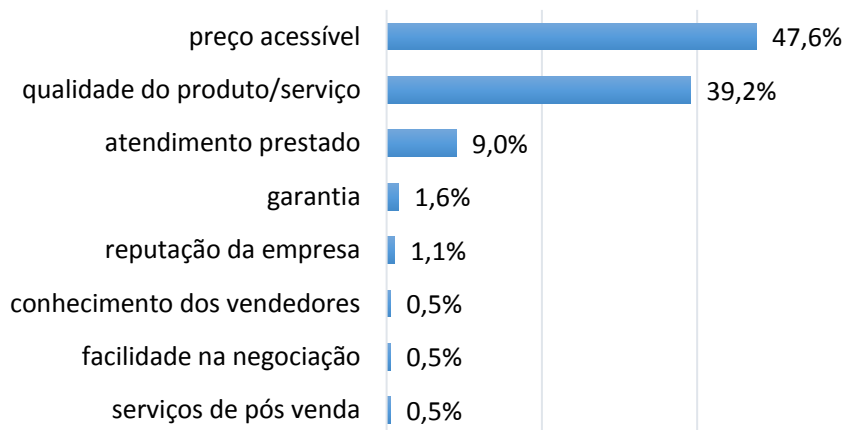


Essa questão admite múltipla resposta.

- **Atributos para realização de compras**

O preço acessível (47,6%) e a qualidade do produto ou serviço (39,2%) são os atributos de maior importância no momento da realização de compras para o consumidor. Outros pontos citados, porém, com menor frequência percentual são: atendimento prestado (9,0%), garantia (1,6%), reputação da empresa (1,1%), conhecimento dos vendedores (0,5%), facilidade na negociação (0,5%) e serviços pós-venda (0,5%).

Gráfico 5 – Atributos de importância na hora de realizar a compra

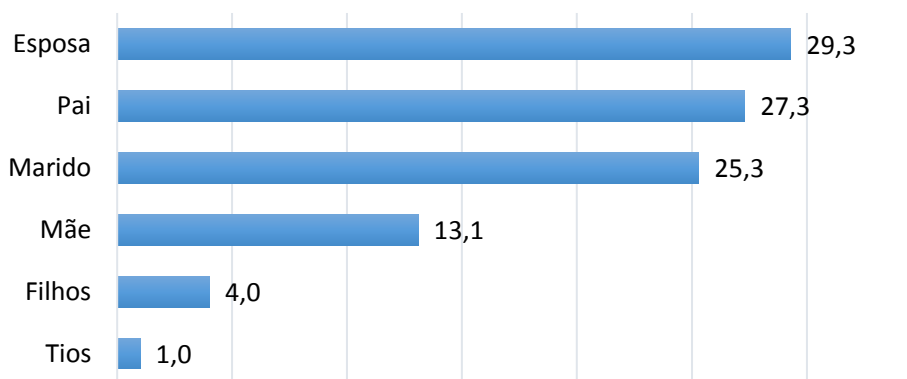


Esta questão admite múltipla resposta.

- **Decisor sobre as compras**

A decisão sobre as compras na residência é do sexo masculino, seja na posição de marido (25,3%) seja na posição de pai (27,3%), totalizando 52,6% das citações e as mulheres detêm 42,4% das decisões de compra, ocupando a posição de esposa (29,3%) e mãe (13,1%). Outros decisores são os filhos (4,0%) e os tios (1,0%).

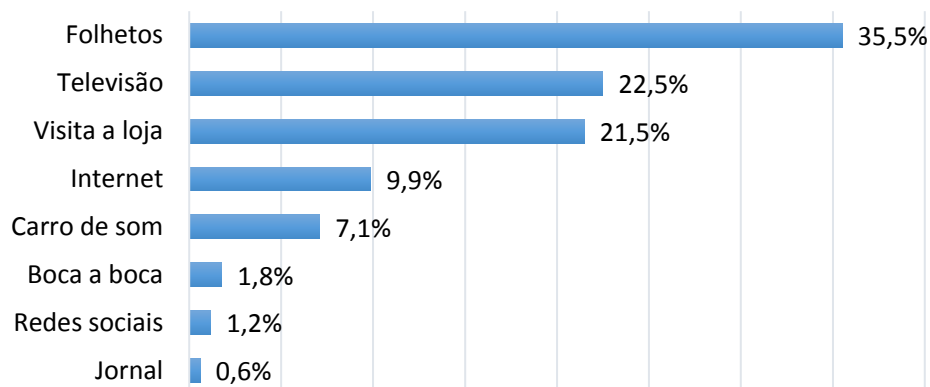
Gráfico 6 – Decisão sobre as compras na residência



- **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 (35,5%), televisão (22,5%), visita a loja (21,5%), Internet (9,9%), carro de som (7,1%), boca a boca (1,8%), redes sociais (1,2%) e jornal (0,6%).

Gráfico 7 – Meio de comunicação quando deseja comprar, pesquisar preços e promoções

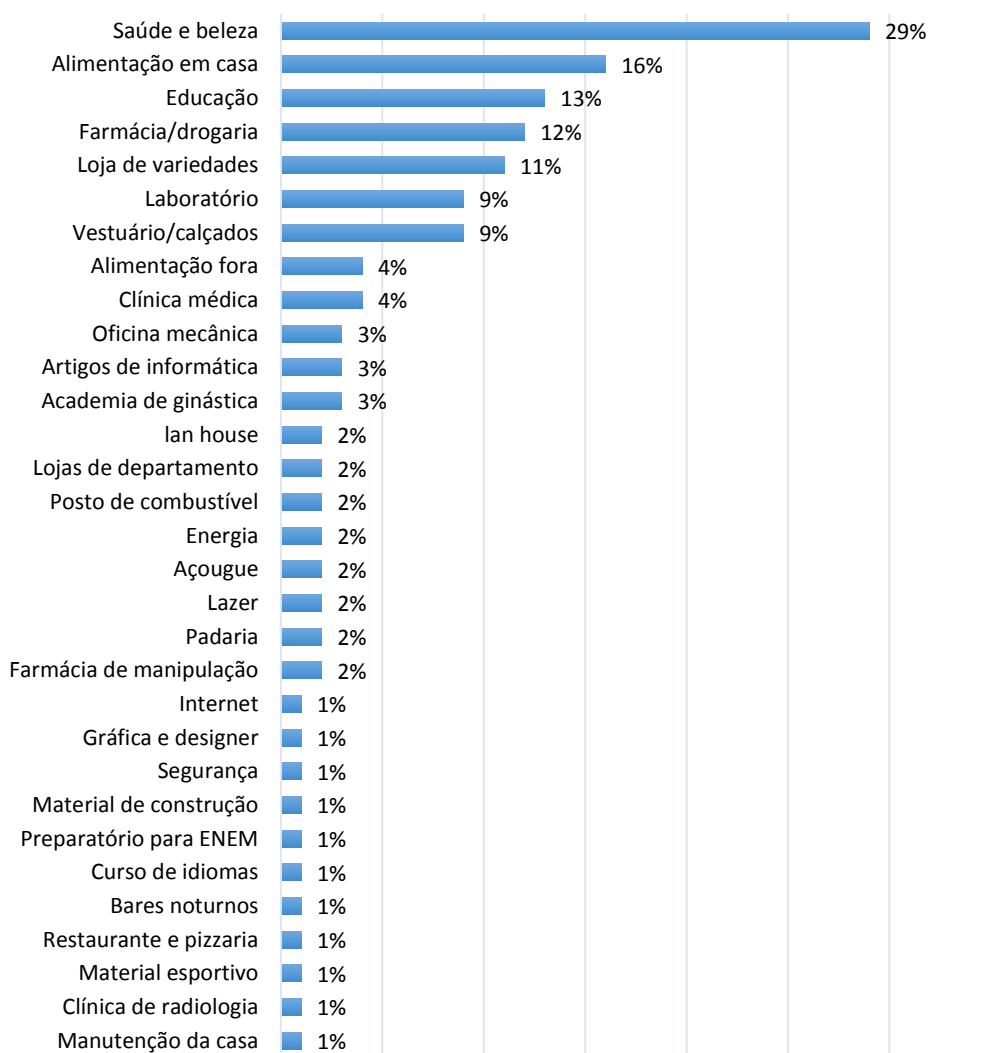


- **Utiliza e não está satisfeito**

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

- Saúde e beleza (29,0%);
- Alimentação em casa (16%);
- Educação (13,0%);
- Farmácia/drogaria (12,0%);
- Loja de variedades (11,0%).

Gráfico 8 – Produto ou serviço que utiliza e não está satisfeito



Esta questão admite múltipla resposta.



Serviço de Apoio às Micro e Pequenas
Empresas do Rio Grande do Norte

OPORTUNIDADE DE NEGÓCIOS

NEGÓCIOS	DIFERENCIAL PARA FIDELIZAÇÃO
• Academia	- Promoções, bons equipamentos, profissionais capacitados, não esteja lotada
• Açougue	- Atendimento, boa variedade de carnes, higiene
• Clínica médica	- Maior variedade de exames, bom atendimento médico, diversas especialidades, atendimento pelo SUS, preço acessível
• Cosméticos e perfumaria	- Atendimento, preço popular, variedade de produtos
• Costureira	- Atendimento rápido, qualidade
• Cuidador de idoso	- Serviço domiciliar, bons profissionais
• Curso profissionalizante	- Preço acessível, bons profissionais, diversos cursos, oferecer estágio
• Escola de ensino médio	- Preço acessível, bons professores
• Farmácia	- Atendimento, localização, funcionar 24 horas, preço acessível, serviço de entrega
• Laboratório de exames	- Preço acessível, variedade de exames, agilidade na entrega dos resultados
• Livraria e papelaria	- Atendimento e variedade de artigos de papelaria
• Loja de calçados	- Variedade de produtos, preço justo, atendimento
• Loja de informática	- Assistência técnica, atendimento, produtos e acessórios variados
• Mercadinho	- Atendimento, produtos de qualidade, preço, variedade de itens e marcas
• Pague Fácil	- Agilidade no atendimento, quantidade de caixas, pagamento de todos os tipos de contas
• Pizzaria	- Cardápio variado, rodízio de pizzas e massas
• Posto de combustível	- Atendimento, qualidade, preço

NEGÓCIOS	DIFERENCIAL PARA FIDELIZAÇÃO
• Restaurante	- Atendimento, cardápio variado, alimento de qualidade
• Segurança residencial	- Qualidade dos serviços, preço baixo, atendimento
• Supermercado	- Preço baixo, qualidade e variedade de produtos
• Vestuário	- Qualidade, variedade de marcas, roupas para idosos

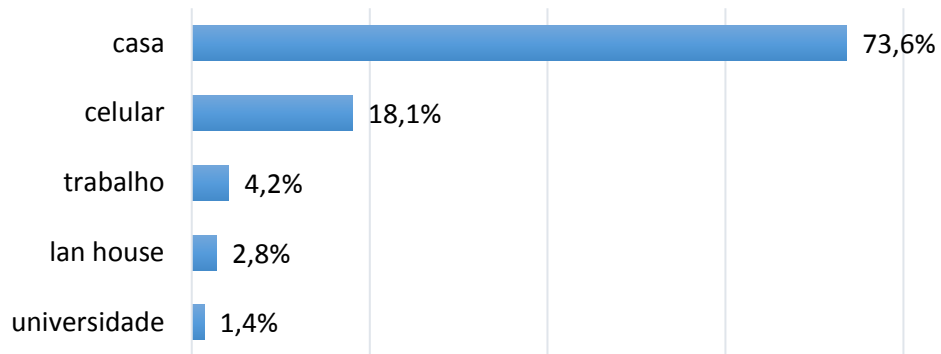
- **Internet**

Quanto ao uso da Internet, 73,0% acessam e 27,0% não utilizam. Os locais de acesso à Internet são em casa (73,6%), celular (18,1%), trabalho (4,2%), lan house (2,8%) e universidade (1,4%).

Gráfico 9 – Acesso à Internet



Gráfico 10 – Onde acessa a Internet



Quando questionados sobre a prática do e-commerce (compras online) 76,0% não realizam e 24% afirmaram que sim, realizam compras online.

Gráfico 11 – Realiza compras on line

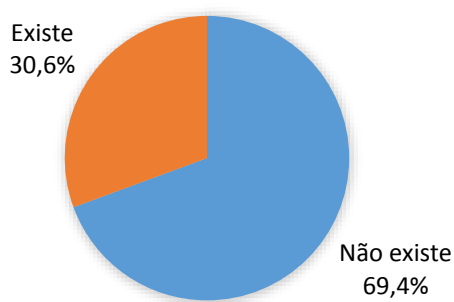


SUSTENTABILIDADE

- **Coleta seletiva**

No tocante a existência de coleta seletiva no bairro 30,6% citaram que existe coleta seletiva e 69,4% informaram que não existe.

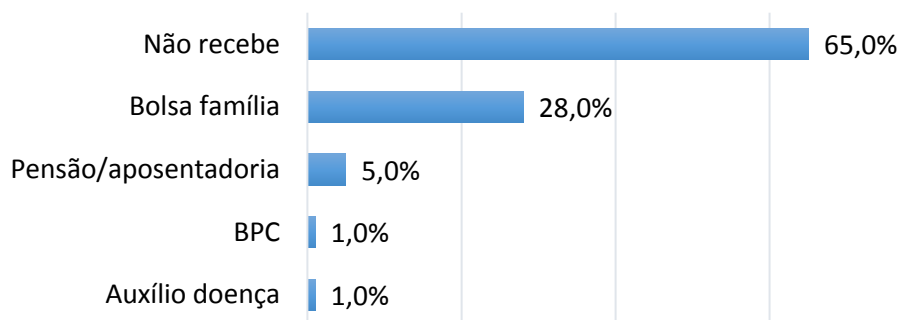
Gráfico 12 – Existência de coleta seletiva no bairro



- **Benefícios sociais**

Quanto ao recebimento de benefícios sociais verificou-se que 35,0% dos entrevistados recebem algum tipo de auxílio do governo, sendo: 28,0% refere-se ao programa bolsa família, 5,0% recebem pensão/aposentadoria, 1% BPC e 1,0% auxílio doença. Não recebem nenhum tipo de auxílio 65,0% dos pesquisados.

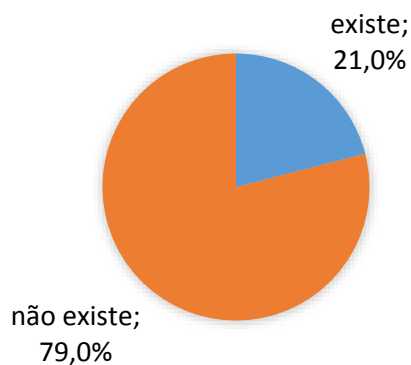
Gráfico 13 – Recebimento de auxílio do governo



- **Projetos sociais**

Sobre a existência de projetos sociais desenvolvidos no bairro apenas 21,0% relataram existir, informando ser: clube de mães, lar do idoso, barriga cheia, CRAS. 79,0% apontaram não existir.

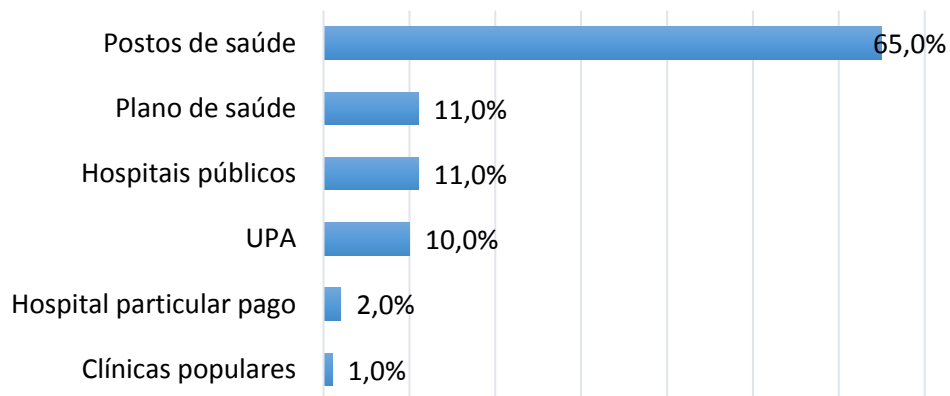
Gráfico 14 – Existência de projetos sociais no bairro



- **Serviços de saúde**

Quando há necessidade de ir ao médico 65,0% dos pesquisados buscam o atendimento nos postos de saúde do bairro; 11,0% utilizam o plano de saúde; 11,0% vão aos hospitais públicos; 10,0% vão à UPA; 2,0% procuram o hospital particular pago e 1,0% vão às clínicas populares.

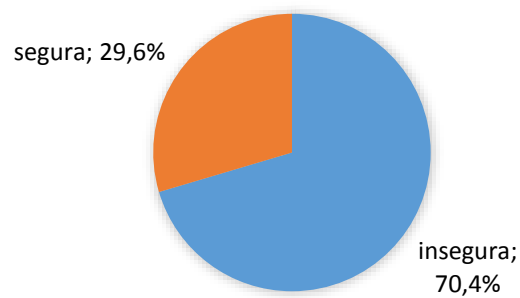
Gráfico 15 – Serviço de saúde que utiliza quando necessita ir ao médico



- **Moradia**

Com relação a moradia 70,4% citaram ser insegura e 29,6% segura.

Gráfico 16 – Situação de moradia

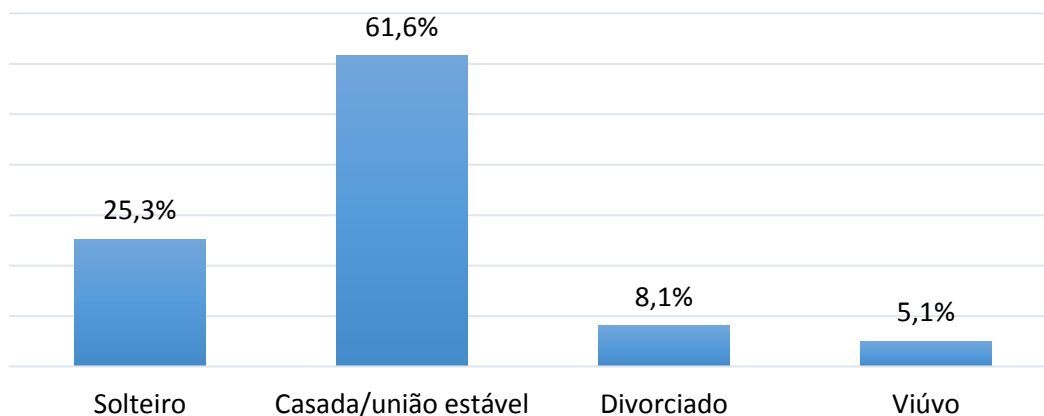


PERFIL DO ENTREVISTADO

- **Estado civil**

Com relação ao estado civil 61,6% são casados/união estável; 25,3% solteiros; 8,1% divorciados e 5,1% viúvos.

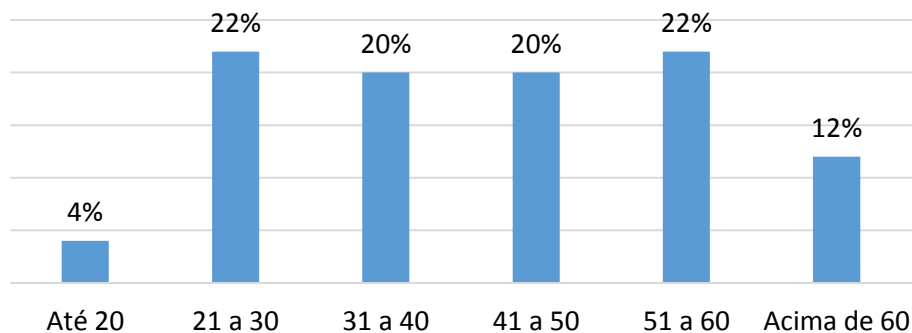
Gráfico 17 – Estado civil



- **Faixa etária**

No que se refere a faixa etária 36% dos pesquisados encontram-se no intervalo de 51 a 60 anos de idade, com idade média de 43 anos. Com relação aos demais entrevistados 4% têm até 20 anos; 22% estão na faixa de 21 a 30 anos; 20% entre 31 a 40 anos; 20% estão na faixa de 41 a 50 anos e 12% estão acima de 60 anos.

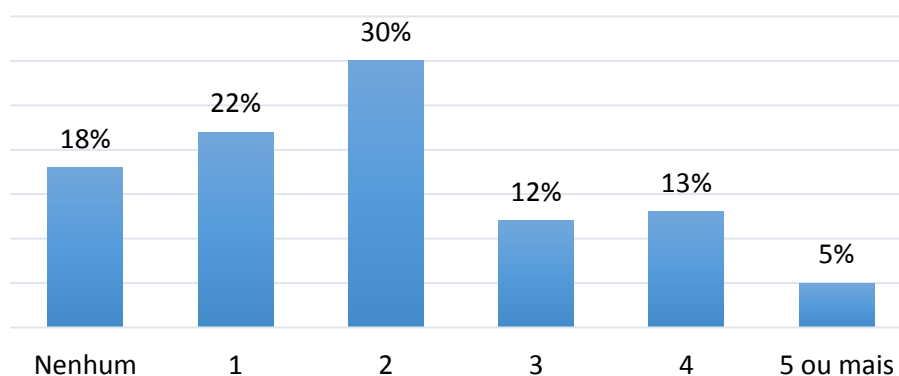
Gráfico 18 – Faixa Etária



- **Número de filhos**

Quanto ao número de filhos apurou-se que 28% não possuem filhos, 26% têm apenas um filho, 26% dois filhos, 17% três filhos, 1% tem quatro filhos, 1% tem cinco filhos e 1% tem sete filhos. O número médio é de aproximadamente 2 filhos.

Gráfico 19 – Número de filhos

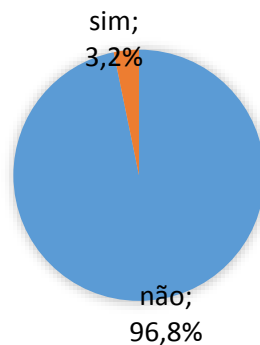


Situação escolar = Todos os filhos estão na escola

- **Portador de necessidade especial**

Do total de entrevistados, 3,2% mencionaram ter pessoas com necessidades especiais em sua residência, totalizando apenas 1 (um) indivíduo para todos os casos.

Gráfico 20 – Pessoas com necessidades especiais



- **Grau de Instrução**

O nível de escolaridade com maior frequência foi o ensino médio para 56,2% dos pesquisados, seguidos pelo ensino fundamental com percentual de 24,7%. Apenas 0,4% não possuem escolaridade, 7,1% estão cursando o nível superior incompleto, 5,3% especialização e 6,4% têm mestrado.

Segundo os entrevistados, 56,4% têm pessoas na família estudando. Destes estão em escola estadual 60,7% e 39,3% em escola municipal, enquanto que 43,6% não estudam. Todos estudam em outro bairro pela qualidade da escola e segurança.

Gráfico 21 – Grau de escolaridade

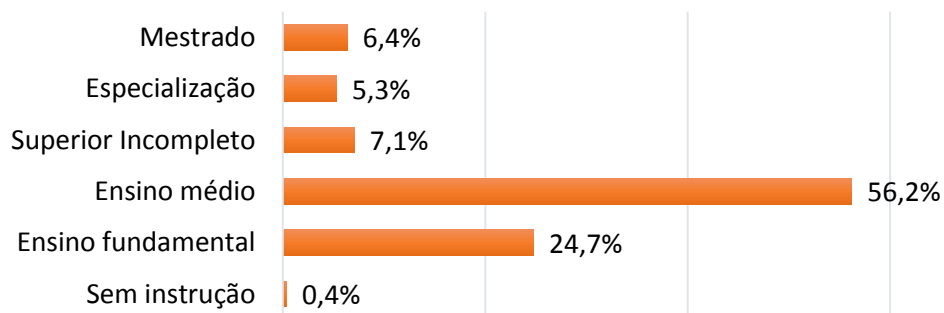


Gráfico 22 – Existência de pessoas na residência frequentando escola

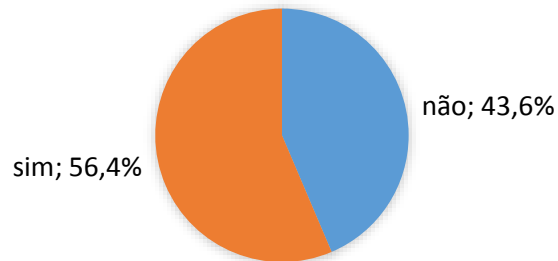
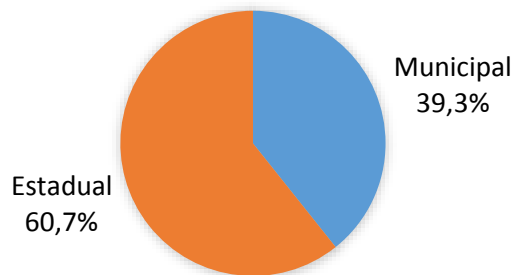


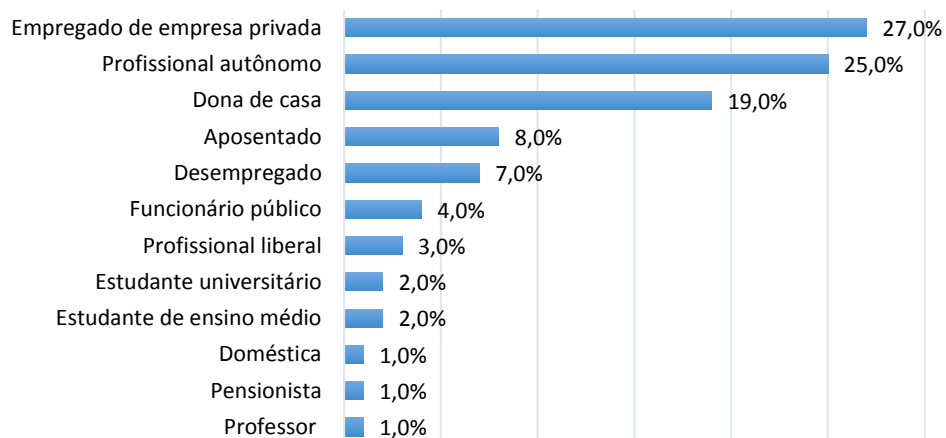
Gráfico 23 – Tipo de escola que estuda



- **Ocupação**

As principais ocupações são: empregado de empresa privada (27,0%), profissional autônomo (25,0%) e dona de casa (19,0%).

Gráfico 24 – Ocupação atual



- **Renda**

No que se refere a renda 58,5% ganham entre 2 a 4 salários mínimos; 37,4% até 1 salário mínimo e apenas 4,1% acima de 4 salários mínimos.

Gráfico 25 - Renda

