



Estudo de Identificação de Oportunidades de negócios de Impacto social no bairro da Praia do Meio

Natal/RN

Agosto/2018

INTRODUÇÃO

O presente trabalho pretende auxiliá-los os empreendedores e potenciais empreendedores, que atuam ou desejam atuar no âmbito do bairro da Praia do Meio, 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 dos bairros da Praia do Meio – 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: Praia do Meio, Natal/RN, no período de agosto de 2018.

RESULTADOS

- **Perfil**

Do total de entrevistados 42,6% trabalham ou estudam no bairro da Praia do Meio, cidade de Natal/RN. 39,6% são moradores/consumidor local e 17,8% estão visitando o bairro, principalmente praia do Meio.

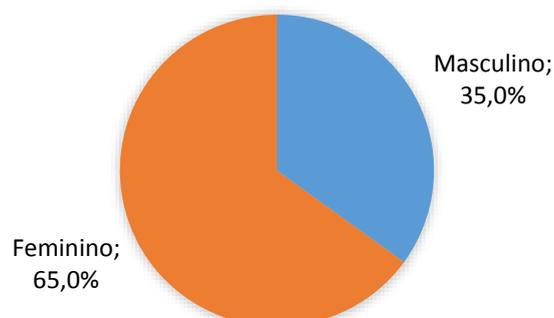
Gráfico 1 –Você mora, trabalha, está em turismo ou só está consumindo algo neste bairro?



- **Gênero**

A distribuição dos entrevistados por gênero apresenta maior frequência das mulheres, com percentual de 65,0% e 35,0% para os homens.

Gráfico 2 – Distribuição por gênero



NECESSIDADES NÃO ATENDIDAS

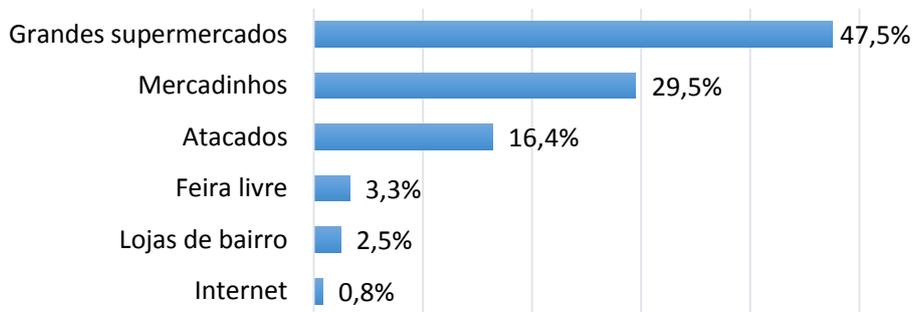
NEGÓCIOS	MOTIVOS DA INSATISFAÇÃO
• Academia	- Maquinário velho
• Açougue	- Falta de higiene
• Bares	- Atendimento ruim; comida sem qualidade; falta de segurança
• Farmácia	- Distante; preço elevado; pouca variedade; fecha cedo
• Gráfica	- Não tem
• Hotel	- Muito pequeno
• Lanchonete	- Cardápio sem variedade; alimentação sem qualidade; não funciona diariamente; falta de higiene
• Lavanderia de roupas	- Não tem
• Loja de calçados	- Não tem
• Loja de conveniência 24 horas	- Não tem
• Loja de roupas	- Não tem; o foco das lojas é para o turista; preço elevado
• Lotérica	- Não tem
• Oficina mecânica	- Não tem
• Padaria	- Atendimento; distante
• Quiosques da praia	- Falta de higiene; falta banheiros; poucas opções no cardápio; inseguro
• Restaurante	- Não tem muitas opções; cardápio sem variedade; comida sem qualidade; preço elevado
• Supermercado	- Não tem; tem apenas mercadinho de bairro;

COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR

- **Aquisição de produtos e serviços**

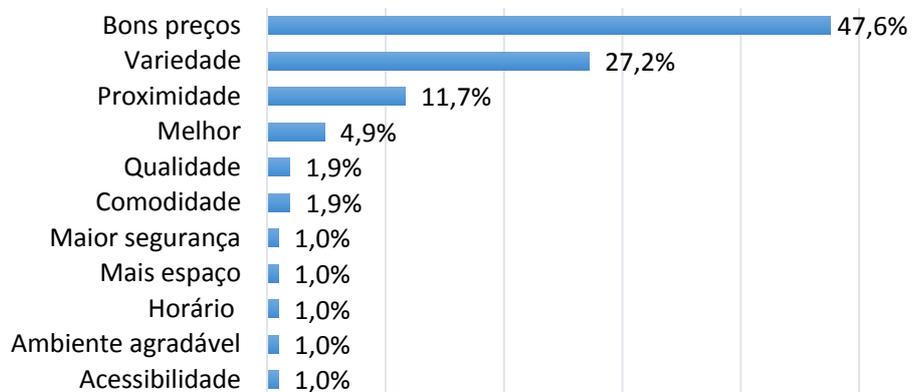
Os produtos e serviços consumidos no bairro são adquiridos em grandes supermercados (47,5%), mercadinhos (29,5%), atacados (16,4%), feira livre (3,3%), lojas de bairro (2,5%) e Internet (0,8%).

Gráfico 3 – Local onde compra produtos e serviços



O principal motivo para comprar nos estabelecimentos citados anteriormente são o preço (47,6%), variedade (27,2%), proximidade (11,7%), melhor (4,9%), qualidade (1,9%), comodidade (1,9%), maior segurança (1,0%), mais espaço (1,0%), horário (1,0%), ambiente agradável (1,0%) e acessibilidade (1,0%).

Gráfico 4 – Motivos para gastar o dinheiro onde compra atualmente

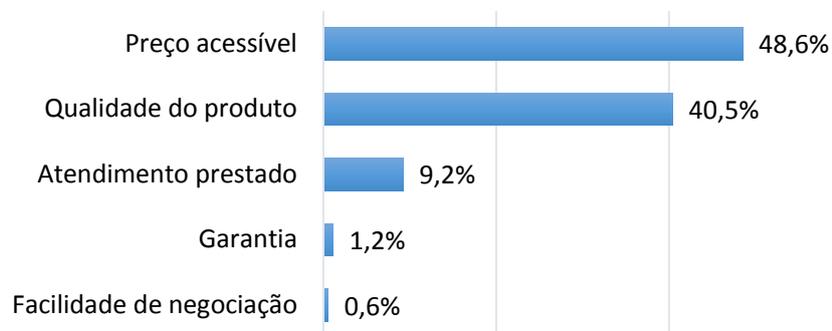


Essa questão admite múltipla resposta.

- **Atributos para realização de compras**

O preço acessível (48,6%) e a qualidade do produto ou serviço (40,5%) 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 (9,2%), garantia (1,2%) e facilidade de negociação (0,6%).

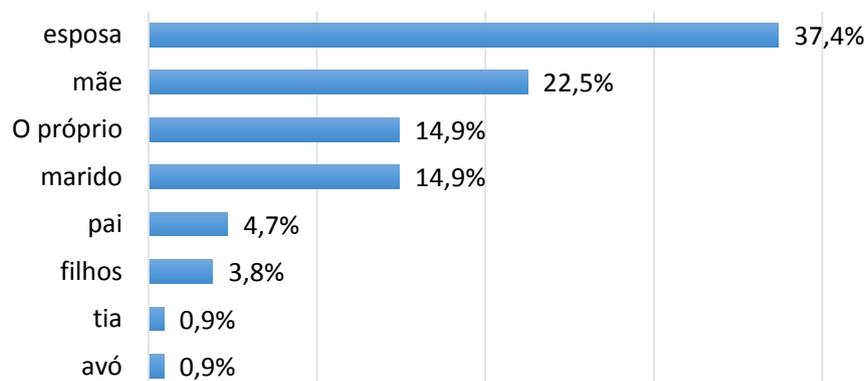
Gráfico 5 – Atributos de importância na hora de realizar a compra



- **Decisor sobre as compras**

A decisão sobre as compras na residência é do sexo masculino, seja na posição de esposa (37,4%) seja na posição de mãe (22,5%), totalizando 59,9% das citações e os homens detêm 19,6% das decisões de compra, ocupando a posição de marido (14,9%) e pai (4,7%). Outros decisores são os filhos (3,8%), tia (0,9%) e os avós (0,9%).

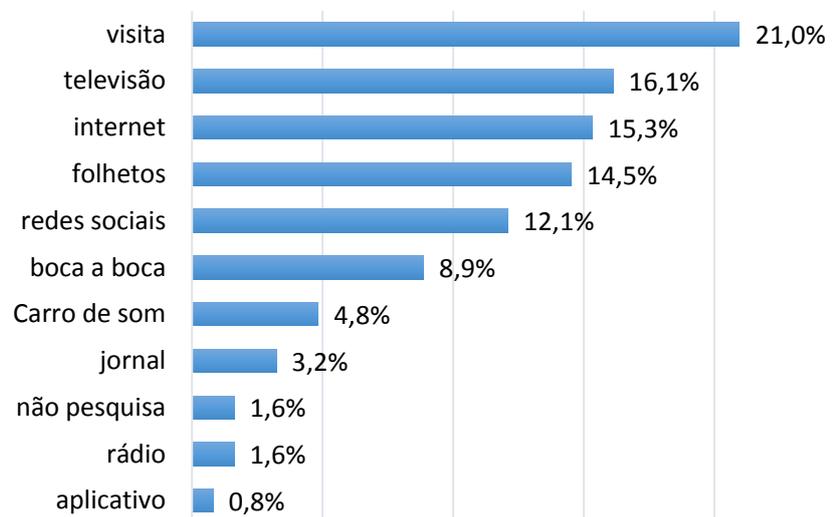
Gráfico 6 – Decisão sobre as compras na residência



- **Busca de informações**

Quando o consumidor deseja comprar, pesquisar preços, buscar promoções sobre determinado produto ou serviço os principais meios de comunicação utilizados são: visita a loja (21,0%), televisão (16,1%), Internet (15,3%), folhetos (14,5%), redes sociais (12,1%), boca a boca (8,9%), carro de som (4,8%), jornal (3,2%), não pesquisa informações (1,6%), rádio (1,6%) e consulta aplicativos (0,8%).

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

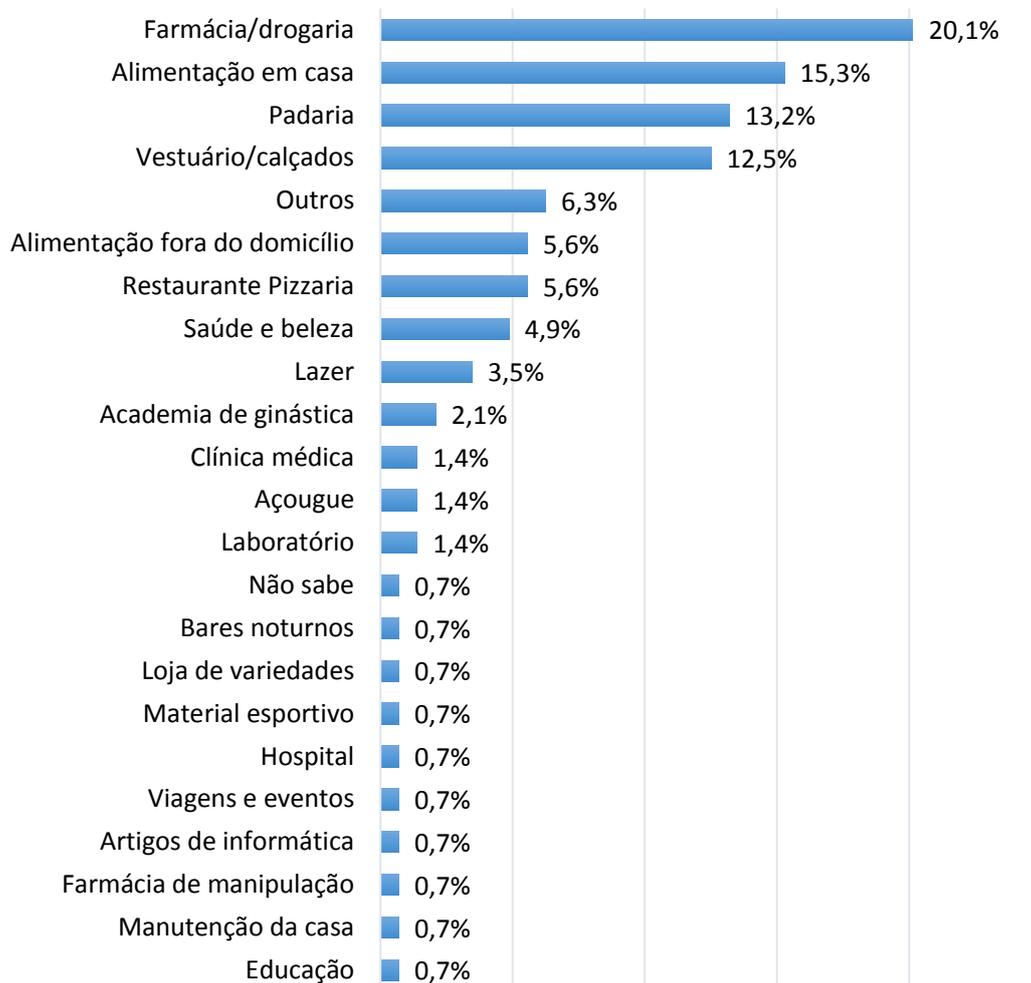


- **Utiliza e não está satisfeito**

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

- Farmácia/drogaria (20,1%);
- Alimentação em casa (15,3%);
- Padaria (13,2%);
- Vestuário/calçados (12,5%).

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



OPORTUNIDADE DE NEGÓCIOS

NEGÓCIOS	DIFERENCIAL PARA FIDELIZAÇÃO
<ul style="list-style-type: none"> Academia de ginástica 	- Preço acessível; profissionais qualificados; máquinas e equipamentos modernos; climatizado
<ul style="list-style-type: none"> Casa noturna 	- Atendimento; qualidade; opções de lazer
<ul style="list-style-type: none"> Clínica odontológica 	- Preços populares
<ul style="list-style-type: none"> Farmácia 	- Atendimento; funcionar 24 horas; localização; serviço de entrega
<ul style="list-style-type: none"> Lanchonete 	- Atendimento; cardápio variado; funcionar no horário da manhã; alimentação saudável
<ul style="list-style-type: none"> Loja de conveniência 	- Ter grande variedade de produtos; funcionar 24 horas; preço; qualidade
<ul style="list-style-type: none"> Loja de roupas 	- Produtos de qualidade; preço acessível;
<ul style="list-style-type: none"> Quiosques da praia 	- Ambiente limpo e organizado; higienizado; cardápio variado
<ul style="list-style-type: none"> Padaria 	- Atendimento; oferecer café da manhã; variedade de itens de panificação; comida natural; produtos de qualidade
<ul style="list-style-type: none"> Restaurante 	- Cardápio variado; preço acessível; comida de qualidade; climatizado; serviço de entrega; atendimento; comida regional
<ul style="list-style-type: none"> Supermercado 	- Variedade de produtos; preço; produtos de qualidade; atendimento; funcionar até 22 horas;

- Internet**

Quanto ao uso da Internet, 83,0% acessam e 17,0% não utilizam. Os locais de acesso à Internet são o celular (64,0%), casa (30,2%) e trabalho (5,8%). Quando questionados sobre a prática do e-commerce (compras online) 72,0% não realizam e 28,0% afirmaram que sim, realizam compras online.

Gráfico 9 – Acesso à Internet

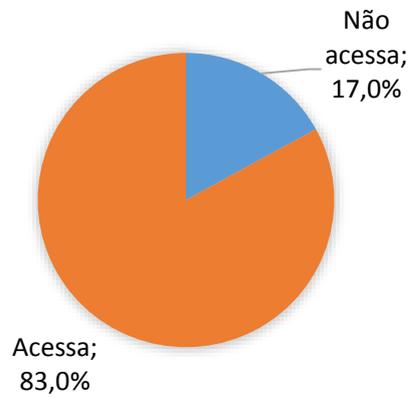


Gráfico 10 – Onde acessa a Internet

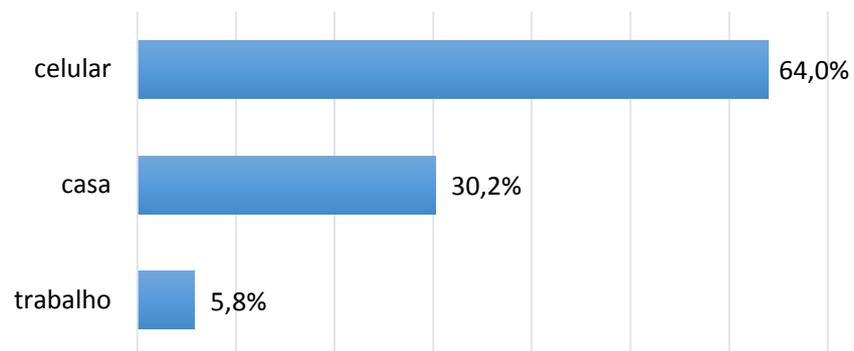
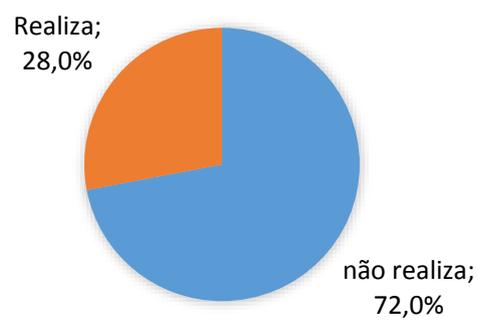


Gráfico 11 – Realiza compras on line

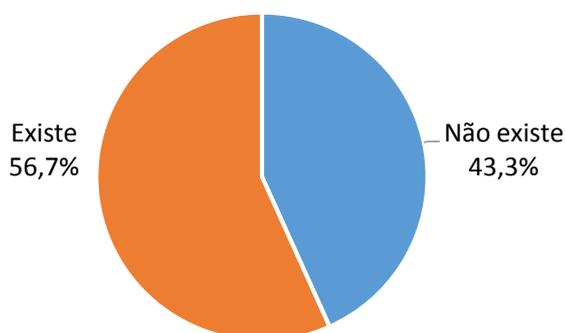


SUSTENTABILIDADE

- **Coleta seletiva**

No tocante a existência de coleta seletiva no bairro 56,7% citaram que existe coleta seletiva e 43,3% informaram que não existe.

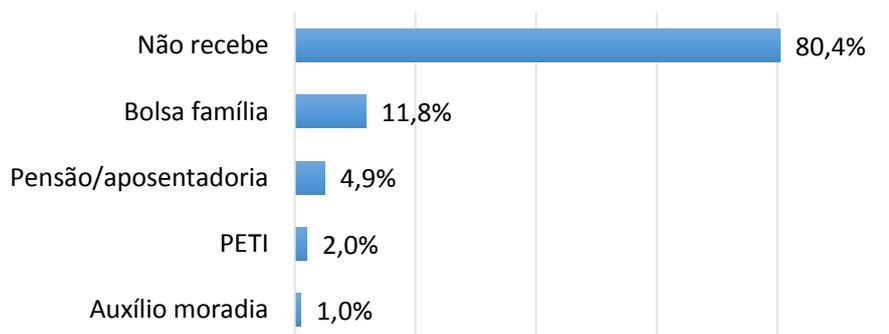
Gráfico 12 – Existência de coleta seletiva no bairro



- **Benefícios sociais**

Quanto ao recebimento de benefícios sociais verificou-se que 19,6% dos entrevistados recebem algum tipo de auxílio do governo, sendo: 11,8% refere-se ao programa bolsa família, 4,9% recebem pensão/aposentadoria; 2,0% PETI (Programa de Erradicação do Trabalho Infantil) e 1,0% recebe auxílio moradia. Não recebem nenhum tipo de auxílio 80,4% dos pesquisados.

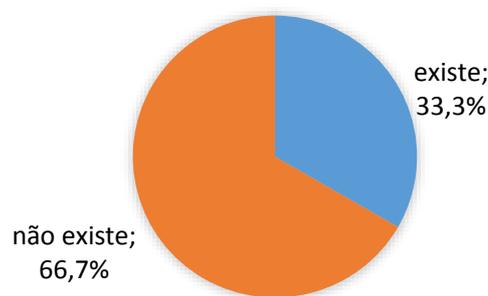
Gráfico 13 – Recebimento de auxílio do governo



- **Projetos sociais**

Sobre a existência de projetos sociais desenvolvidos no bairro 33,3% relataram existir, informando ser: capoeira, Laura Maia, Associação Aldo, pró jovem, cara do bem, conselho comunitário e o CRAS. 66,7% apontaram não existir.

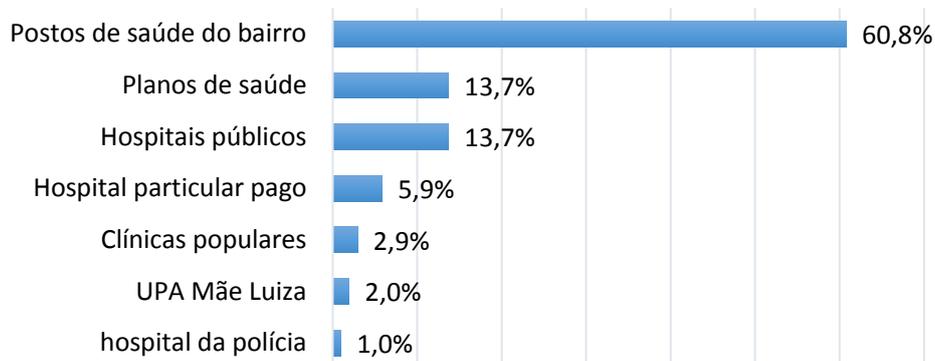
Gráfico 14 – Existência de projetos sociais no bairro



- **Serviços de saúde**

Quando há necessidade de ir ao médico 60,8% dos pesquisados buscam o atendimento nos postos de saúde do bairro; 13,7% utilizam o plano de saúde; 13,7% vão aos hospitais públicos; 5,9% procuram o hospital particular; 2,9% buscam as clínicas populares; 2,0% recorrem à UPA de Mãe Luiza (2,0%) e vai ao hospital da polícia.

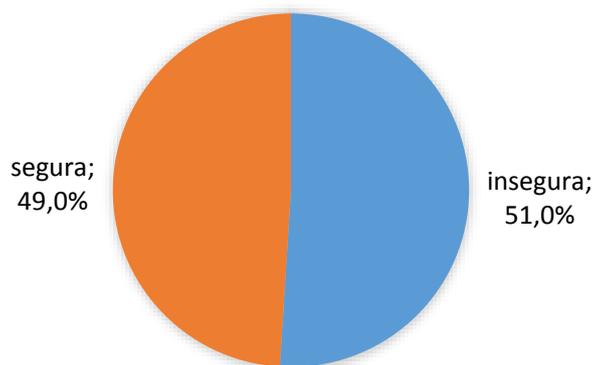
Gráfico 15 – Serviço de saúde que utiliza quando necessita ir ao médico



- **Moradia**

Com relação a moradia 51,0% citaram ser insegura e 49,0% segura.

Gráfico 16 – Situação de moradia

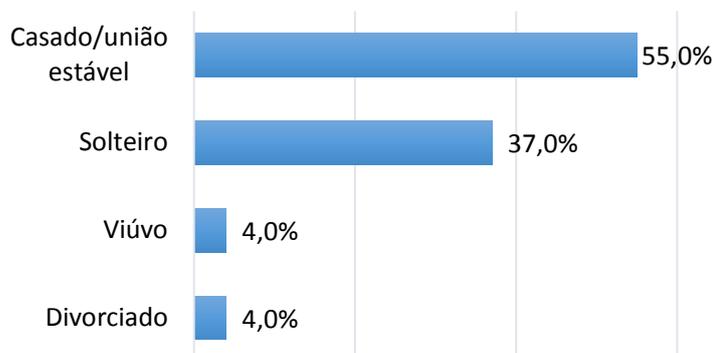


PERFIL DO ENTREVISTADO

- **Estado civil**

Com relação ao estado civil 55,0% são casados/união estável; 37,0% solteiros; 4,0% viúvos e 4,0% divorciados.

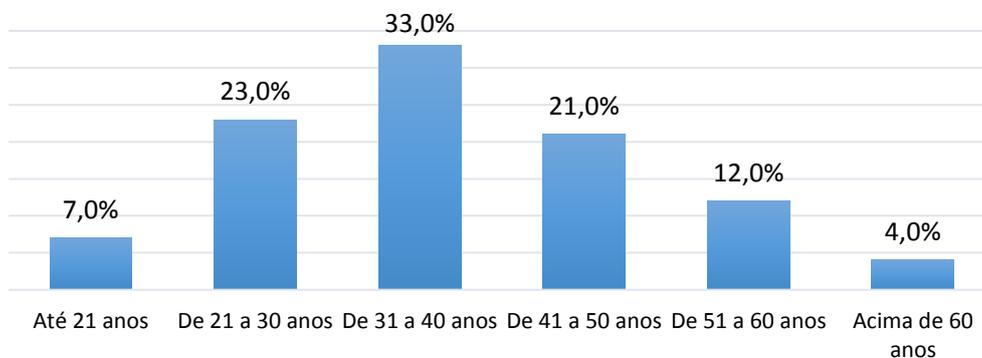
Gráfico 17 – Estado civil



- **Faixa etária**

No que se refere a faixa etária 33,0% dos pesquisados encontram-se no intervalo de 31 a 40 anos de idade, com idade média de 38 anos. Com relação aos demais entrevistados 7,0% têm até 20 anos; 23,0% estão na faixa de 21 a 30 anos; 21,0% entre 41 a 50 anos; 12,0% estão na faixa de 51 a 60 anos e 4,0% estão acima de 60 anos.

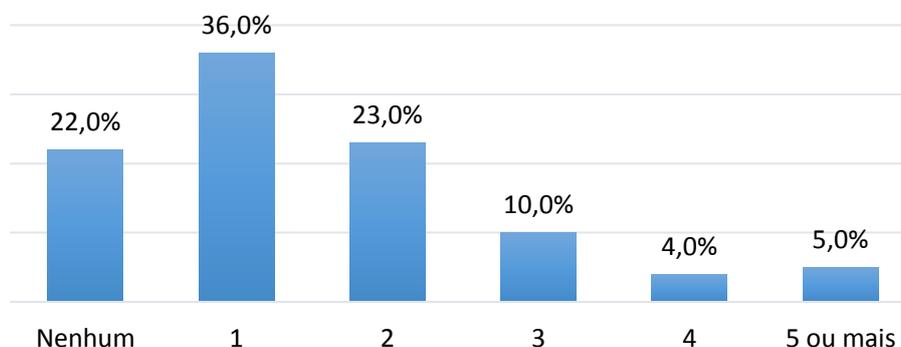
Gráfico 18 – Faixa Etária



- **Número de filhos**

Quanto ao número de filhos apurou-se que 22,0% não possuem filhos, 36,0% têm apenas um filho; 23,0% dois filhos; 10,0% três filhos, 4,0% tem quatro filhos, 5,0% tem cinco ou mais filhos. O número médio é de aproximadamente 2 filhos.

Gráfico 19 – Número de filhos

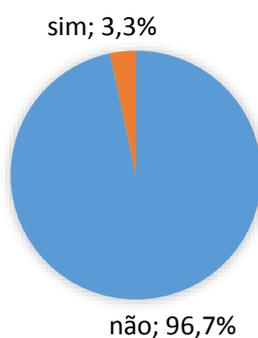


Situação escolar = Todos os filhos estão na escola

- **Portador de necessidade especial**

Do total de entrevistados, 3,3% 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 59,0% dos pesquisados, seguidos pelo ensino fundamental com percentual de 22,0%. Apenas 1,0% não possuem escolaridade, 9,0% têm ensino superior completo; 8,0% especialização e 1,0% mestrado.

Segundo os entrevistados, 60,0% têm pessoas na família estudando. Destes estão em escola municipal (30,5%), escola estadual (13,2%), escola particular (11,5%), faculdade pública (2,8%), faculdade privada (1,0%) e 1,0% em ONG.

Gráfico 21 – Grau de escolaridade

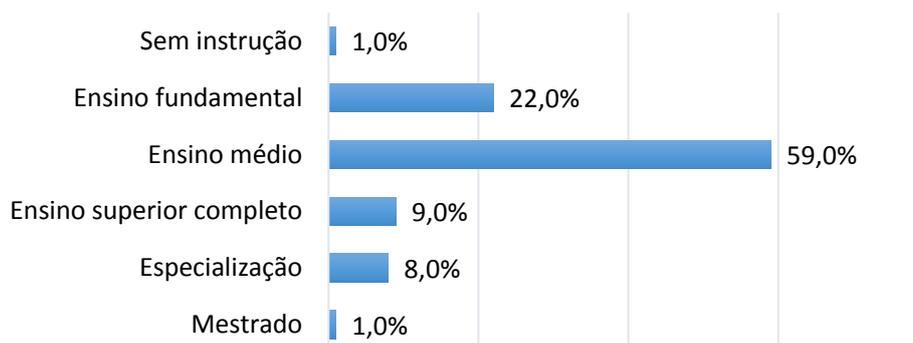


Gráfico 22 – Existência de pessoas na residência frequentando escola

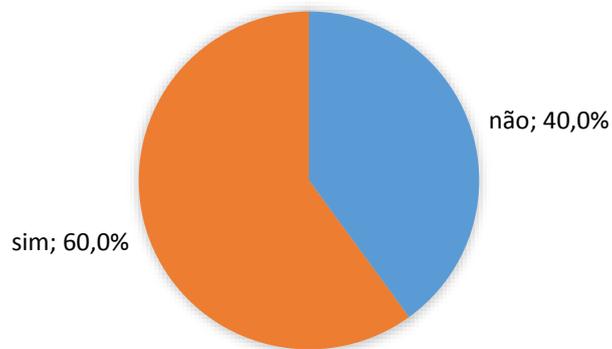
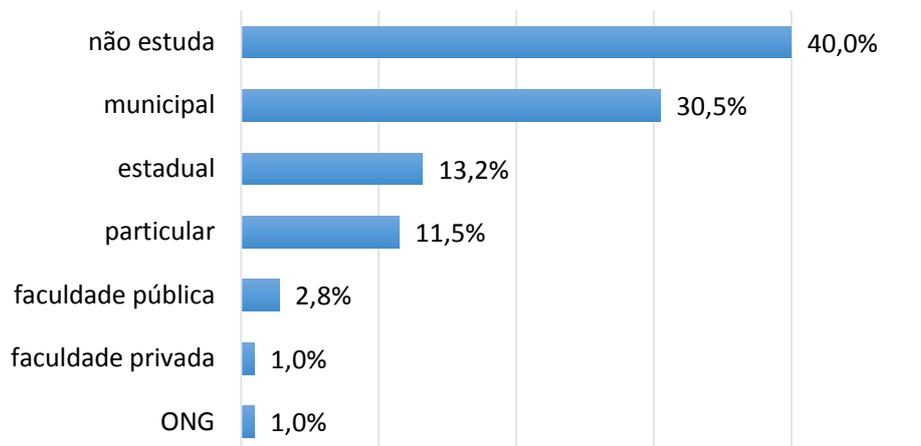
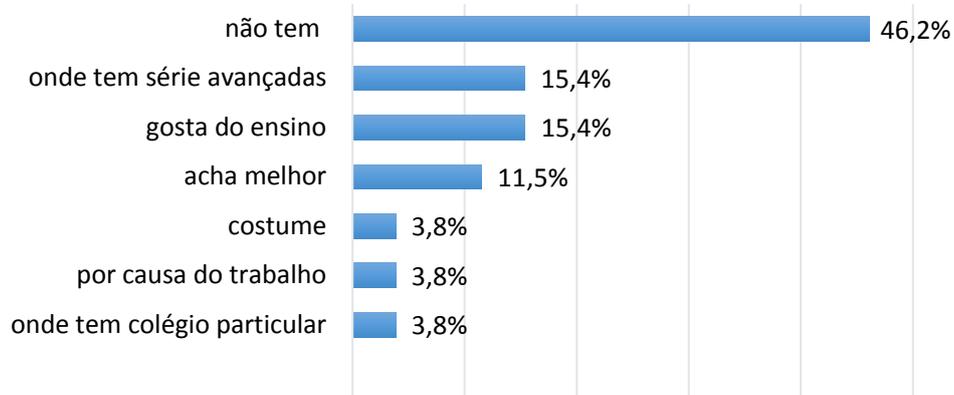


Gráfico 23 – Tipo de escola que estuda



Os principais motivos para estudar em outro bairro são: não tem escola no bairro (46,2%), os outros bairros têm séries (períodos) mais avançados (15,4%), gosta do ensino (15,4%), acha melhor (11,5%), costume (3,8%), por causa do trabalho (3,8%) e busca onde tem colégio particular (3,8%).

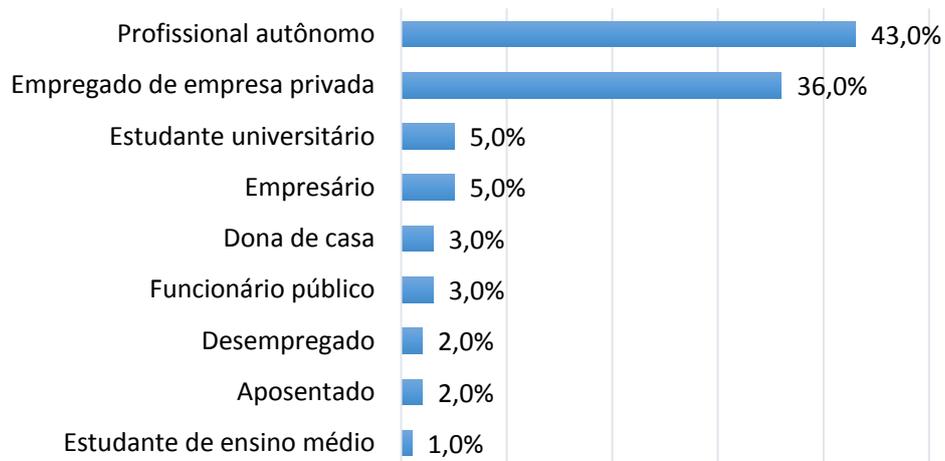
Gráfico 24 – Motivos para estudar em outro bairro



- **Ocupação**

As principais ocupações são: profissional autônomo (43,0%), empregado de empresa privada (36,0%), estudante universitário (5,0%), empresário (5,0%), dona de casa (3,0%), funcionário público (3,0%), desempregado (2,0%), aposentado (2,0%) e estudante de ensino médio (1,0%).

Gráfico 25 – Ocupação atual



- **Renda**

No que se refere a renda 41,0% até dois salários mínimos; 50,0% ganham entre 2 a 4 salários mínimos e 9,0% acima de quatro salários mínimos.

Gráfico 26 - Renda

