



## **Estudo de Identificação de Oportunidades de negócios de Impacto social no bairro das Quintas**

**Natal/RN**  
**Agosto/2018**

## **INTRODUÇÃO**

O presente trabalho pretende auxiliares os empreendedores e potenciais empreendedores, que atuam ou desejam atuar no âmbito do bairro das Quintas, 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 das Quintas – 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**

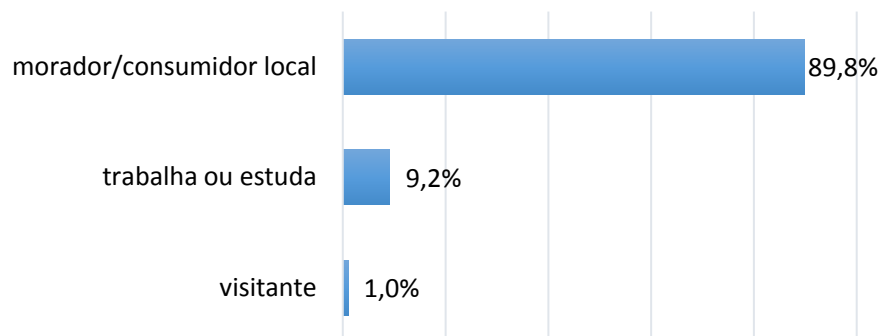
- Amostra: 150 entrevistados;
- Público pesquisado: consumidor local que apresente alguma insatisfação com os negócios existentes ou que sintam a necessidade de algum serviço ou produto que gostaria que tivesse no bairro;
- Bairros pesquisados: Quintas, Natal/RN, no período de agosto de 2018.

## RESULTADOS

- **Perfil**

Do total de entrevistados 89,8% são moradores/consumidores bairro das Quintas, cidade de Natal/RN. 9,2% trabalham ou estudam e 1,0% estão visitando o bairro.

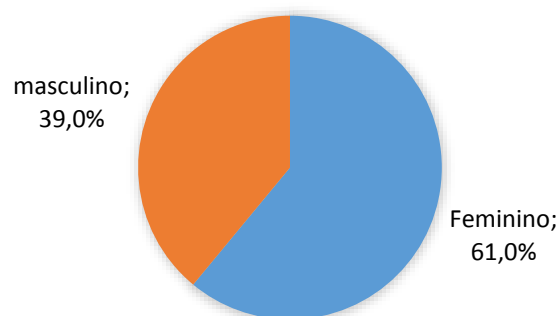
**Gráfico 1** – Você mora, trabalha, está em turismo ou só está consumindo algo neste bairro?



- **Gênero**

A distribuição dos entrevistados por gênero apresenta maior frequência das mulheres, com percentual de 61,0% e 39,0% para os homens.

**Gráfico 2** – Distribuição por gênero



## NECESSIDADES NÃO ATENDIDAS

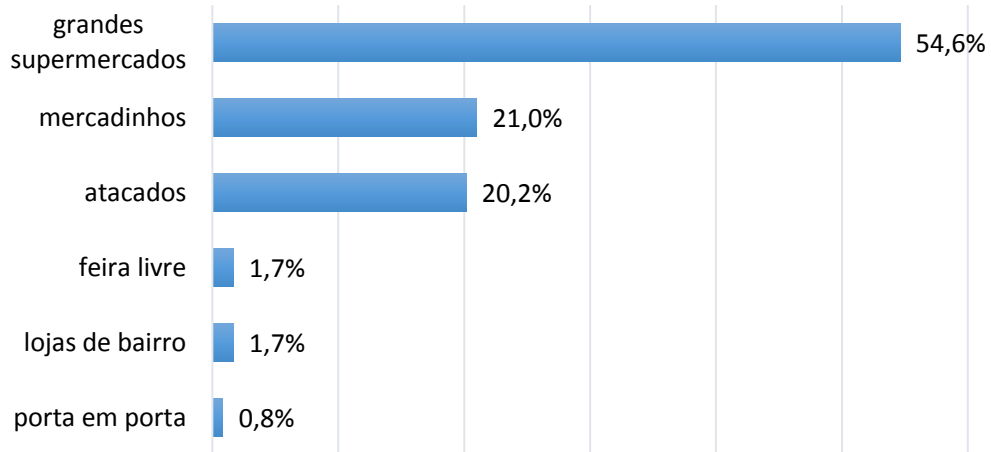
NEGÓCIOS	MOTIVOS DA INSATISFAÇÃO
• <b>Academia de ginástica</b>	- Poucas unidades no bairro; distante da residência; estrutura pequena; fecha cedo.
• <b>Clínica médica</b>	- Atendimento; pouca oferta de especialidade; preço elevado; tempo de espera para o atendimento
• <b>Conserto de celular</b>	- Não tem no bairro
• <b>Escola particular</b>	- Falta de aulas em tempo integral; não oferece práticas esportivas; preço elevado
• <b>Farmácia de manipulação</b>	- Não tem no bairro
• <b>Lanchonete</b>	- Não são boas; distantes; cardápio sem variedade; preço elevado
• <b>Lava jato</b>	- Baixa qualidade do serviço; profissionais sem qualificação; poucas unidades no bairro
• <b>Loja de roupas e calçados</b>	- Atendimento ruim; baixa qualidade e pouca oferta; falta de variedade de marcas; poucas opções no bairro
• <b>Mercadinho</b>	- Atendimento ruim; estrutura pequena; falta de variedade de produtos e marcas; localização ruim; poucas opções de pagamento
• <b>Restaurante</b>	- Cardápio sem variedade; melhorar a qualidade da comida; preço elevado
• <b>Salão de beleza</b>	- Atendimento ruim; falta de qualificação profissional; preço elevado; qualidade do serviço

## COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR

- **Aquisição de produtos e serviços**

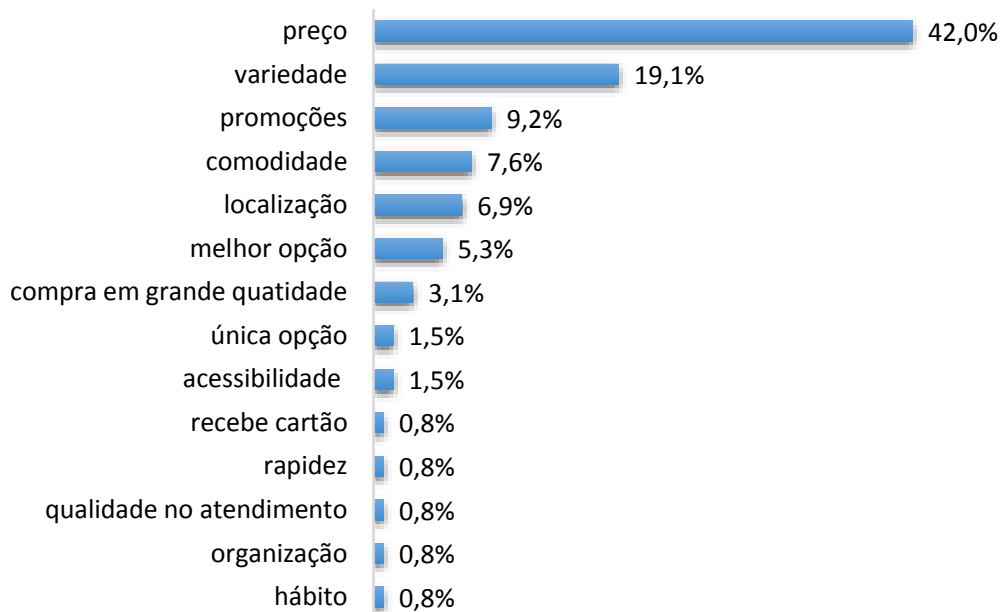
Os produtos e serviços consumidos no bairro são adquiridos em grandes supermercados (54,6%), mercadinhos (21,0%), atacados (20,2%), feira livre (1,7%), lojas de bairro (1,7%) e porta em porta (0,8%).

**Gráfico 3 – Local onde compra produtos e serviços**



O principal motivo para comprar nos estabelecimentos citados anteriormente são o preço (42,0%), variedade (19,1%), promoções (9,2%), comodidade (7,6%), localização (6,9%), melhor preço (5,3%), compra em grande quantidade (3,1%), única opção (1,5%), acessibilidade (1,5%), recebe cartão (0,8%), rapidez (0,8%), qualidade no atendimento (0,8%), organização (0,8%) e hábito (0,8%).

**Gráfico 4 – Motivos para gastar o dinheiro onde compra atualmente**

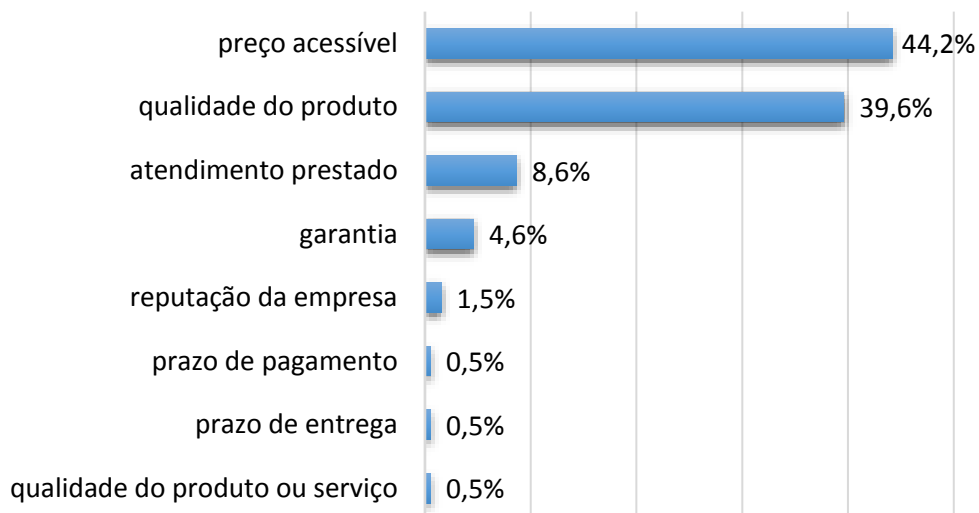


Essa questão admite múltipla resposta.

- **Atributos para realização de compras**

O preço acessível (44,2%) e a qualidade do produto ou serviço (39,6%) 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 (8,6%), garantia (4,6%), reputação da empresa (1,5%), prazo de pagamento (0,5%), prazo de entrega (0,5%) e qualidade do produto ou serviço (0,5%).

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

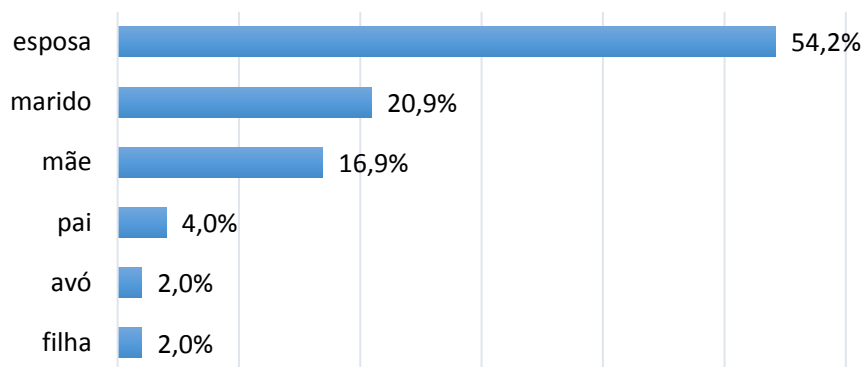


Esta questão admite múltipla resposta.

- **Decisor sobre as compras**

A decisão sobre as compras na residência é do sexo masculino, seja na posição de esposa (54,2%) seja na posição de esposa (16,9%), totalizando 71,1% das citações e os homens detêm 24,9% das decisões de compra, ocupando a posição de marido (20,9%) e pai (4,0%). Outros decisores são os filhos (2,0%) e os avós (1,0%).

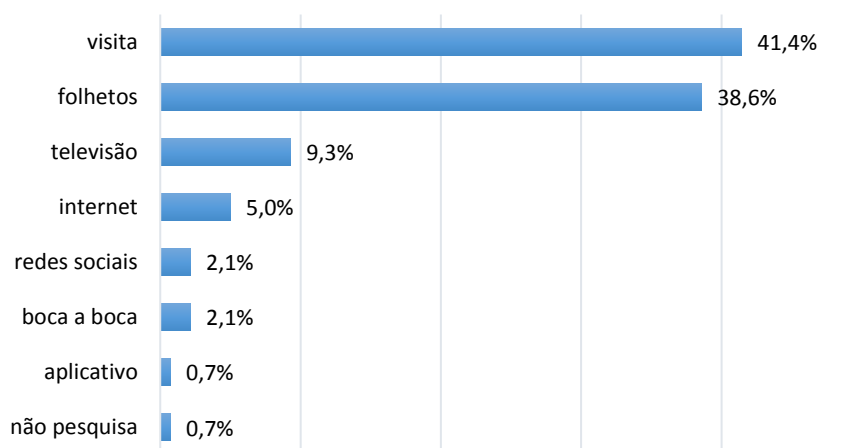
**Gráfico 6 – Decisão sobre as compras na residência**



- **Busca de informações**

Quando o consumidor deseja comprar, pesquisar preços, buscar promoções sobre determinado produto ou serviço os principais meios de comunicação utilizados são: visita a loja (41,4%), folhetos (38,6%), televisão (9,3%), Internet (5,0%), redes sociais (2,1%), boca a boca (2,1%), aplicativo (0,7%) e não realiza nenhum tipo de pesquisa (0,7%).

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

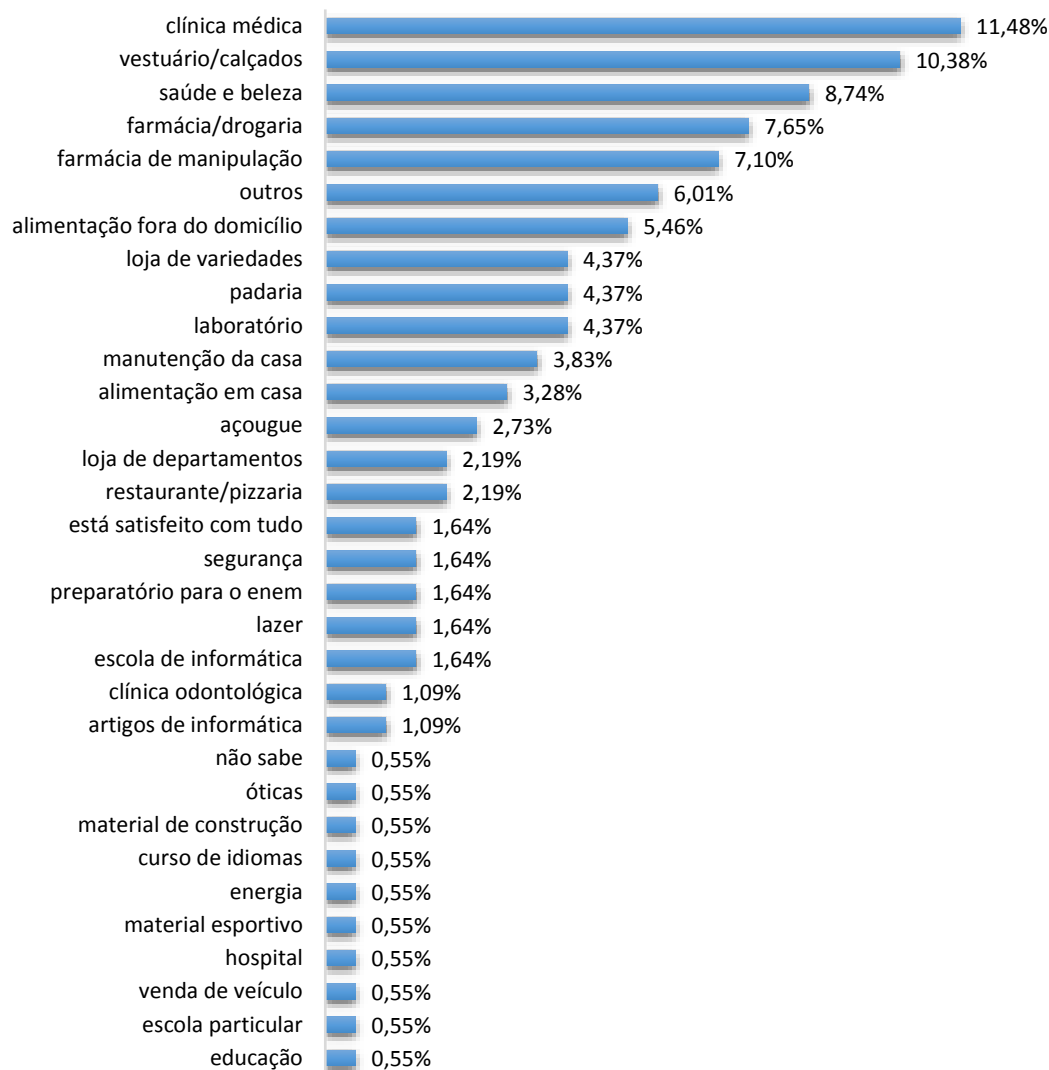


- **Utiliza e não está satisfeito**

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

- Clínica médica (11,48%);
- Vestuário/calçados (10,38%);
- Saúde e beleza (8,74%);
- Farmácia/drogaria (7,65%);
- Farmácia de manipulação (7,10%).

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



Esta questão admite múltipla resposta.



## OPORTUNIDADE DE NEGÓCIOS

NEGÓCIOS	DIFERENCIAL PARA FIDELIZAÇÃO
<ul style="list-style-type: none"> <li>Academia de ginástica</li> </ul>	- Boa localização; funcionar pela manhã cedo; oferecer aulas de dança, natação, musculação, hidroginástica; preços acessíveis, profissionais formados
<ul style="list-style-type: none"> <li>Açougue</li> </ul>	- Boa variedade de carne; conservação dos alimentos para ter qualidade; higiene
<ul style="list-style-type: none"> <li>Clínica de estética</li> </ul>	- Atendimento; localização; oferecer serviço de depilação, massagem etc.
<ul style="list-style-type: none"> <li>Clínica médica popular</li> </ul>	- Preço acessível, profissionais qualificados, atendimento, realização de exames; várias especialidades
<ul style="list-style-type: none"> <li>Curso profissionalizante</li> </ul>	- Curso de mecânica, eletricista, idiomas, informática; localizado no centro das Quintas; preço acessível
<ul style="list-style-type: none"> <li>Farmácia</li> </ul>	- Funcionar 24 horas; preços populares; serviço de entrega
<ul style="list-style-type: none"> <li>Farmácia de manipulação</li> </ul>	- Localização acessível; preço acessível
<ul style="list-style-type: none"> <li>Loja de calçados</li> </ul>	- Preço acessível; variedade do produto; Atendimento
<ul style="list-style-type: none"> <li>Loja de suplementos alimentares</li> </ul>	- Atendimento; oferecer produtos de todas as marcas
<ul style="list-style-type: none"> <li>Loja de móveis e eletrodomésticos</li> </ul>	- Atendimento; variedade de produtos
<ul style="list-style-type: none"> <li>Mercadinho</li> </ul>	- Atendimento; receber cartão de crédito; serviço de entrega
<ul style="list-style-type: none"> <li>Padaria</li> </ul>	- Higiene; qualidade dos produtos, variedade de produtos, limpo e organizado
<ul style="list-style-type: none"> <li>Pague fácil</li> </ul>	- Pagamento de contas e transação bancária
<ul style="list-style-type: none"> <li>Restaurante</li> </ul>	- Alimentação de qualidade; atendimento; serviço de entrega; opções e facilidades de pagamento
<ul style="list-style-type: none"> <li>Supermercado</li> </ul>	- Atendimento; variedade de produtos; localização central; qualidade

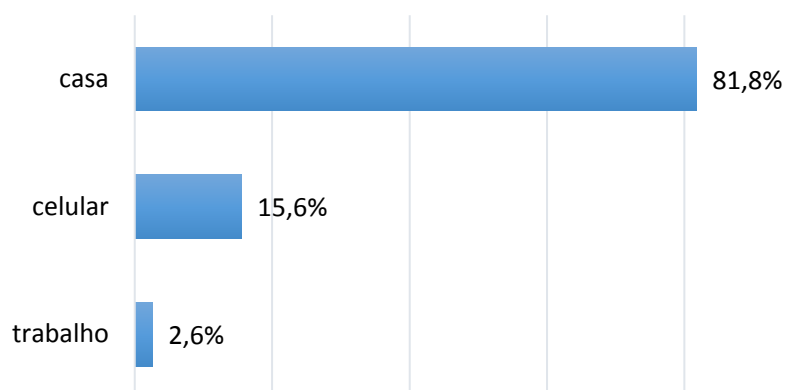
- **Internet**

Quanto ao uso da Internet, 74,0% acessam e 26,0% não utilizam. Os locais de acesso à Internet são em casa (81,8%), celular (15,6%) e trabalho (2,6%).

**Gráfico 9 – Acesso à Internet**



**Gráfico 10 – Onde acessa a Internet**



Quando questionados sobre a prática do e-commerce (compras online) 78,0% não realizam e 22,0% afirmaram que sim, realizam compras online.

**Gráfico 11** – Realiza compras on line

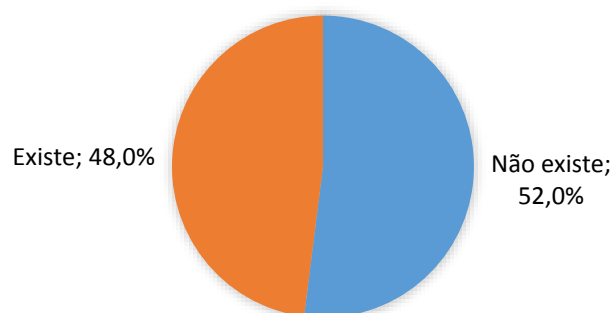


## SUSTENTABILIDADE

- **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.

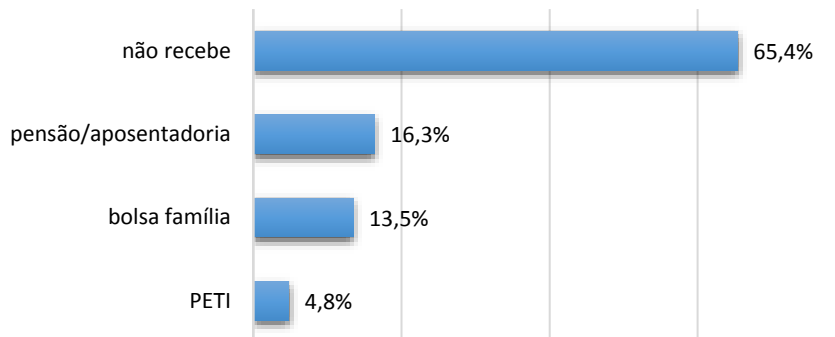
**Gráfico 12** – Existência de coleta seletiva no bairro



- **Benefícios sociais**

Quanto ao recebimento de benefícios sociais verificou-se que 34,6% dos entrevistados recebem algum tipo de auxílio do governo, sendo: 13,5% refere-se ao programa bolsa família, 16,3% recebem pensão/aposentadoria, 4,8% PETI (Programa de Erradicação do Trabalho Infantil). Não recebem nenhum tipo de auxílio 65,4% dos pesquisados.

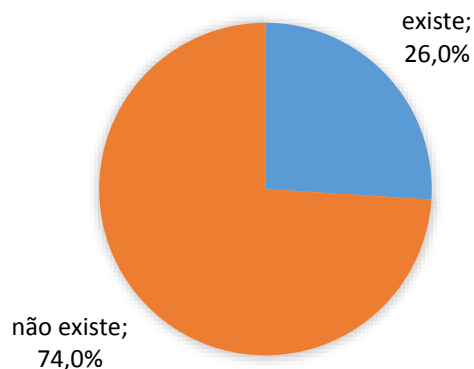
**Gráfico 13 – Recebimento de auxílio do governo**



- **Projetos sociais**

Sobre a existência de projetos sociais desenvolvidos no bairro 26,0% relataram existir, informando ser: Ferreiro Itajubá, Base Naval e ANATI. 74,0% apontaram não existir.

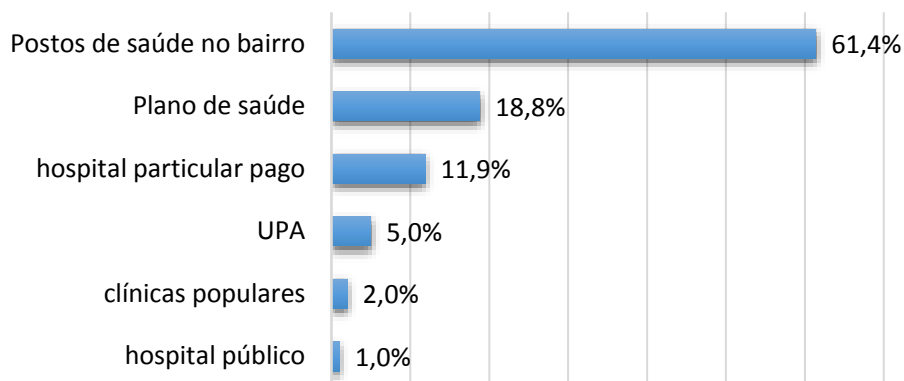
**Gráfico 14 – Existência de projetos sociais no bairro**



- **Serviços de saúde**

Quando há necessidade de ir ao médico 61,4% dos pesquisados buscam o atendimento nos postos de saúde do bairro; 18,8% utilizam o plano de saúde; 11,9% vão ao hospital particular; 5,0% vão à UPA; 2,0% procuram as clínicas populares e 1,0% vão ao hospital público.

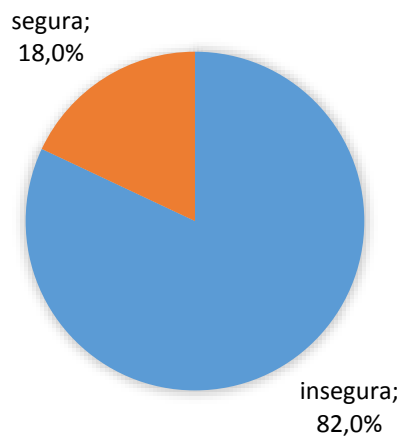
**Gráfico 15** – Serviço de saúde que utiliza quando necessita ir ao médico



- **Moradia**

Com relação a moradia 82,0% citaram ser insegura e 18,0% segura.

**Gráfico 16** – Situação de moradia

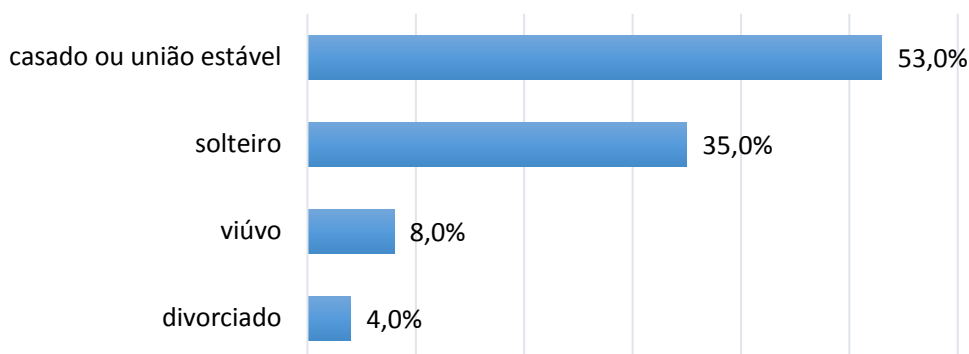


## PERFIL DO ENTREVISTADO

- **Estado civil**

Com relação ao estado civil 53,0% são casados/união estável; 35,0% solteiros; 8,0% viúvos e 4,0% divorciados.

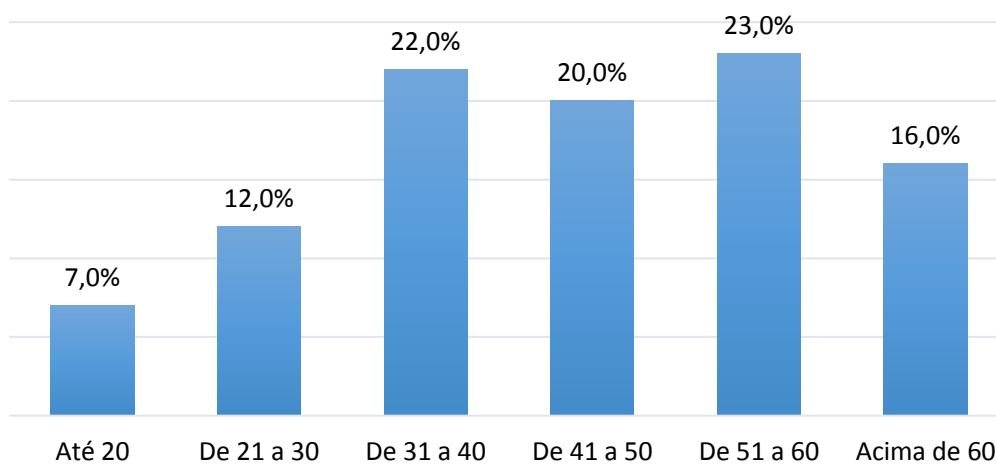
**Gráfico 17 – Estado civil**



- **Faixa etária**

No que se refere a faixa etária 23,0% dos pesquisados encontram-se no intervalo de 51 a 60 anos de idade, com idade média de 45 anos. Com relação aos demais entrevistados 7,0% têm até 20 anos; 12,0% estão na faixa de 21 a 30 anos; 22,0% entre 31 a 40 anos; 20,0% estão na faixa de 41 a 50 anos e 16,0% estão acima de 60 anos.

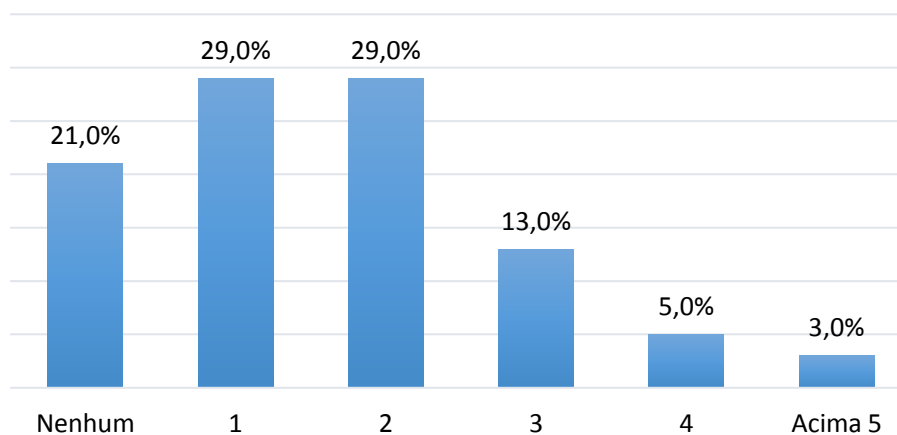
**Gráfico 18 – Faixa Etária**



- **Número de filhos**

Quanto ao número de filhos apurou-se que 21,0% não possuem filhos, 29,0% têm apenas um filho, 29,0% dois filhos, 13,0% três filhos, 5,0% tem quatro filhos, 3,0% tem cinco filhos e 1% tem sete filhos. O número médio é de aproximadamente 2 filhos.

**Gráfico 19 – Número de filhos**

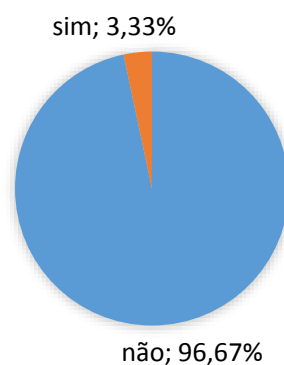


Situação escolar = Todos os filhos estão na escola

- **Portador de necessidade especial**

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

**Gráfico 20 – Pessoas com necessidades especiais**

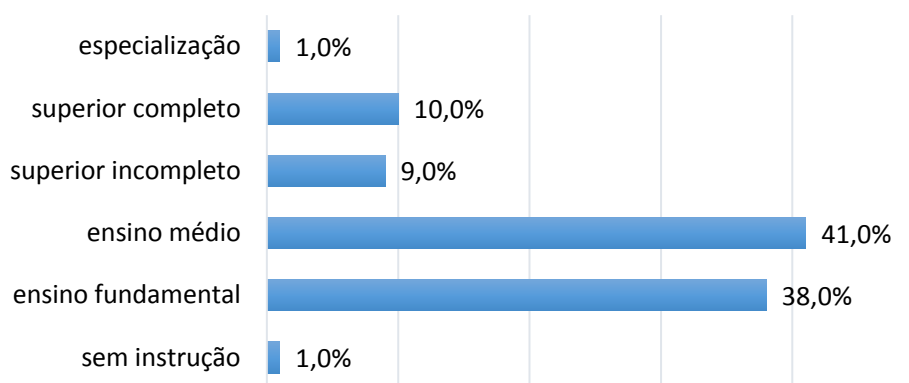


- **Grau de Instrução**

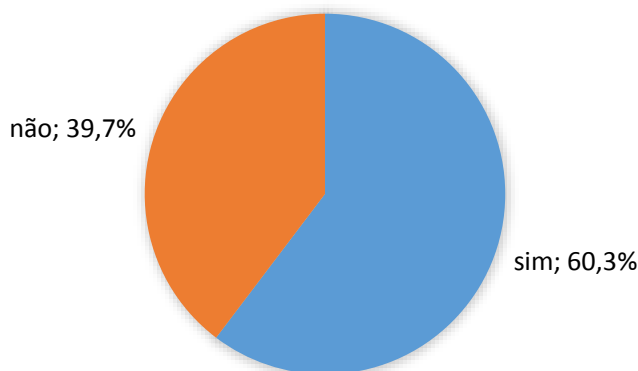
O nível de escolaridade com maior frequência foi o ensino médio para 41,0% dos pesquisados, seguidos pelo ensino fundamental com percentual de 38,0%. Apenas 1,0% não possuem escolaridade, 9,0% estão cursando o nível superior incompleto, 10,0% ensino superior completo e 1,0% especialização.

Segundo os entrevistados, 60,3% têm pessoas na família estudando. Destes estão em escola particular (19,3%), escola municipal (18,4%), escola estadual (16,4%), escola federal (3,9%) e ensino superior (2,3%).

**Gráfico 21 – Grau de escolaridade**

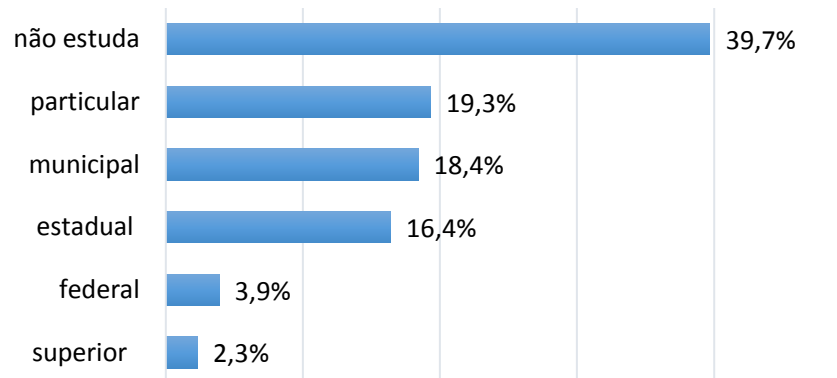


**Gráfico 22 – Existência de pessoas na residência frequentando escola**



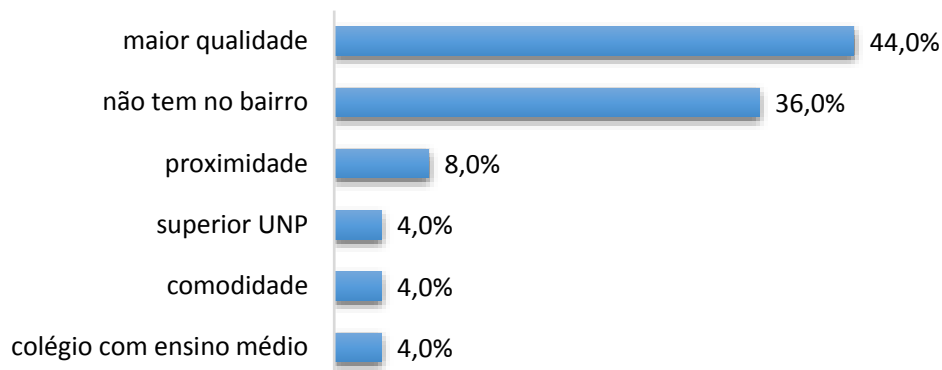


**Gráfico 23 – Tipo de escola que estuda**



Os principais motivos para estudar em outro bairro são: maior qualidade (44,0%), não tem no bairro (36,0%), proximidade (8,0%), cursa ensino superior na UnP (4,0%), comodidade (4,0%) e colégio com ensino médio em outro bairro (4,0%).

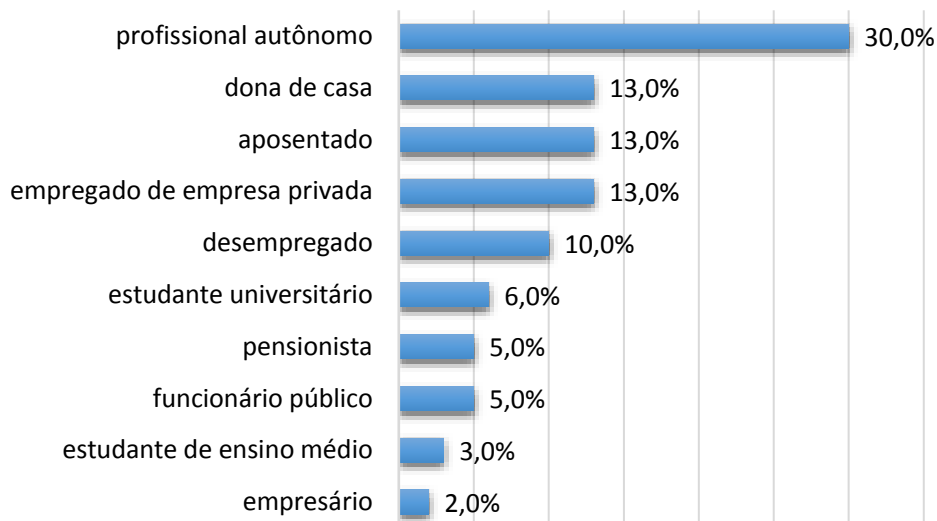
**Gráfico 24 – Motivos para estudar em outro bairro**



- **Ocupação**

As principais ocupações são: profissional autônomo (30,0%), dona de casa (13,0%), aposentado (13,0%), empregado de empresa privada (13,0%), desempregado (10,0%), estudante universitário (6,0%), pensionista (5,0%), funcionário público (5,0%), estudante de ensino médio (3,0%) e empresário (2,0%).

**Gráfico 25 – Ocupação atual**



- **Renda**

No que se refere a renda 58,5% até dois salários mínimos; 59% ganham entre 2 a 4 salários mínimos e 5% acima de quatro salários mínimos.

**Gráfico 26 - Renda**

