



Estudo de Identificação de Oportunidades de negócios de Impacto social no bairro da Redinha - Zona Norte de Natal

Natal/RN

Setembro/2018

INTRODUÇÃO

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

RESULTADOS

- **Perfil**

Do total de entrevistados 92,0% são moradores ou consumidores; 7,0% trabalham ou estudam e apenas 1,0% vieram fazer compras no bairro da Redinha, cidade de Natal/RN.

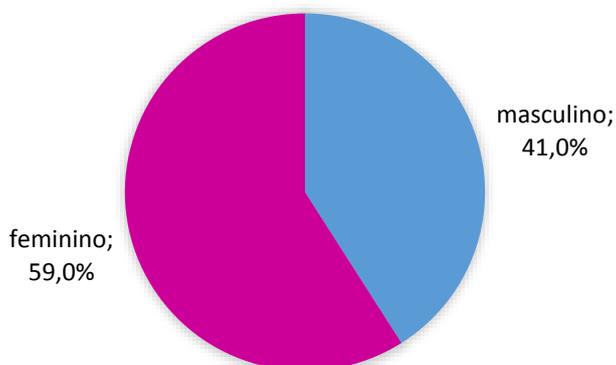
Gráfico 1 – Você mora, trabalha, está em turismo ou só está consumindo algo neste bairro?



- **Gênero**

A distribuição dos entrevistados por gênero apresenta maior frequência das mulheres, com percentual de 52,9% e 47,1% para os homens.

Gráfico 2 – Distribuição por gênero



NECESSIDADES NÃO ATENDIDAS

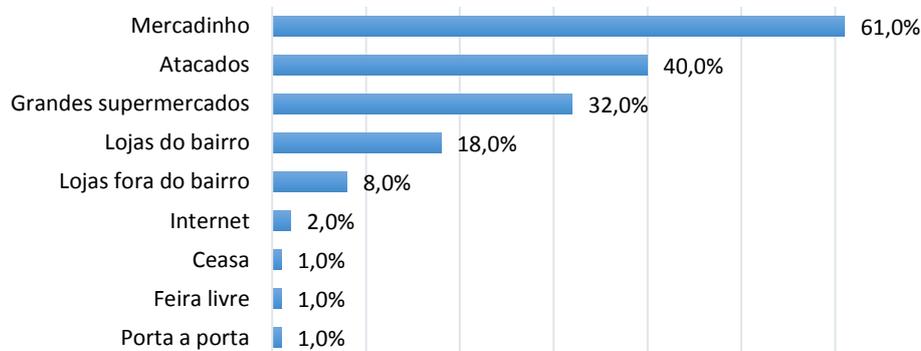
NEGÓCIOS	MOTIVOS DA INSATISFAÇÃO
• Agência bancária	- Não tem no bairro
• Atividades esportivas	- Falta investimento; necessidade de manutenção das quadras esportivas
• Bares	- Atendimento ruim; faltam de lixeiras e não é higiênico, faltam banheiros
• Casa lotérica	- Não tem no bairro
• Clínica médica	- Não tem no bairro
• Clínica odontológica	- Não tem no bairro
• Escola infantil	- Professores sem qualificação, salas lotadas, não cuida das crianças
• Farmácia	- Faltam vários tipos de medicamento, fecha cedo e nos finais de semana; não tem serviço de entrega a noite
• Feira livre	- Não tem no bairro
• Laboratório para exames	- Não tem no bairro
• Mercadinho	- Ambiente sujo; comercializa produtos fora da validade; atendimento ruim; sempre falta produtos
• Oficina mecânica	- Profissional sem qualificação; falta serviço especializado
• Padaria	- Atendimento ruim; falta de higiene; falta variedade de produtos; produtos sem qualidade
• Restaurante	- Atendimento ruim; comida de má qualidade e sem sabor; falta de higiene; cardápio sem variedade

COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR

- Aquisição de produtos e serviços**

Os produtos e serviços consumidos no bairro são adquiridos em mercadinho (61,0%), atacado (40,0%), grandes supermercados (32,0%), lojas de bairro (18,0%), lojas fora do bairro (8,0%), Internet (2,0%), ceasa (1,0%), feira livre (1,0%) e porta a porta (1,0%).

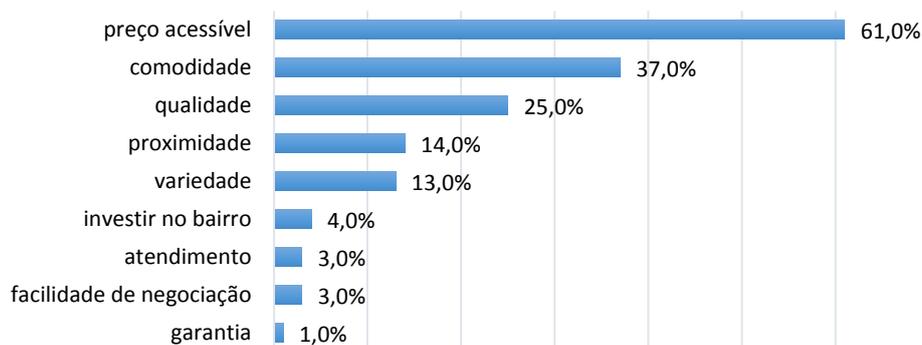
Gráfico 3 – Local onde compra produtos e serviços



Esta questão admite múltipla resposta.

O principal motivo para comprar nos estabelecimentos citados anteriormente são: preço (61,0%), comodidade (37,0%), qualidade (25,0%), proximidade (14,0%), variedade (13,0%), investir no bairro (4,0%), atendimento (3,0%), facilidade de negociação (3,0%) e garantia (1,0%).

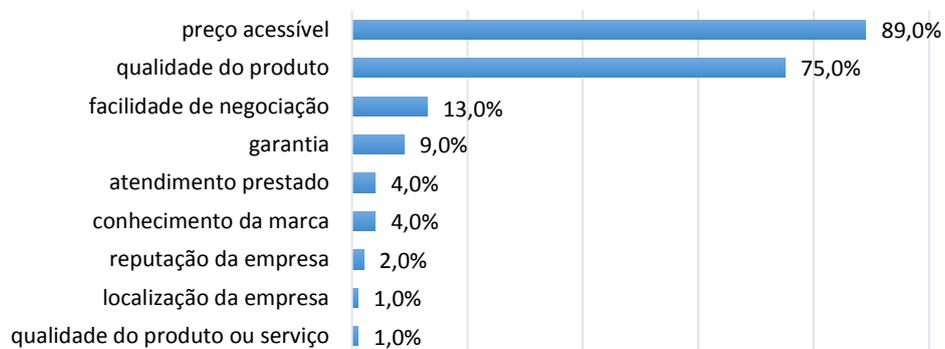
Gráfico 4 – Motivos para gastar o dinheiro onde compra atualmente



- **Atributos para realização de compras**

O preço acessível (89,0%) e a qualidade do produto ou serviço (75,0%) são os atributos de maior importância no momento da realização de compras para o consumidor. Outros pontos citados, porém, com menor frequência percentual são: facilidade de negociação (13,0%), garantia (9,0%), atendimento prestado (4,0%), conhecimento da marca (4,0%), reputação da empresa (2,0%), localização da empresa (1,0%) e qualidade do produto ou serviço (1,0%).

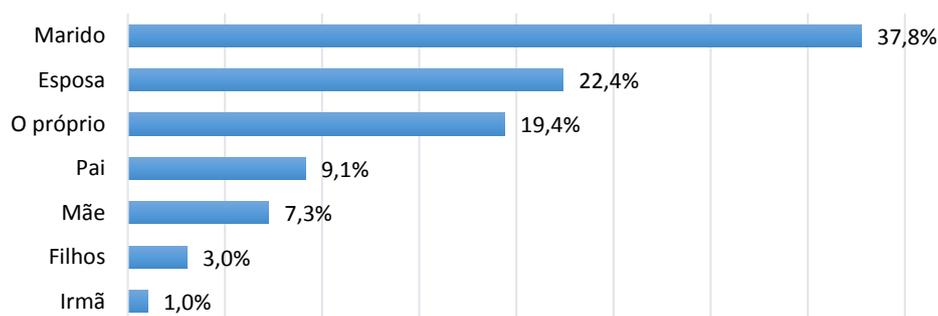
Gráfico 5 – Atributos de importância na hora de realizar a compra



- **Decisor sobre as compras**

A decisão sobre as compras na residência é do sexo masculino, seja na posição de marido (37,8%) seja na posição de pai (9,1%), totalizando 46,9% das citações e as mulheres detêm 29,7% das decisões de compra, ocupando a posição de esposa (22,4%) e mãe (7,3%). Outros decisores são o próprio (19,4%), filhos (3,0%) e irmã (1,0%).

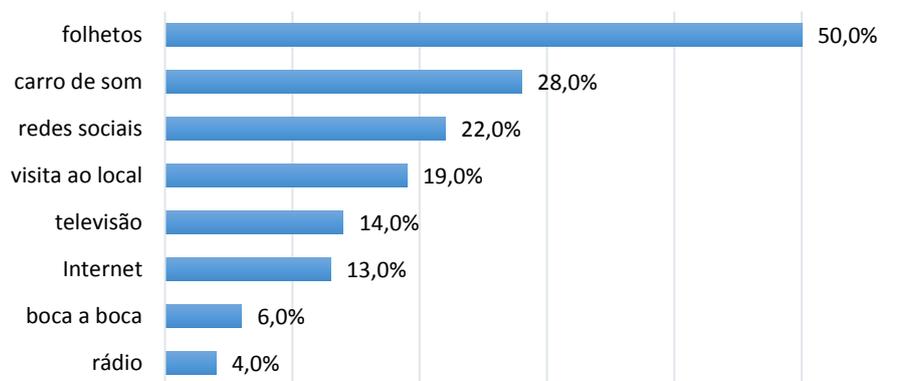
Gráfico 6 – Decisão sobre as compras na residência



- **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 (50,0%), carro de som (28,0%), redes sociais (22,0%), visita ao local (19,0%), televisão (14,0%), Internet (13,0%), boca a boca (6,0%) e rádio (4,0%).

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:

Segurança (69,0%);

Saúde e beleza (62,0%);

Água potável (55,0%);

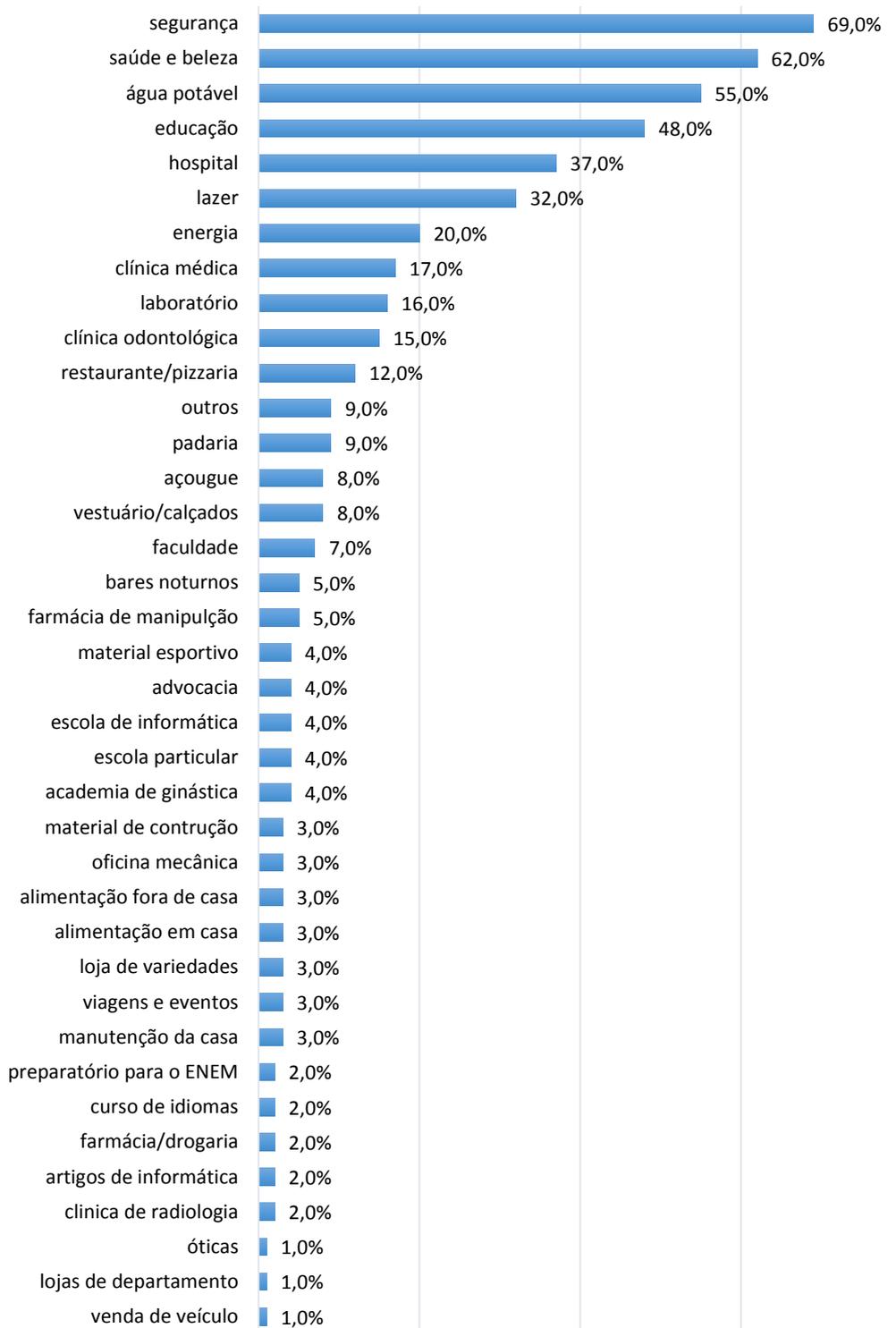
Educação (48,0%);

Hospital (37,0%);

Lazer (32,0%);

Energia (20,0%).

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
• Agência bancária	- Atendimento, segurança, localização
• Casa lotérica	- Segurança, funcionar no final de semana
• Clínica médica	- Ter várias especialidades como ortopedia, ginecologia, cardiologia e oftalmologia
• Clínica odontológica	- Serviços gratuitos para a comunidade
• Curso de idiomas	- Professores qualificados; ensino de qualidade
• Escola particular e creche	Ter professores qualificados, receber crianças a partir dos 6 anos, as atividades de lazer devem ocorrer na escola
• Escola técnica	- Cursos gratuitos para os jovens do bairro
• Farmácia	- Funcionar 24 horas; ter serviço de entrega
• Feira livre	- Funcionar nos finais de semana
• Lanchonete, pizzaria, sorveteria	- Funcionar todos os dias, cardápio variado, ter lanches naturais
• Mercadinho	- Ambiente organizado e limpo; oferecer produtos de qualidade, comercializar marcas conhecidas
• Padaria	- Atendimento; funcionar diariamente; pão de qualidade; oferta de produtos diversos
• Pague fácil	- Pagamentos de contas e operações bancárias
• Quitanda de frutas	- Funcionar diariamente, vender frutas e verduras frescas
• Restaurante	- Atendimento; ambiente limpo e organizado, cardápio variado com frutos do mar, peixe e camarão; vender comida regional

- **Internet**

Quanto ao uso da Internet, 73,0% acessam e 27,0% não utilizam. Os locais de acesso à Internet são em casa (75,7%), trabalho (25,7%) e celular (21,4%).

Gráfico 9 – Acesso à Internet

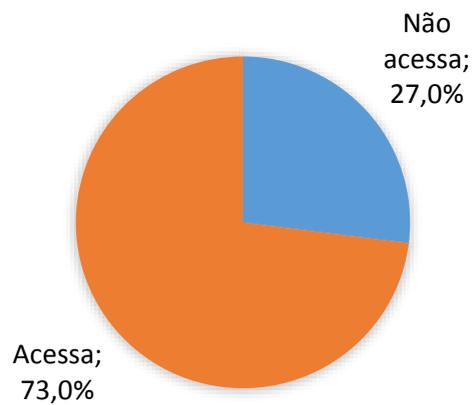
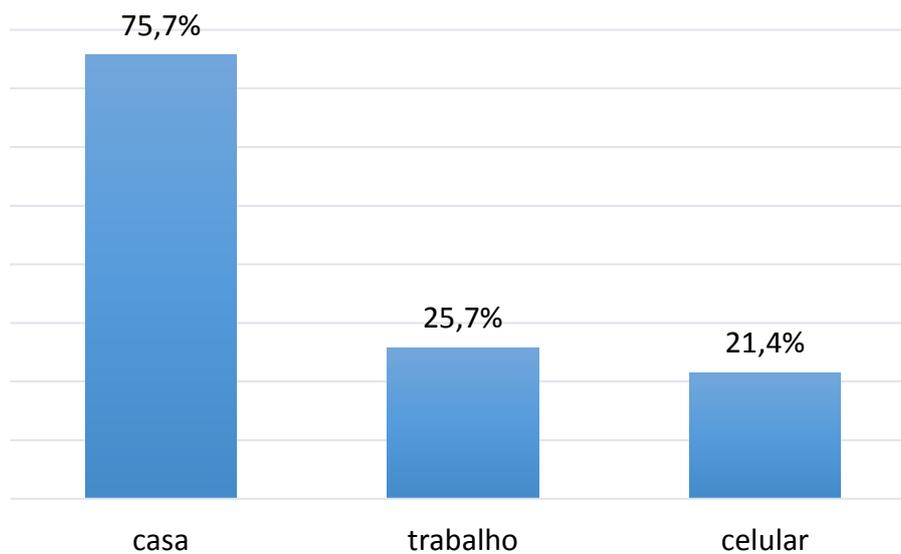
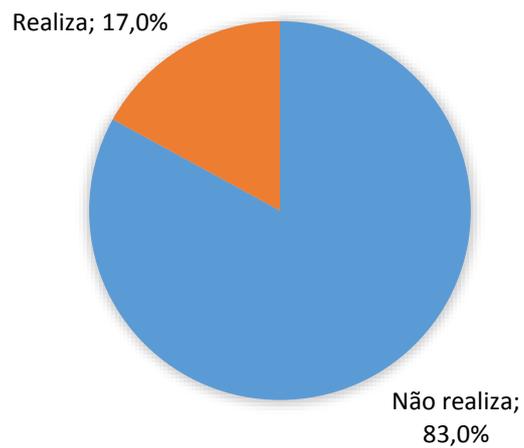


Gráfico 10 – Onde acessa a Internet



Quando questionados sobre a prática do e-commerce (compras on line) 83,0% não realizam e 17,0% afirmaram que sim, realizam compras online.

Gráfico 11 – Realiza compras on line



SUSTENTABILIDADE

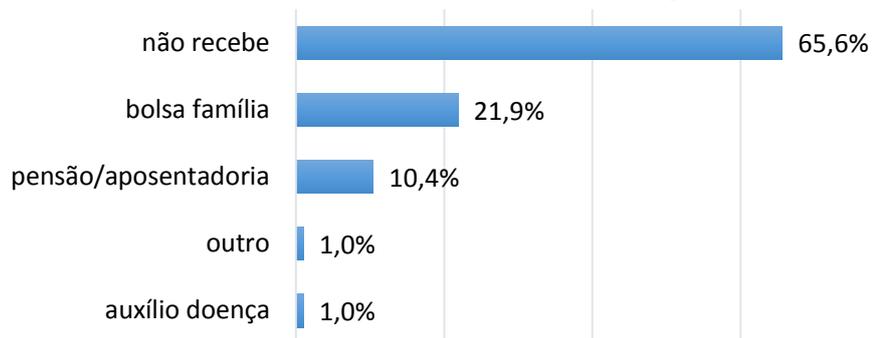
- **Coleta seletiva**

No tocante a existência de coleta seletiva no bairro todos os entrevistados (100%) informaram que não existe coleta seletiva.

- **Benefícios sociais**

Quanto ao recebimento de benefícios sociais verificou-se que 34,3% dos entrevistados recebem algum tipo de auxílio do governo, sendo: 21,9% refere-se ao programa bolsa família, 10,4% recebem pensão/aposentadoria e 1,0% recebe auxílio doença e 1,0% outro tipo de benefício não especificado. Não recebem nenhum tipo de auxílio 65,6% dos pesquisados.

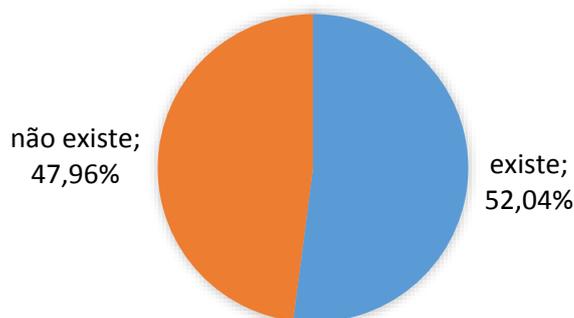
Gráfico 12 – Recebimento de auxílio do governo



- **Projetos sociais**

Sobre a existência de projetos sociais desenvolvidos no bairro 52,04% relataram existir, informando ser: Lagostion (Jeová Falcão), Viver Bem MEP, virando o jogo (Marlene), projeto praia limpa (Júlio Merege), projeto música e capoeira, prefeitura, ilha de música (Gilberto, Carcará e Jeremias), cursos profissionalizantes (Pierre), conselho comunitário, capoeira (Café) e aula de dança (Miguel Carcará).

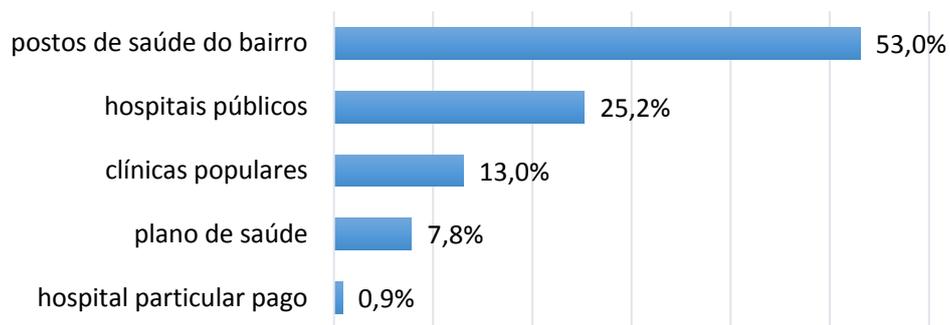
Gráfico 13 – Existência de projetos sociais no bairro



- **Serviços de saúde**

Quando há necessidade de ir ao médico 53,0% dos pesquisados buscam o atendimento nos postos de saúde; 25,2% vão aos hospitais públicos; 13,0% frequentam as clínicas populares; 7,8% possuem plano de saúde e 0,9% vão ao hospital particular pago.

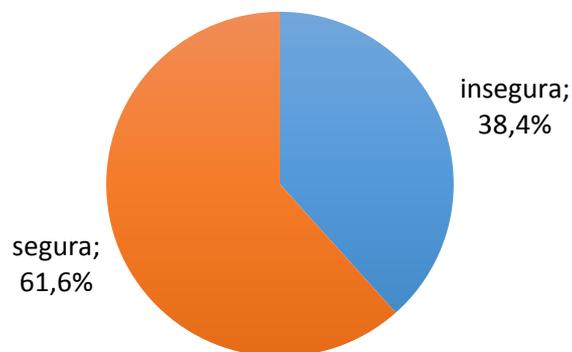
Gráfico 14 – Serviço de saúde que utiliza quando necessita ir ao médico



- **Moradia**

Com relação à moradia 38,4% citaram ser insegura e 61,6% segura.

Gráfico 15 – Situação de moradia

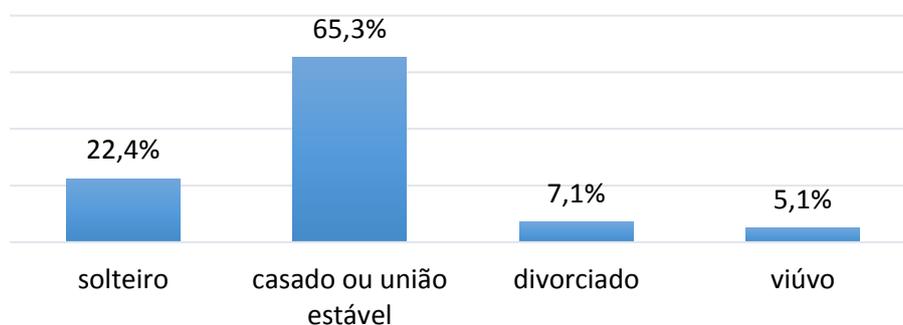


PERFIL DO ENTREVISTADO

- **Estado civil**

Com relação ao estado civil 65,3% são casados/união estável; 22,4% solteiros; 7,1% divorciados e 5,1% viúvo.

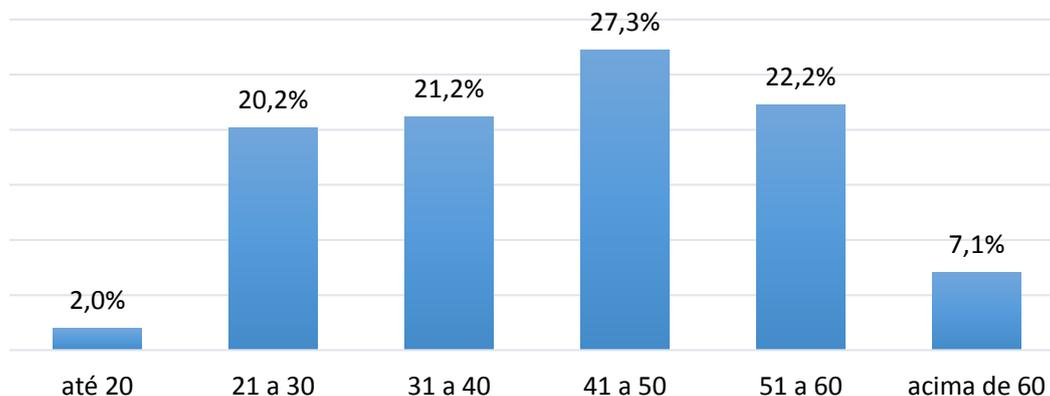
Gráfico 16 – Estado civil



- **Faixa etária**

No que se refere a faixa etária 27,3% dos pesquisados encontram-se no intervalo de 41 a 50 anos de idade, com idade média de 42 anos. Com relação aos demais entrevistados 2,0% têm até 20 anos; 20,2% estão na faixa de 21 a 30 anos; 21,2% entre 31 a 40 anos; 22,2% estão na faixa de 51 a 60 anos e 7,1% estão acima de 60 anos.

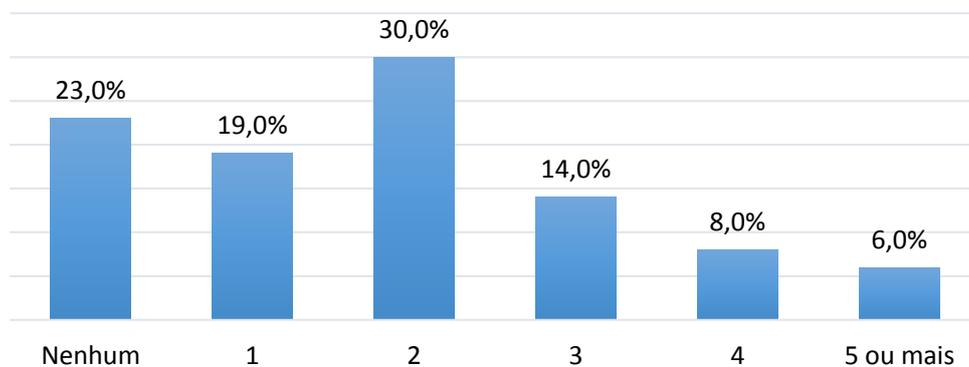
Gráfico 17 – Faixa Etária



- **Número de filhos**

Quanto ao número de filhos apurou-se que 23,0% não possuem filhos; 19,0% têm apenas um filho; 30,0% dois filhos; 14,0% três filhos; 8,0% tem quatro filhos e 6,0% tem cinco filhos. O número médio é de aproximadamente 2 filhos.

Gráfico 18 – Número de filhos

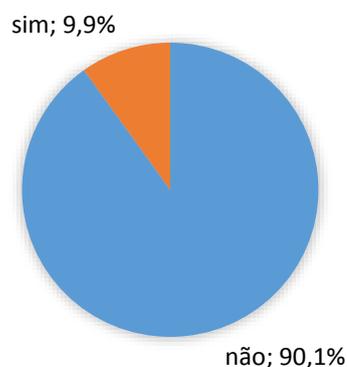


Obs.: Todos os filhos estão na escola.

- **Portador de necessidade especial**

Do total de entrevistados, 9,9% 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 médio para 49,5% dos pesquisados, seguidos pelo ensino fundamental com percentual de 38,4%. Verificou-se que 7,1% não possuem escolaridade, 1,0% está cursando o nível superior incompleto, 3,0% têm especialização e 1,0% têm doutorado.

Segundo os entrevistados, 59,3% têm pessoas na família estudando. Destes, estão em escola estadual 69,6% e em escola municipal 30,4% situadas no bairro de Igapó.

Gráfico 20 – Grau de escolaridade

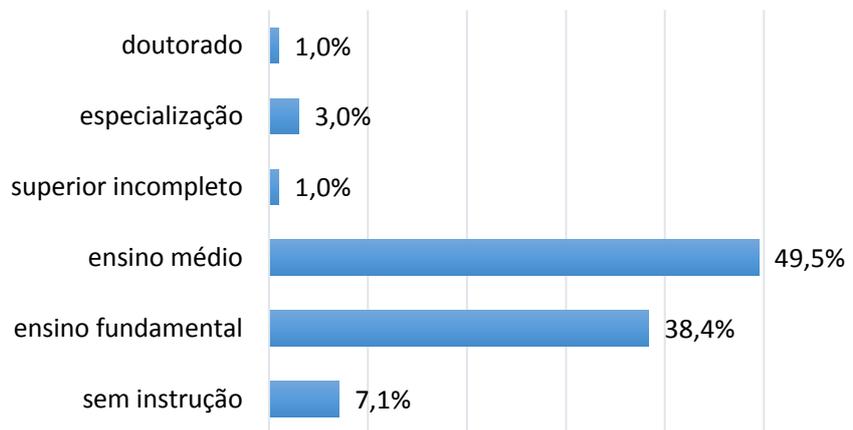
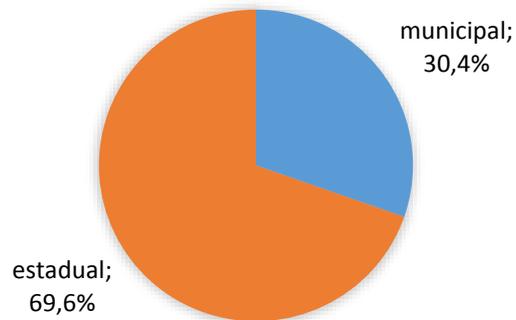


Gráfico 21 – Existência de pessoas na residência frequentando escola



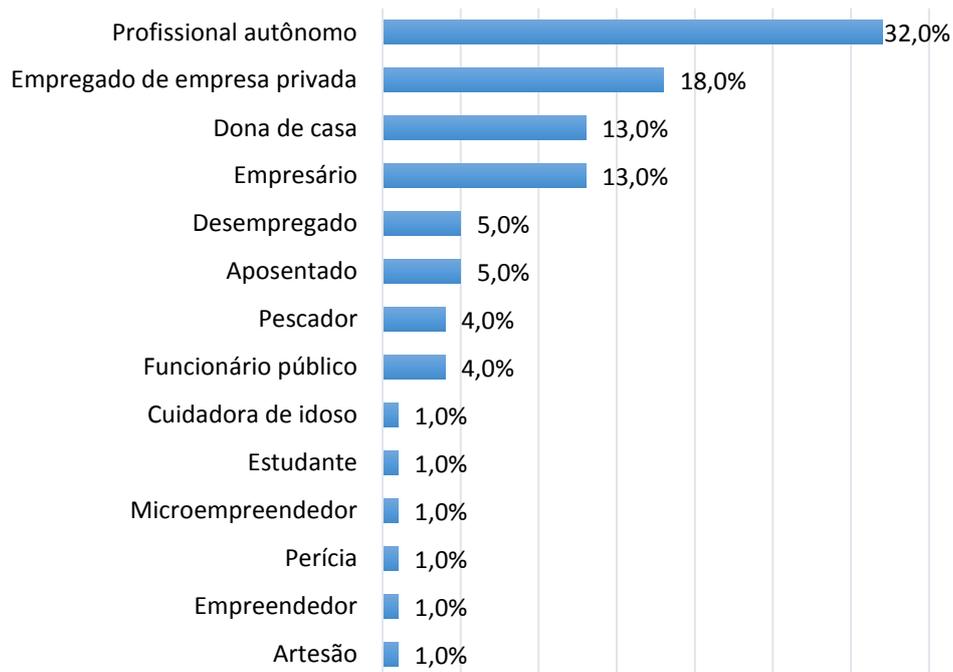
Gráfico 22 – Tipo de escola que estuda



- **Ocupação**

As principais ocupações são: profissional autônomo (32,0%), empregado de empresa privada (18,0%), dona de casa (13,0%) e empresário (13,0%).

Gráfico 23 – Ocupação atual



- **Renda**

No que se refere a renda 54,6% ganham até 1 salário mínimo; 42,3% entre 2 a 4 salários mínimos e 3,1% acima de 4 salários mínimos.

Gráfico 24 - Renda

