



**Estudo de Identificação de Oportunidades de negócios de
Impacto social no bairro de Santos Reis/Rocas**

**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 de Santos Reis e Rocas – 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: Santos Reis e Rocas, Natal/RN, no período de agosto de 2018.

RESULTADOS

- **Perfil**

Do total de entrevistados 100,0% são moradores/consumidor local dos bairros de Santos Reis e Rocas.

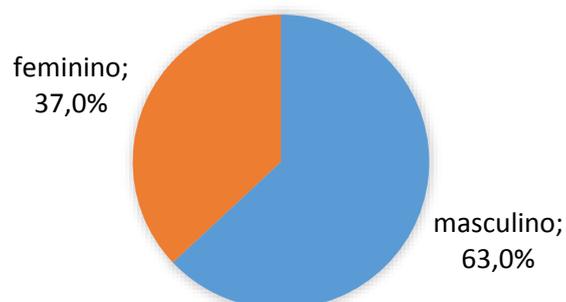
Gráfico 1 – Você mora, trabalha, está em turismo ou só está consumindo algo neste bairro?



- **Gênero**

A distribuição dos entrevistados por gênero apresenta maior frequência das mulheres, com percentual de 63,0% e 37,0% para os homens.

Gráfico 2 – Distribuição por gênero



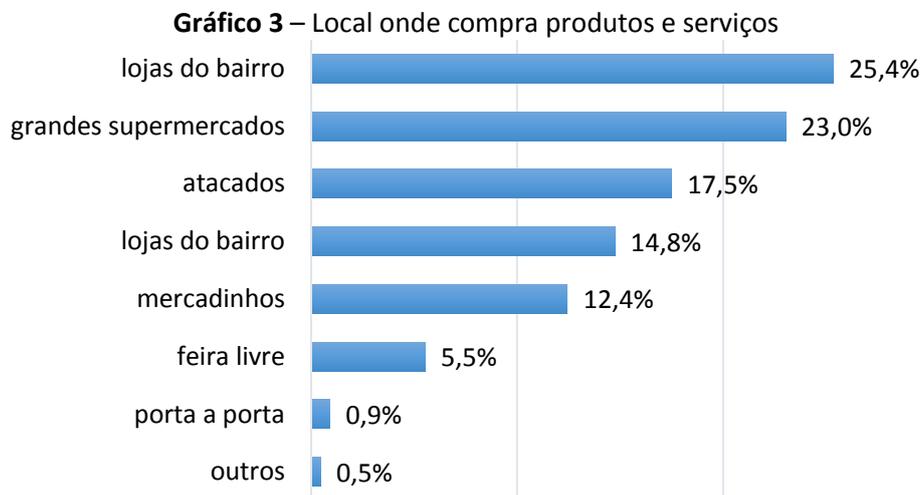
NECESSIDADES NÃO ATENDIDAS

NEGÓCIOS	MOTIVOS DA INSATISFAÇÃO
• Academia de ginástica	- Não existe no bairro; ninguém investe
• Açougue	- Tem poucas unidades no bairro; falta de qualidade; falta de higiene; desorganização
• Armarinho	- Dificuldade em chegar; falta de variedade de produtos
• Confecções – moda masculina e feminina	- Atendimento; preço elevado; loja desorganizado; não tem variedade; qualidade ruim
• Conveniência 24 horas	- Não existe no bairro
• Farmácia	- Atendimento ruim; não abre domingos e feriados; pouca variedade de medicamentos
• Loja de calçados	- Atendimento; falta variedade de produtos; produtos de má qualidade
• Loja de presentes	- Não tem no bairro
• Loja de suplementos	- Não tem no bairro
• Material de construção	- Atendimento ruim; fecha no horário do almoço; pouca variedade de produtos
• Mercadinho	- Pequena quantidade; falta vários itens; sem qualidade
•	
• Padaria	- Produtos de baixa qualidade; distância; atendimento; falta de higiene; preço elevado
• Pague Fácil / Lotérica	- Não existe no bairro de Santos Reis, tem que se deslocar para as Rocas
• Pet Shop	- Não tem no bairro
• Quitanda	- Não tem qualidade; só existe no bairro das Rocas
• Restaurante	- Atendimento; comida de má qualidade; preço elevado; espaço desconfortável e sem higiene
• Supermercados	- Atendimento ruim e demorado; falta de higiene e desorganização; preço elevado

COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR

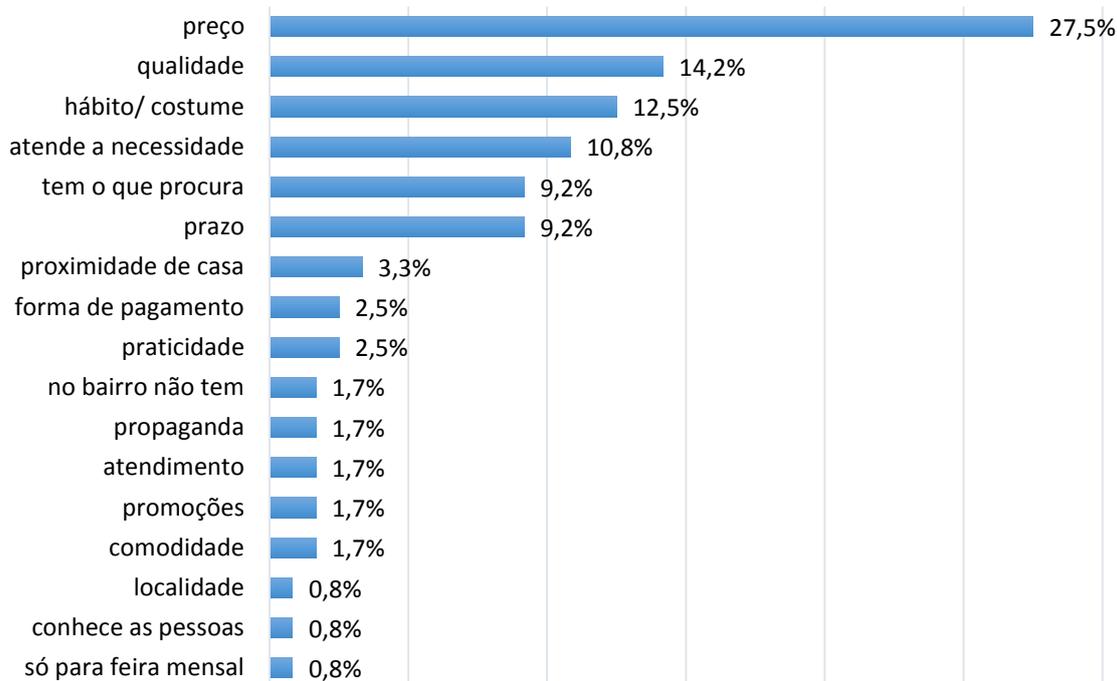
- **Aquisição de produtos e serviços**

Os produtos e serviços consumidos no bairro são adquiridos em lojas do bairro (25,4%), grandes supermercados (23,0%), atacados (17,5%), lojas de bairro (14,8%), mercadinhos (12,4%), feira livre (5,5%), porta a porta (0,9%) e outros (0,5%).



O principal motivo para comprar nos estabelecimentos citados anteriormente são: preço (27,5%), qualidade (14,2%), hábito/costume (12,5%), atende à necessidade (10,8%), tem o que procura (9,2%), prazo (9,2%), proximidade de casa (3,3%), forma de pagamento (2,5%), não tem no bairro (1,7%), praticidade (1,7%), propaganda (1,7%), atendimento (1,7%), promoções (1,7%), comodidade (1,7%), localidade (0,8%), conhece as pessoas (0,8%), só utiliza para feira mensal (0,8%).

Gráfico 4 – Motivos para gastar o dinheiro onde compra atualmente

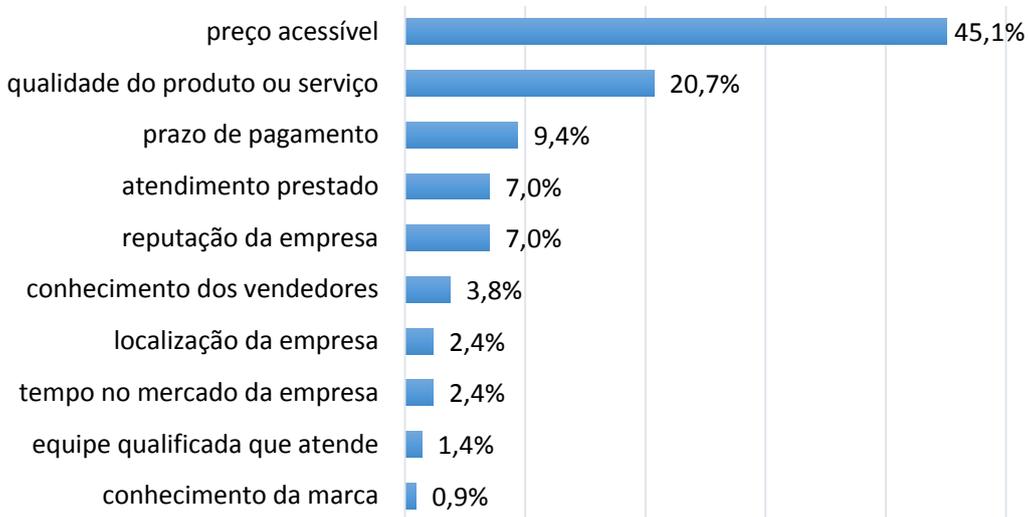


Essa questão admite múltipla resposta.

- **Atributos para realização de compras**

O preço acessível (45,1%) e a qualidade do produto ou serviço (20,7%) são os atributos de maior importância no momento da realização de compras para o consumidor. Outros pontos citados, porém, com menor frequência percentual são: prazo de pagamento (9,4%), atendimento prestado (7,0%), reputação da empresa (7,0%), conhecimento dos vendedores (3,8%), localização da empresa (2,4%), tempo no mercado da empresa (2,4%), equipe qualificada que atende (1,4%) e conhecimento da marca (0,9%).

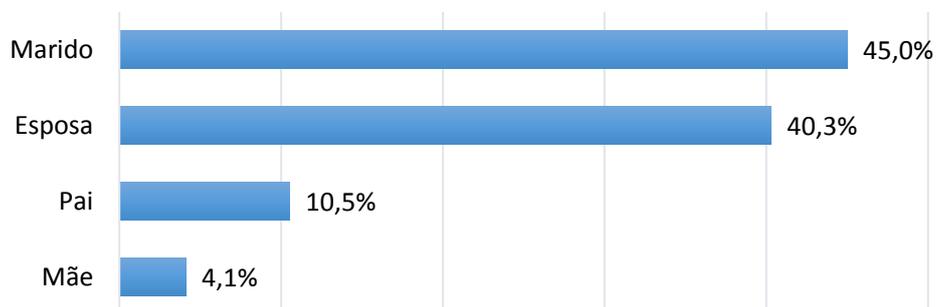
Gráfico 5 – Atributos de importância na hora de realizar a compra



- **Decisor sobre as compras**

A decisão sobre as compras na residência é do sexo masculino, seja na posição de marido (45,0%) seja na posição de pai (10,5%), totalizando 55,5% das citações e as mulheres detêm 44,4% das decisões de compra, ocupando a posição de esposa (40,3%) e mãe (4,1%).

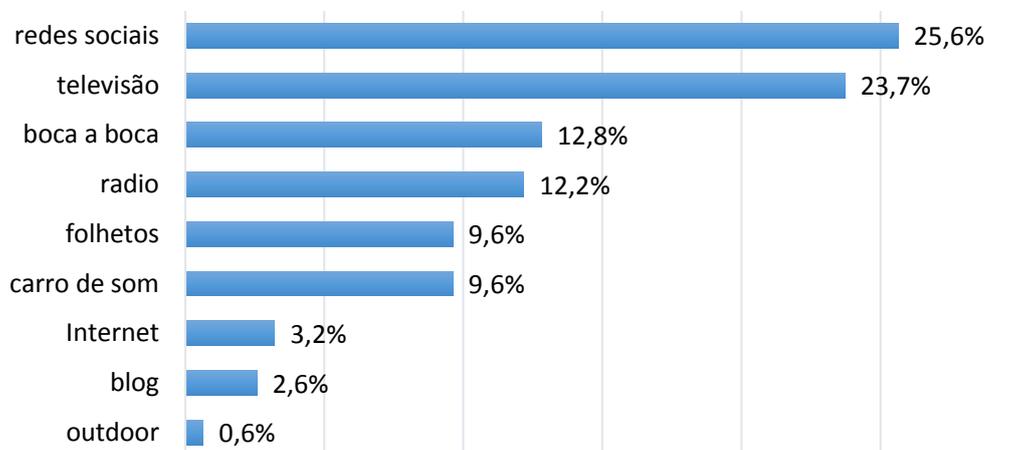
Gráfico 6 – Decisão sobre as compras na residência



- **Busca de informações**

Quando o consumidor deseja comprar, pesquisar preços, buscar promoções sobre determinado produto ou serviço os principais meios de comunicação utilizados são: redes sociais (25,6%), televisão (23,7%), boca a boca (12,8%), rádio (12,2%), folhetos (9,6%), carro de som (9,6%), Internet (3,2%), blog (2,6%) e outdoor (0,6%).

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

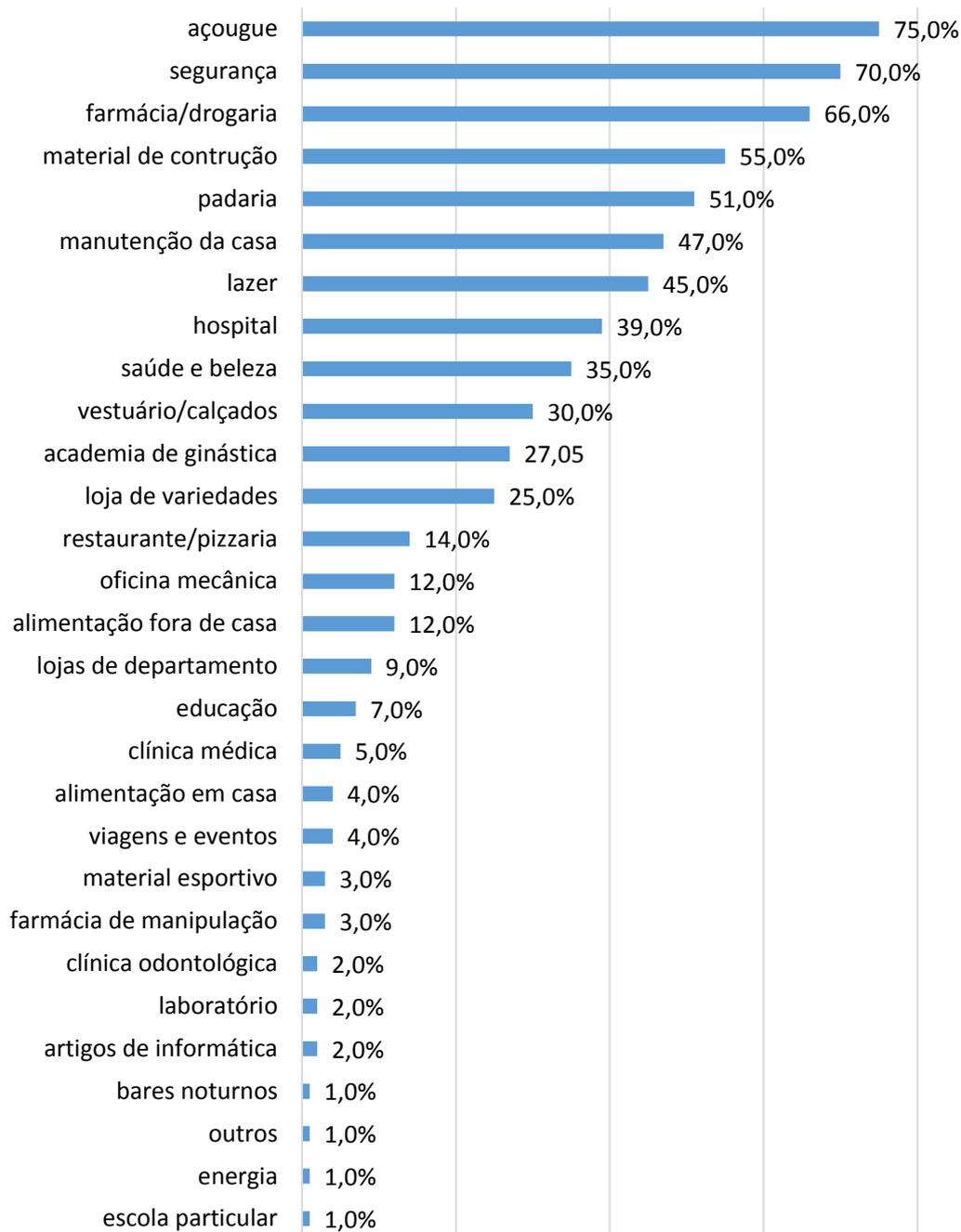


- **Utiliza e não está satisfeito**

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

- Açougue (75,0%);
- Segurança (70,0%);
- Farmácia/drogaria (66,0%);
- Material de construção (55,0%);
- Padaria (51,0%);
- Manutenção de casa (47,0%);
- Lazer (45,0%);

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; atendimento; profissionais qualificados; maquinário moderno
<ul style="list-style-type: none"> Açougue 	- Produtos de qualidade; preço; Ambiente limpo e organizado; higiene; atendimento; mis de produtos
<ul style="list-style-type: none"> Armarinho 	- Ter variedade de produtos; qualidade
<ul style="list-style-type: none"> Clínica médica e odontológica 	- Atendimento; organização; oferta de diversas especialidades
<ul style="list-style-type: none"> Conveniência 	- Atendimento 24 horas; variedade de produtos; qualidade
<ul style="list-style-type: none"> Escola técnica profissionalizante 	- Cursos técnicos: enfermagem, vigilante, cabeleireiro, idiomas, informática, cozinheiro
<ul style="list-style-type: none"> Farmácia 	- Atendimento; variedade de produto; preço acessível; serviço de entrega eficiente
<ul style="list-style-type: none"> Mercadinho 	- Atendimento; espaço organizado; preço baixo; variedade de produtos e marcas
<ul style="list-style-type: none"> Padaria 	- Qualidade do produto; preço acessível; variedade de produtos
<ul style="list-style-type: none"> Pet Shop 	- Atendimento; pontualidade; qualidade
<ul style="list-style-type: none"> Pizzaria 	- Atendimento; ambiente familiar; espaço organizado; funcionar diariamente
<ul style="list-style-type: none"> Restaurante 	- Ambiente confortável e higiênico; atendimento; comida boa, de qualidade; preço baixo
<ul style="list-style-type: none"> Roupas e calçados 	- Comercializar moda infantil; variedade de produtos
<ul style="list-style-type: none"> Salão de beleza 	- Atendimento; qualidade do serviço prestado;
<ul style="list-style-type: none"> Segurança privada 	- Preço acessível; policial no bairro

- **Internet**

Quanto ao uso da Internet, 71,0% acessam e 29,0% não utilizam. Os locais de acesso à Internet são o celular (60,4%), trabalho (22,6%), notebook (8,5%), computador (6,6%) e casa (1,9%). Quando questionados sobre a prática do e-commerce (compras online) 62,0% não realizam e 38,0% afirmaram que sim, realizam compras online.

Gráfico 9 – Acesso à Internet

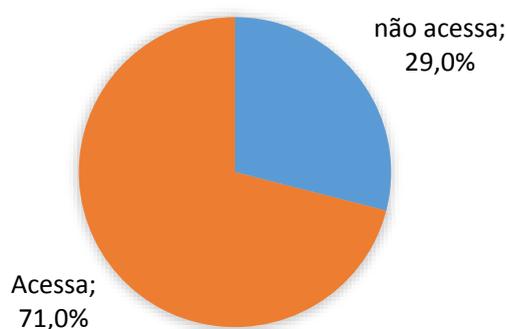


Gráfico 10 – Onde acessa a Internet

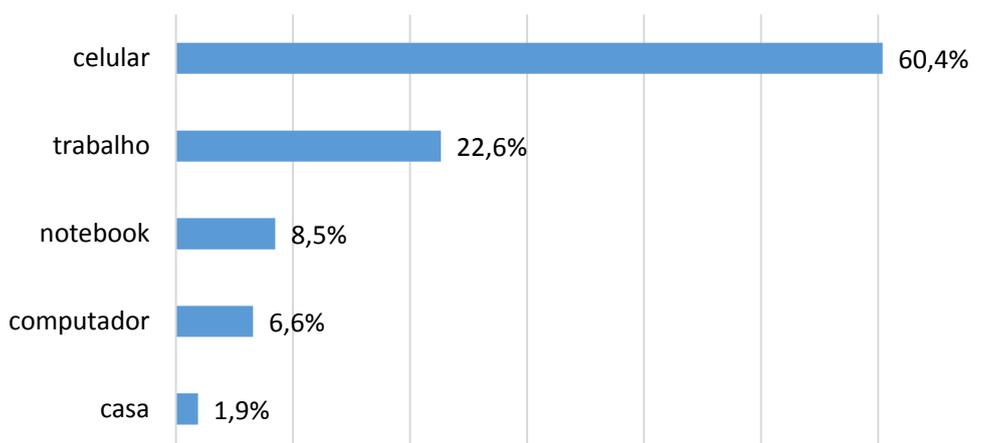
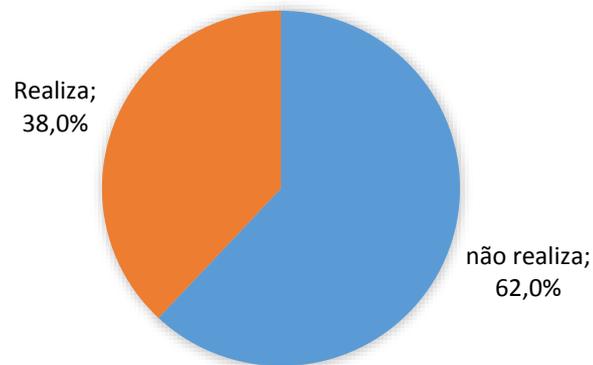


Gráfico 11 – Realiza compras online

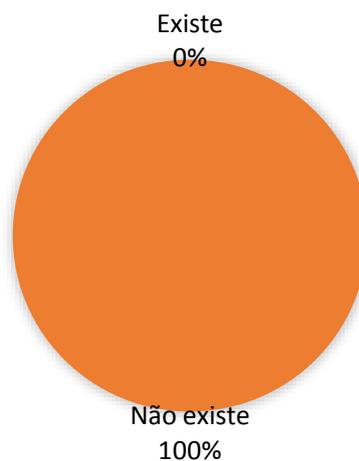


SUSTENTABILIDADE

- **Coleta seletiva**

No tocante a existência de coleta seletiva no bairro 100,0% relataram que não existe.

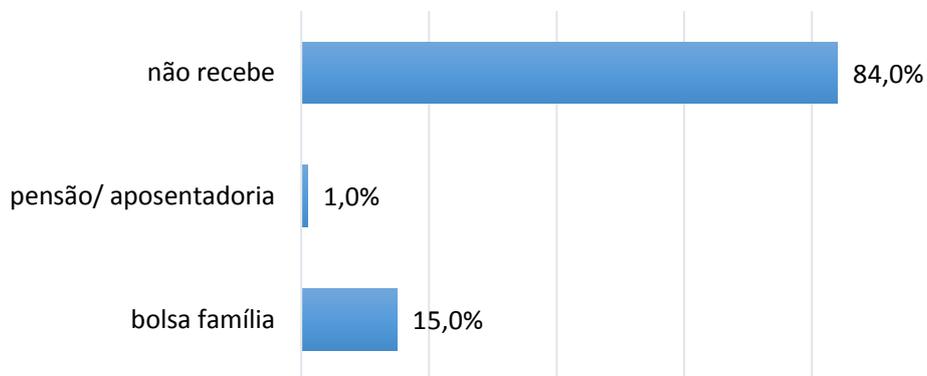
Gráfico 12 – Existência de coleta seletiva no bairro



- **Benefícios sociais**

Quanto ao recebimento de benefícios sociais verificou-se que 16,0% dos entrevistados recebem algum tipo de auxílio do governo, sendo: bolsa família (15,0%) e pensão/aposentadoria (1,0%). Não recebem nenhum tipo de auxílio 80,4% dos pesquisados.

Gráfico 13 – Recebimento de auxílio do governo



- **Projetos sociais**

Não existe projetos sociais no bairro.

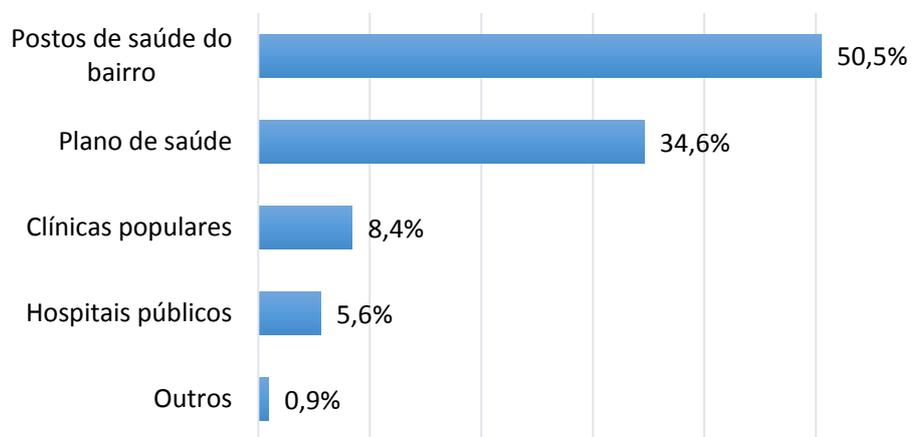
Gráfico 14 – Existência de projetos sociais no bairro



- **Serviços de saúde**

Quando há necessidade de ir ao médico 50,5% dos pesquisados buscam o atendimento nos postos de saúde do bairro; 34,6% utilizam o plano de saúde; 8,4% vão as clínicas populares; 5,6% procuram os hospitais públicos e 0,9% buscam outros meios.

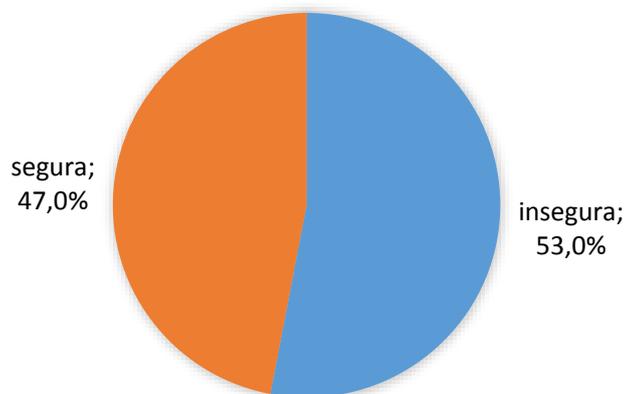
Gráfico 15 – Serviço de saúde que utiliza quando necessita ir ao médico



- **Moradia**

Com relação a moradia 53,0% citaram ser insegura e 47,0% segura.

Gráfico 16 – Situação de moradia

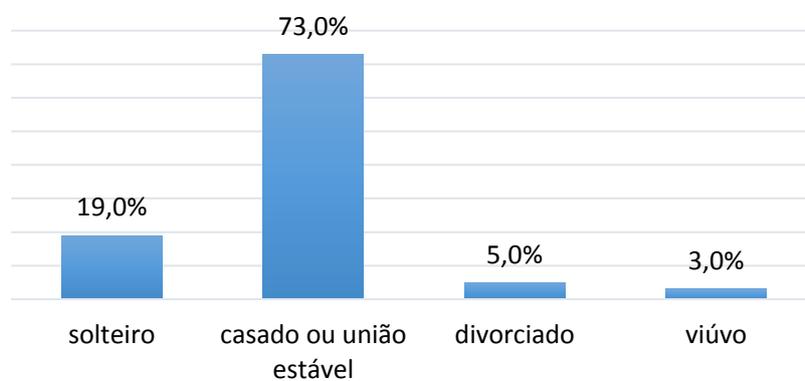


PERFIL DO ENTREVISTADO

- **Estado civil**

Com relação ao estado civil 73,0% são casados/união estável; 19,0% solteiros; 3,0% viúvos e 3,0% divorciados.

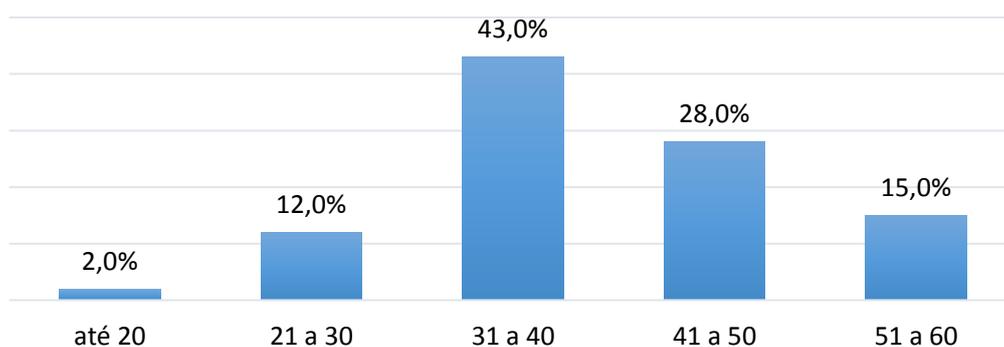
Gráfico 17 – Estado civil



- **Faixa etária**

No que se refere a faixa etária 43,0% dos pesquisados encontram-se no intervalo de 31 a 40 anos de idade, com idade média de 39 anos. Com relação aos demais entrevistados 2,0% têm até 20 anos; 12,0% estão na faixa de 21 a 30 anos; 28,0% entre 41 a 50 anos e 15,0% estão na faixa de 51 a 60 anos de idade.

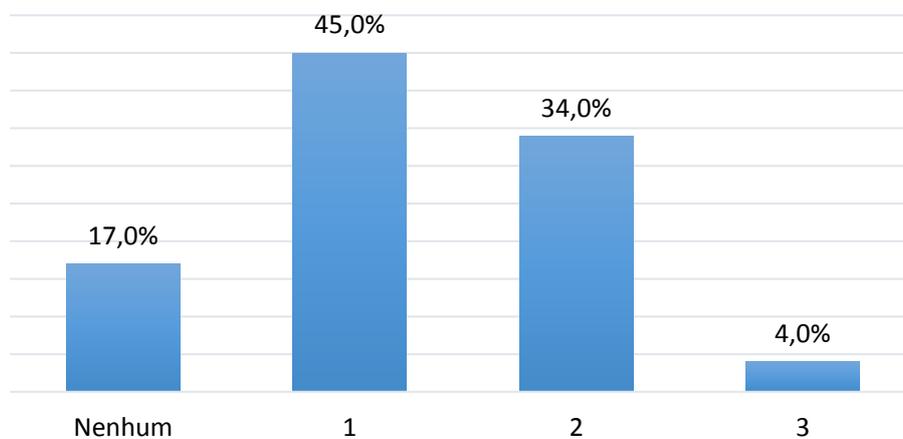
Gráfico 18 – Faixa Etária



- **Número de filhos**

Quanto ao número de filhos apurou-se que 17,0% não possuem filhos; 45,0% têm apenas um filho; 34,0% dois filhos e 4,0% três filhos. O número médio é de aproximadamente 1 filhos.

Gráfico 19 – Número de filhos

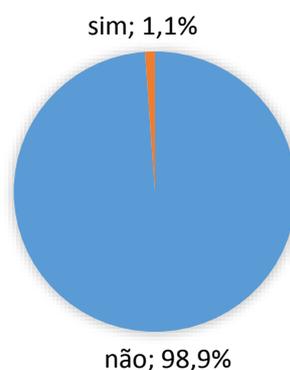


Situação escolar = Todos os filhos estão na escola

- **Portador de necessidade especial**

Do total de entrevistados, 1,1% 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 50,0% dos pesquisados, seguidos pelo ensino fundamental com percentual de 19,4%. 18,4% têm ensino superior incompleto; 11,2% especialização e 1,0% mestrado.

Segundo os entrevistados, 93,9% têm pessoas na família estudando. Destes estão em escola particular (40,0%), escola estadual (32,0%) e escola municipal (28,0%).

Gráfico 21 – Grau de escolaridade

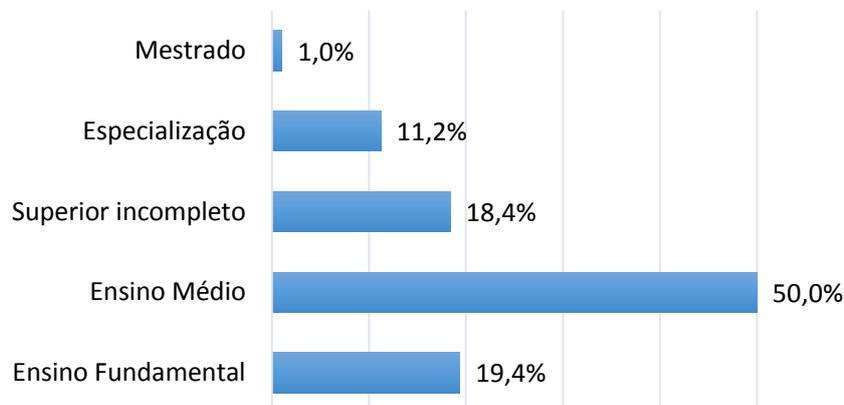


Gráfico 22 – Existência de pessoas na residência frequentando escola

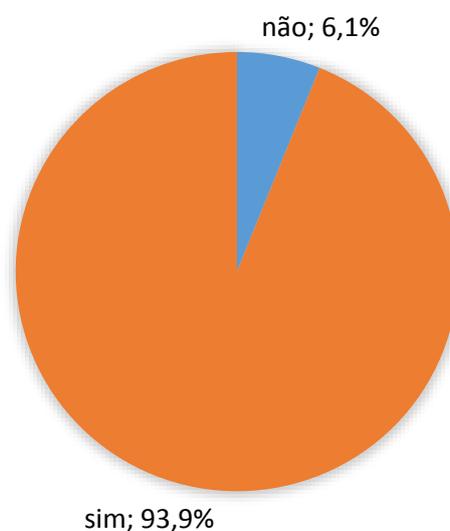
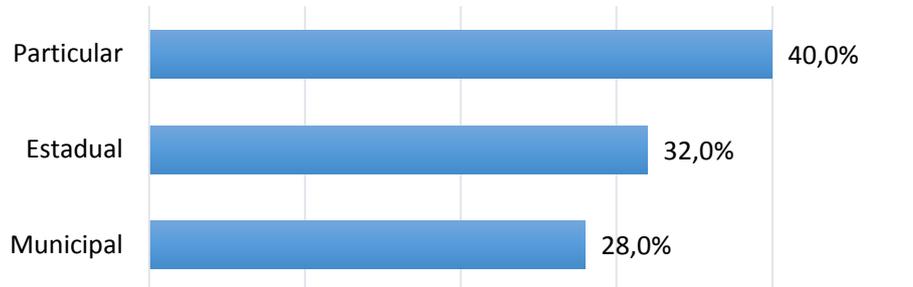
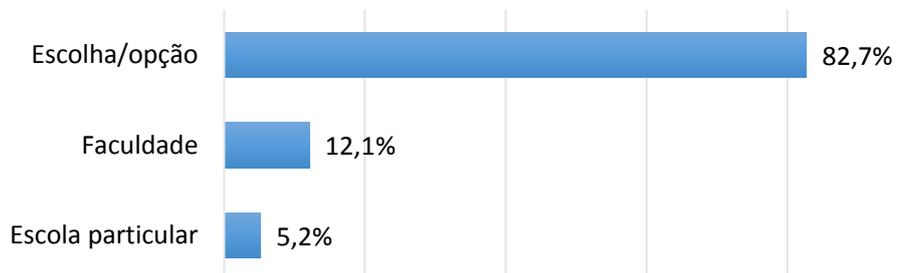


Gráfico 23 – Tipo de escola que estuda



Os principais motivos para estudar em outro bairro são: escolha/opção de estudar em outro bairro (82,7%), faculdade em outro bairro (12,1%) e estudam em escola particular (5,2%).

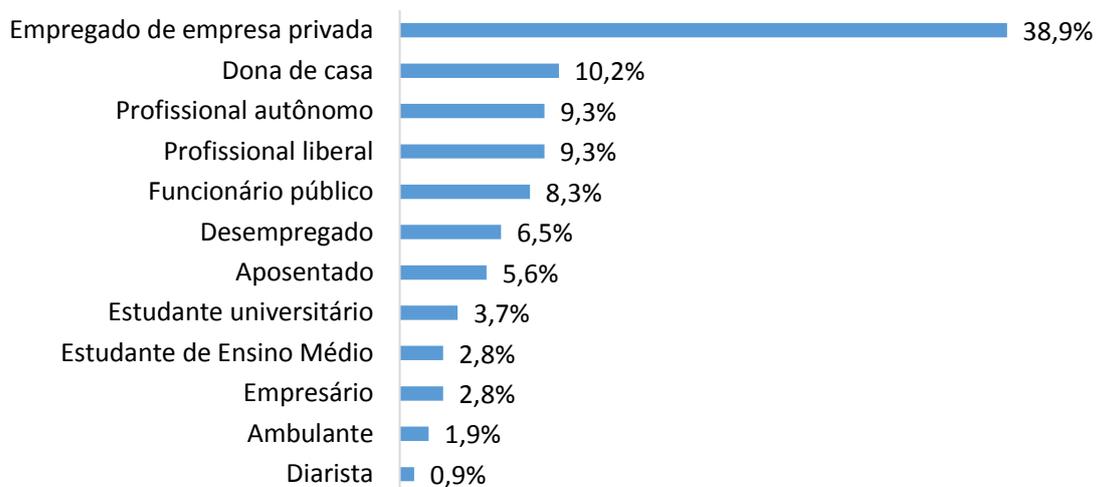
Gráfico 24 – Motivos para estudar em outro bairro



- **Ocupação**

As principais ocupações são: empregado de empresa privada (38,9%), dona de casa (10,2%), profissional liberal (9,3%), funcionário público (8,3%), desempregado (6,5%), profissional autônomo (6,5%), aposentado (5,6%), estudante universitário (3,75%), estudante de ensino médio (2,78%), empresário (2,78%), diarista (0,93%), ambulante (0,93%) e

Gráfico 25 – Ocupação atual



- **Renda**

No que se refere a renda 23,0% até dois salários mínimos; 61,0% ganham entre 2 a 4 salários mínimos, 9,0% ganham entre 4 a 10 salários mínimos e 1,0% acima de dez salários mínimos.

Gráfico 26 - Renda

