



**Estudo de Identificação de Oportunidades de negócios de
Impacto social no município de São Gonçalo do Amarante -
Centro**

**Natal/RN
Agosto/2018**

INTRODUÇÃO

O presente trabalho pretende auxiliá-los os empreendedores e potenciais empreendedores, que atuam ou desejam atuar no âmbito do município de São Gonçalo do Amarante – centro, 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 da região de São Gonçalo do Amarante - Centro;
- 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

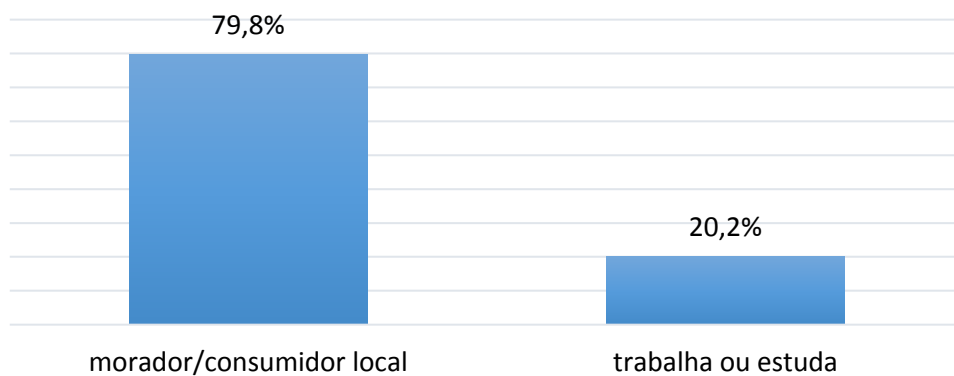
- Amostra: 150 entrevistados;
- Público pesquisado: consumidor local que apresente alguma insatisfação com os negócios existentes ou que sintam a necessidade de algum serviço ou produto que gostaria que tivesse no bairro;
- Bairros pesquisados: São Gonçalo do Amarante, Centro, no período de junho de 2018.

RESULTADOS

- **Perfil**

Do total de entrevistados 63,3% são moradores/consumidores no município de São Gonçalo do Amarante, região central, 20,2% trabalham ou estudam no município.

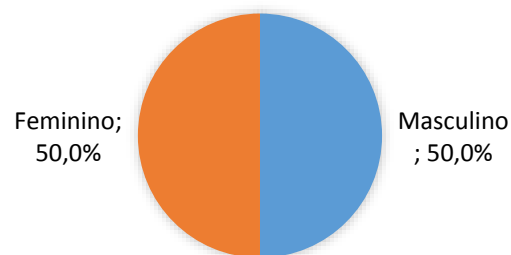
Gráfico 1 – Você mora, trabalha, está em turismo ou só está consumindo algo neste bairro?



- **Gênero**

A distribuição dos entrevistados por gênero apresenta a mesma frequência entre os sexos, com percentual de 50,0%.

Gráfico 2 – Distribuição por gênero



NECESSIDADES NÃO ATENDIDAS

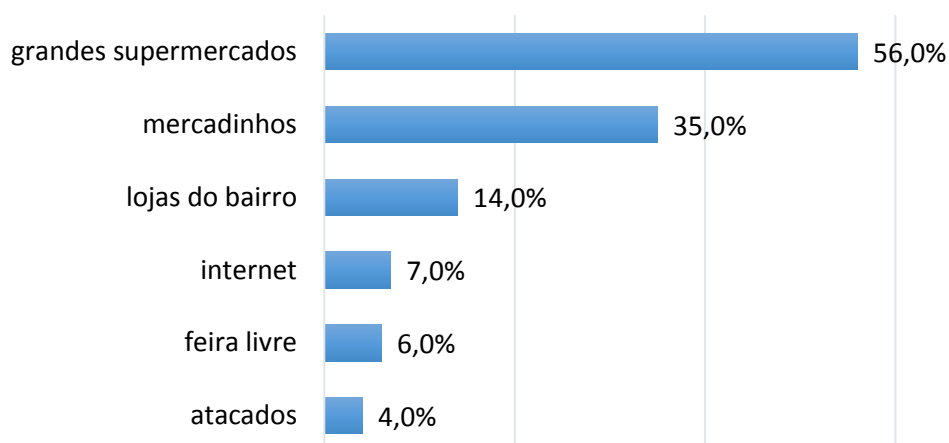
NEGÓCIOS	MOTIVOS DA INSATISFAÇÃO
• Academia de ginástica	- Estrutura física ruim; equipamentos velhos e obsoletos; profissionais desqualificados
• Açougue	- Falta de higiene, preço elevado, falta de qualidade do produto
• Clínica médica	- Atendimento, profissionais sem qualificação, poucos profissionais, estrutura física ruim
• Escola técnica profissionalizante	- Estrutura ruim, não funciona bem, falta variedade de cursos, poucas opções na cidade
• Farmácia	- Fecha cedo, não funciona 24 horas, sempre faltam medicamentos, preço elevado, poucas unidades no bairro
• Internet	- Não acesso para Internet a cabo, falta de investimento das empresas deste setor, não tem variedade
• Padaria	- Falta de qualidade, infraestrutura, falta variedade, atendimento
• Restaurante	- Espaço sem higiene e desorganizado; localização, não recebe cartão, poucas unidades na cidade
• Roupas e calçados	- Atendimento, falta de variedade, não recebe cartão, produto sem qualidade, preços elevados
• Salão de beleza	- Atendimento, profissionais sem qualificação
• Supermercados	- Desorganizado, falta de higiene, estacionamento, não recebe cartão, produtos fora da validade
• Transporte	- Frota reduzida, motoristas imprudentes,

COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR

- **Aquisição de produtos e serviços**

Os produtos e serviços consumidos no bairro são adquiridos em grandes supermercados (77,7%), mercadinhos (7,1%), feira livre (7,1%), atacados (6,3%) e lojas do bairro (1,8%). Os principais motivos para gastar o dinheiro nestes locais estão relacionados a proximidade de casa, ter preço, comodidade, receber cartão e ter variedade de produtos.

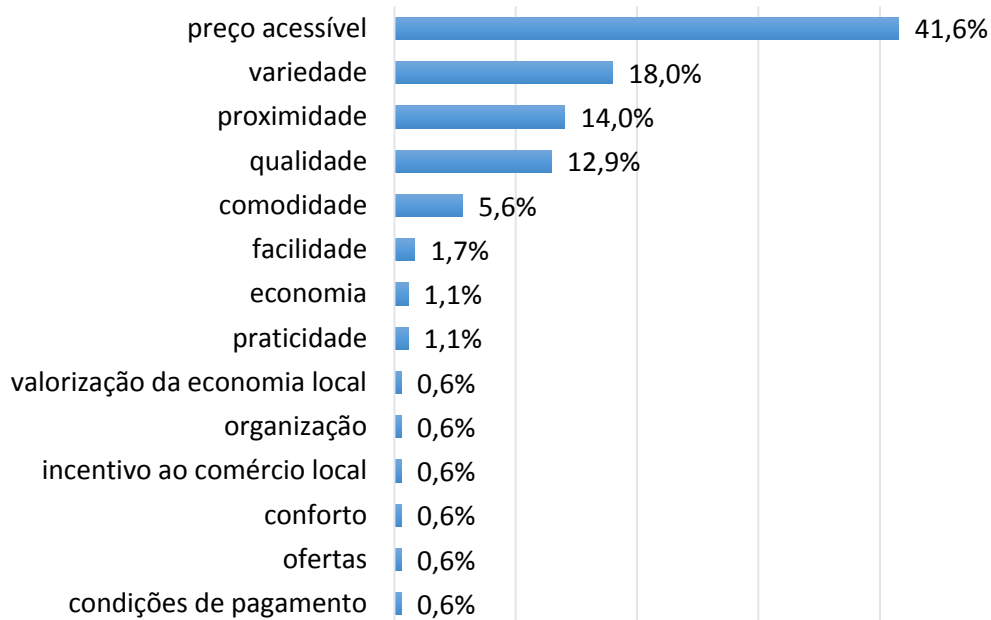
Gráfico 3 – Local onde compra produtos e serviços



O principal motivo para o consumidor gastar o dinheiro que possui nestes locais é o preço acessível para 41,6%. Tem-se ainda a variedade (17,98%), proximidade (14,0%) e qualidade (12,9%).

Outros motivos em menor percentuais são: comodidade (5,6%), facilidade (1,7%), economia (1,1%), praticidade (1,1%), valorização da economia local (0,6%), organização (0,6%), incentivo ao comércio local (0,6%), conforto (0,6%), ofertas (0,6%) e condições de pagamento (0,6%).

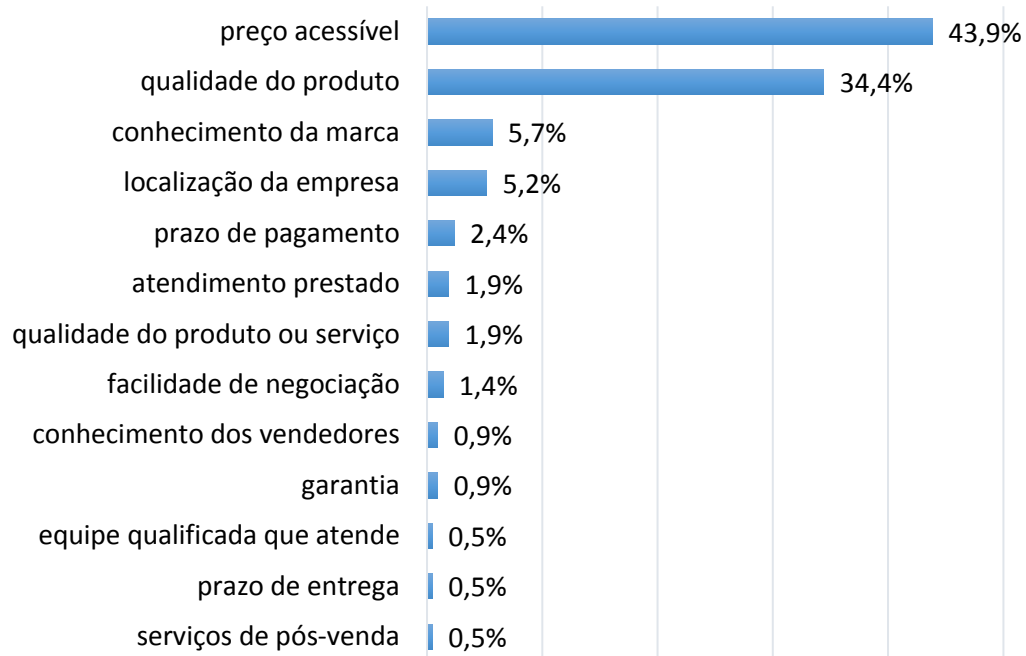
Gráfico 4 – O que leva a gastar o dinheiro que possui



- **Atributos para realização de compras**

O preço acessível (43,9%) e a qualidade do produto (34,4%) são os atributos de maior importância no momento da realização de compras para o consumidor. Outros pontos citados, porém, com menor frequência percentual são: conhecimento da marca (5,7%), localização da empresa (5,2%), prazo de pagamento (2,4%), atendimento prestado (1,9%), qualidade do produto ou serviço (1,9%), facilidade de negociação (1,4%), conhecimento dos vendedores (0,9%), garantia (0,9%), equipe qualificada que atende (0,5%), prazo de entrega (0,5%) e serviço pós-venda (0,5%).

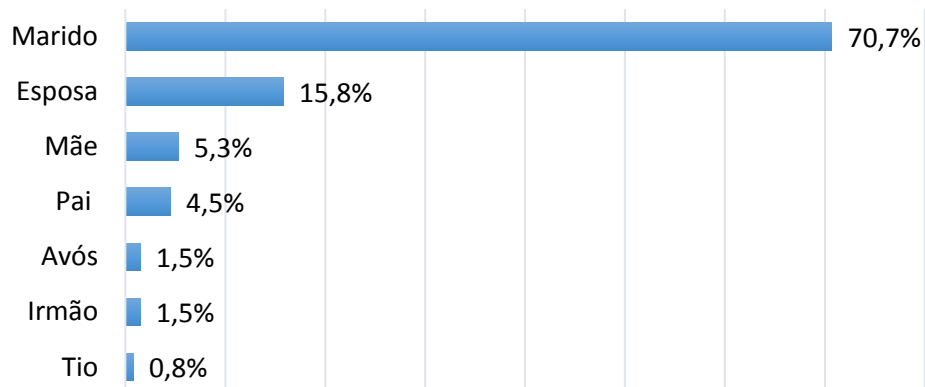
Gráfico 5 – Atributos de importância na hora de realizar a compra



- **Decisor sobre as compras**

A decisão sobre as compras na residência é do sexo masculino, na posição de marido (70,7%) e pai (4,5%), totalizando 75,2% das citações. As mulheres detêm apenas 21,1% das decisões residenciais de compra, seja nas posições de esposa (15,8%) ou mãe (5,3%).

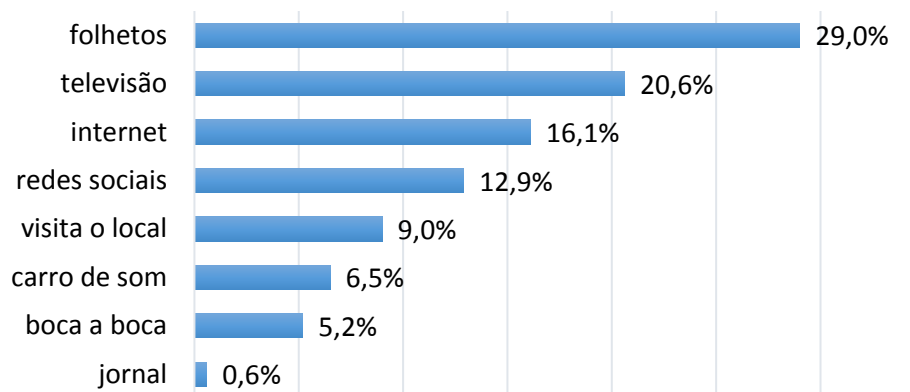
Gráfico 6 – Decisão sobre as compras na residência



- **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 (29,0%), televisão (20,6%), Internet (16,1%), redes sociais (12,9%), visita o local (9,0%), carro de som (6,5%), boca a boca (5,2%) e jornal (0,6%).

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

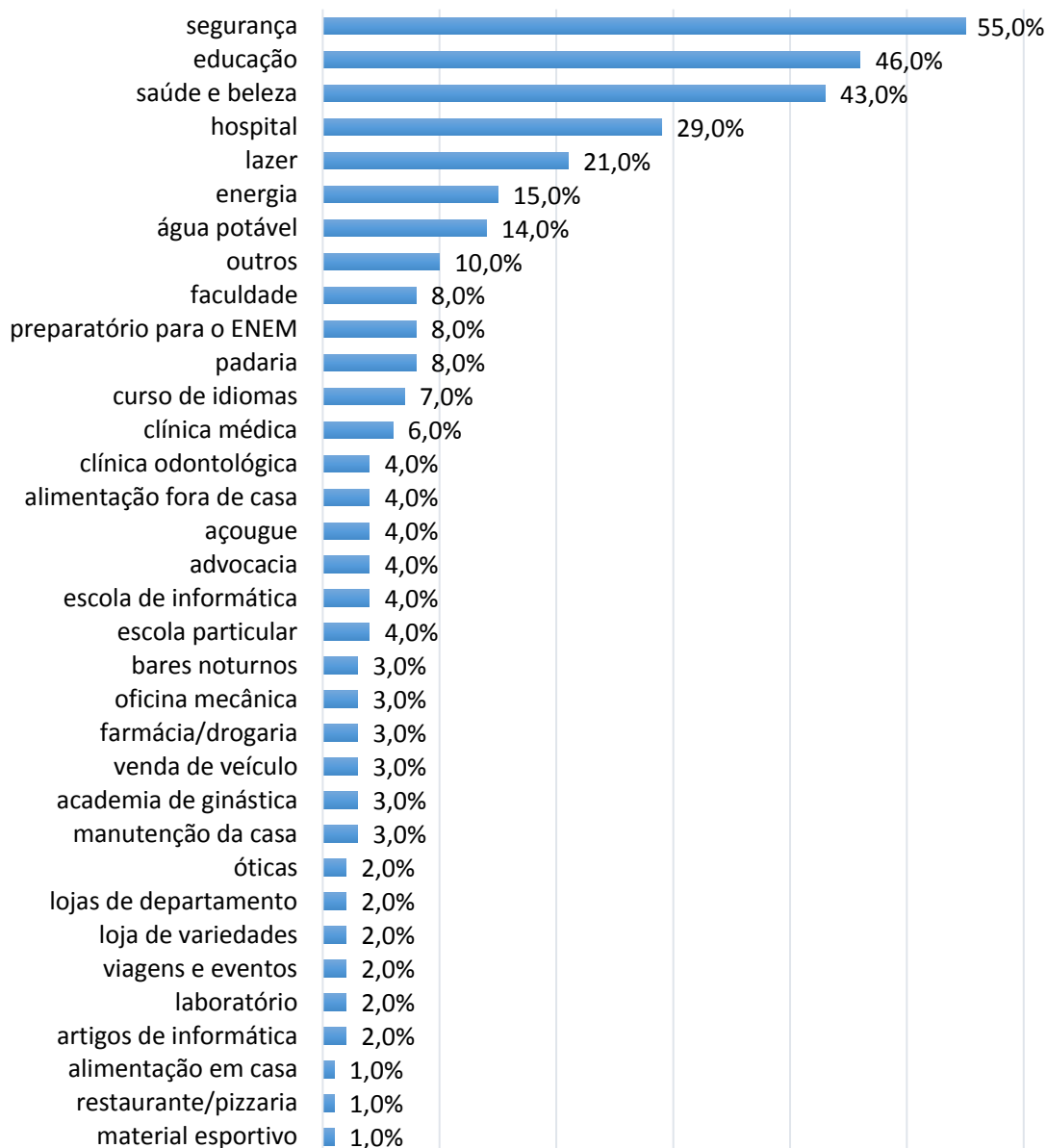


- **Utiliza e não está satisfeito**

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

- Segurança (55,0%);
- Educação (46,0%);
- Saúde e beleza (43,0%);
- Hospital (29,0%);
- Lazer (21,0%);
- Energia (15,0%).

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"> • Academia de ginástica 	- Maquinário e equipamentos novos, professores qualificados, localização, ambiente climatizado
<ul style="list-style-type: none"> • Açougue 	- Qualidade, ambiente limpo e organizado, variedade de carnes
<ul style="list-style-type: none"> • Bares noturnos 	- Segurança, qualidade, atendimento, cardápio variado
<ul style="list-style-type: none"> • Clínica médica 	- Diversas especialidades, exames diversos, funcionar 24 horas, pontualidade no atendimento
<ul style="list-style-type: none"> • Clínica odontológica 	- Preço popular, assistência, qualidade
<ul style="list-style-type: none"> • Curso preparatório para o ENEN 	- Flexibilidade de horários, professores qualificados
<ul style="list-style-type: none"> • Escola de futebol 	- Funcionar em tempo integral, ajudar a tirar os jovens das ruas
<ul style="list-style-type: none"> • Escola de idiomas 	- Qualidade do ensino, preço acessível
<ul style="list-style-type: none"> • Escola de informática 	- Funcionar em diversos horários, ter professores qualificados, preço acessível, honestidade
<ul style="list-style-type: none"> • Escola profissionalizante 	- Cursos para concursos, professores qualificados, variedade de cursos técnicos
<ul style="list-style-type: none"> • Farmácia 	- Funcionar 24 horas, serviço de entrega, preço acessível, variedade de medicamentos
<ul style="list-style-type: none"> • Internet 	- Empresas honestas, qualidade e velocidade
<ul style="list-style-type: none"> • Loja de informática 	- Preço acessível, variedade de produtos
<ul style="list-style-type: none"> • Padaria 	- Variedade, qualidade, ambiente limpo e organizado, itens de conveniência
<ul style="list-style-type: none"> • Quadras esportivas 	-Horário flexível, preço acessível, agendamento
<ul style="list-style-type: none"> • Restaurante 	- Atendimento, cardápio variado, comida regional, self service

OPORTUNIDADE DE NEGÓCIOS

NEGÓCIOS	DIFERENCIAL PARA FIDELIZAÇÃO
<ul style="list-style-type: none"> Roupas e calçados 	- Atendimento, opções de pagamento, peças variadas, produtos de marca
<ul style="list-style-type: none"> Segurança privada 	- Funcionar 24 horas, rondas no bairro, atendimento, profissionais qualificados
<ul style="list-style-type: none"> Supermercado 	- Atendimento, frutas e verduras frescas, serviço de entrega, quiosque para pagamento de contas, variedade, preço acessível
<ul style="list-style-type: none"> Universidade 	- Próximo de casa, qualidade de ensino, ofertar vários cursos, preço acessível

- Internet

Quanto ao uso da Internet, 90,0% acessam e 10,0% não utilizam. Os locais de acesso à Internet são em casa (56,7%), trabalho (41,1%) e no celular (2,1%).

Gráfico 9 – Acesso à Internet

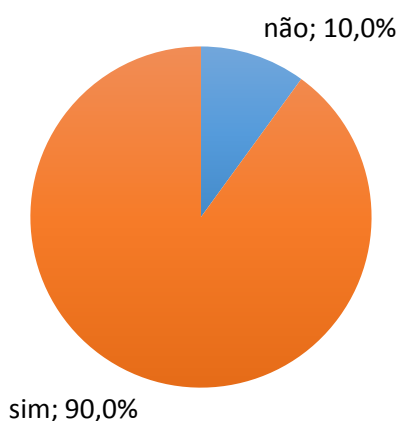
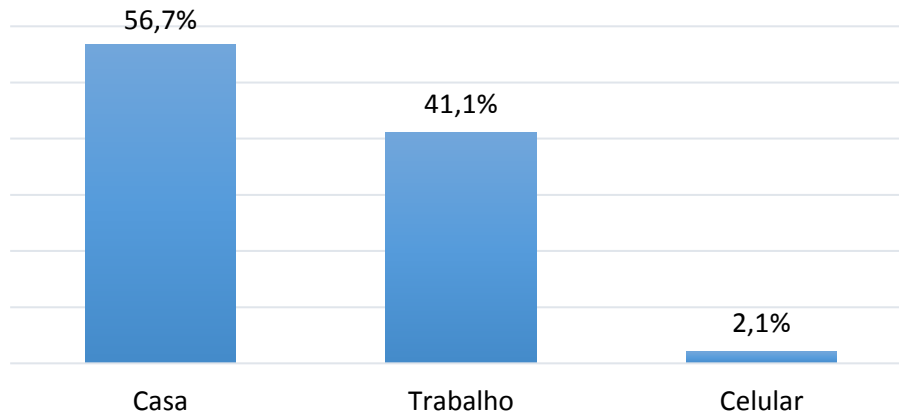
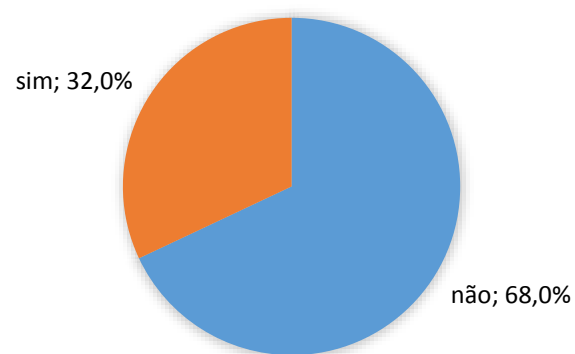


Gráfico 10 – Onde acessa a Internet



Quando questionados sobre a prática do e-commerce (compras online) 68,0% não realizam e 32,0% afirmaram que sim, realizam compras online.

Gráfico 11 – Realiza compras on line



- **Coleta seletiva**

No tocante a existência de coleta seletiva no bairro 3,2% citaram que existe coleta seletiva e 96,8% informaram que não existe.

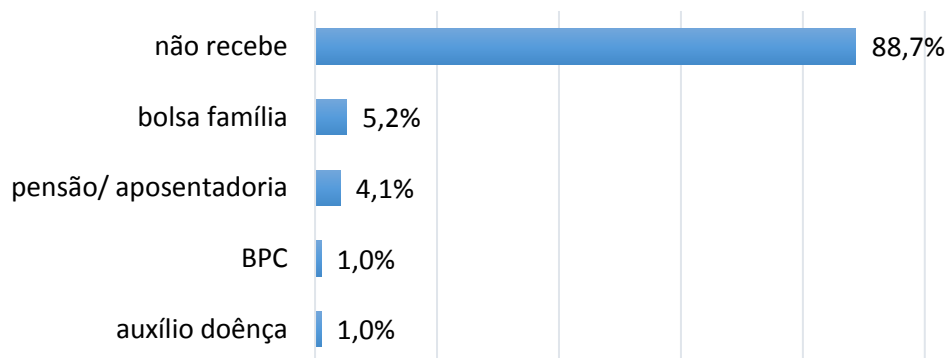
Gráfico 12 – Existência de coleta seletiva no bairro



- **Benefícios sociais**

Quanto ao recebimento de benefícios sociais verificou-se que 11,3% dos entrevistados recebem algum tipo de auxílio do governo, sendo: 5,2% refere-se ao programa bolsa família, 4,1% recebem pensão/aposentadoria, 1,0% BPC, 1,0% benefício auxílio doença. Não recebem nenhum tipo de auxílio 88,7% dos pesquisados.

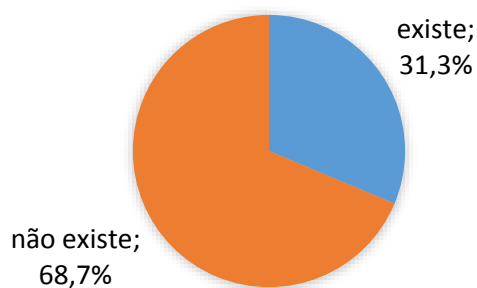
Gráfico 13 – Recebimento de auxílio do governo



- **Projetos sociais**

Sobre a existência de projetos sociais desenvolvidos no bairro 31,3% relataram existir, informando que são desenvolvidos pela prefeitura, Almir do Futsal, Projeto Fala Mais, vereadores do município e supermercado Nordesteão. 68,7% apontaram não existir.

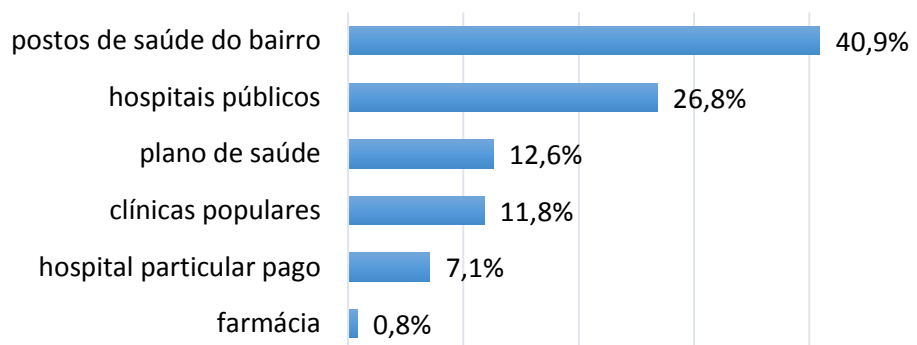
Gráfico 14 – Existência de projetos sociais no bairro



- **Serviços de saúde**

Quando há necessidade de ir ao médico 40,9% dos pesquisados buscam o atendimento do posto de saúde do bairro, 26,8% encaminham-se aos hospitais públicos, 12,6% utilizam o plano de saúde, 11,8% buscam as clínicas particulares, 7,1% procuram atendimento em hospital particular pago e 0,8% vão a farmácia.

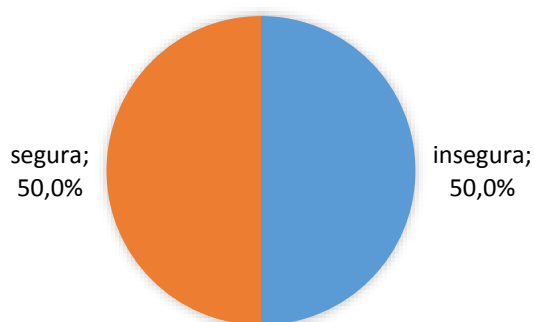
Gráfico 15 – Serviço de saúde que utiliza quando necessita ir ao médico



- **Moradia**

Com relação a moradia 71% citaram ser inseguras e 29% segura.

Gráfico 16 – Situação de moradia

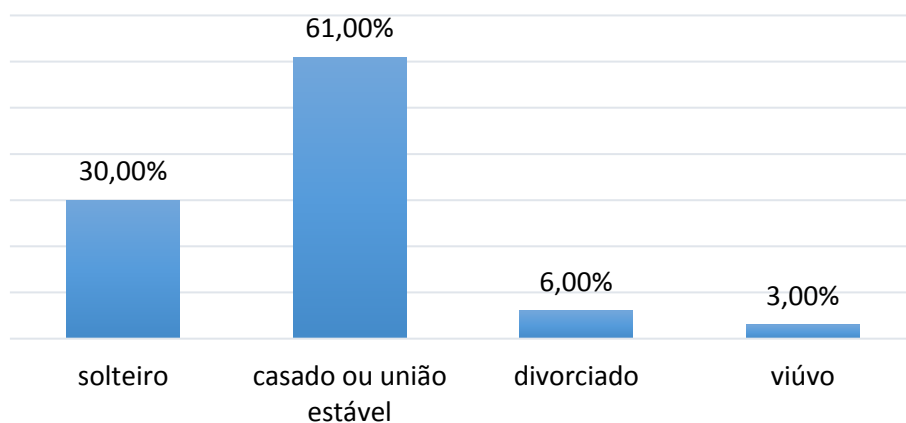


PERFIL DO ENTREVISTADO

- **Estado civil**

Com relação ao estado civil 61,0% são casados, 30,0% solteiros, 3,0% viúvos e 6,0% divorciados.

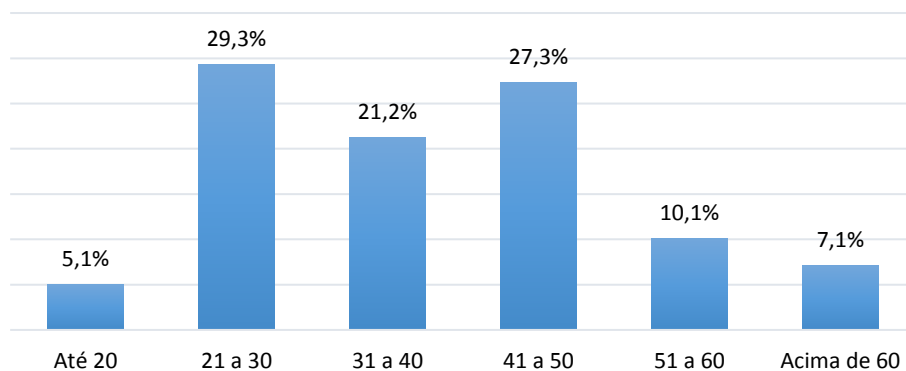
Gráfico 17 – Estado civil



- **Faixa etária**

No que se refere a faixa etária 29,3% dos pesquisados encontram-se no intervalo de 21 a 30 anos de idade e 27,3% no intervalo de 41 a 50 anos de idade, sendo estes os intervalos de maior frequência com idade média de 39 anos. Com relação aos demais entrevistados 5,1% têm até 20 anos; 21,2% estão na faixa de 31 a 40 anos; 10,41% entre 51 a 60 anos e 7,1% estão acima de 60 anos.

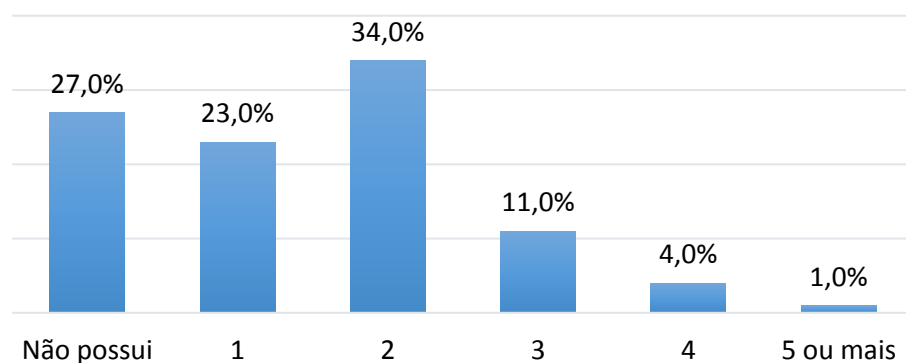
Gráfico 18 – Faixa Etária



- **Número de filhos**

Quanto ao número de filhos apurou-se que 27,0% não possuem filhos, 23,0% têm apenas um filho, 34,0% dois filhos, 11,0% três filhos, 4,0% quatro filhos e 1,0% cinco ou mais filhos. O número médio é de aproximadamente 2 filhos.

Gráfico 19 – Número de filhos

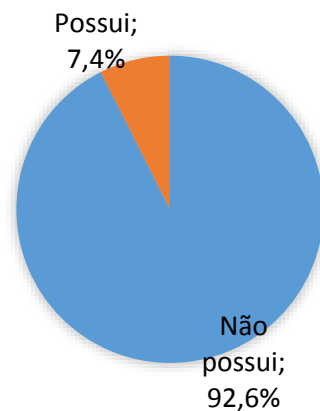


Obs.: Situação escolar = Todos os filhos estão na escola

- **Portador de necessidade especial**

Do total de entrevistados, 7,4% mencionaram ter pessoas com necessidades especiais em sua residência, totalizando apenas 1 (um) indivíduo para todos os casos.

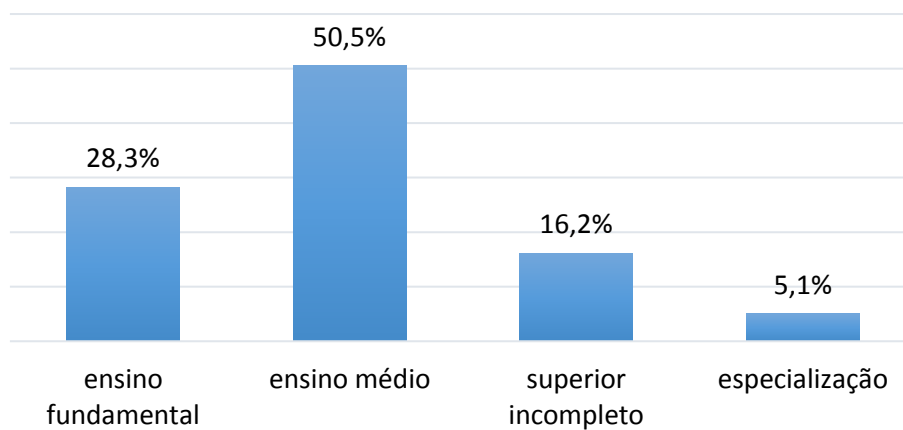
Gráfico 20– Pessoas com necessidades especiais



- **Grau de Instrução**

O nível de escolaridade com maior frequência foi o ensino médio para 50,5% dos pesquisados, seguidos pelo ensino fundamental com percentual de 28,3%. 16,2% têm o ensino superior incompleto e 5,1% têm especialização.

Gráfico 21 – Grau de escolaridade



Segundo os entrevistados, 65,8% têm pessoas na família estudando, indo do ensino fundamental ao ensino superior, enquanto que 34,3% não estudam.

Do percentual que relatou estar estudando: 36,1% estão em escola particular, 15,0% em municipal e 14,6% em escola estadual.

Gráfico 22 – Existência de pessoas na residência frequentando escola

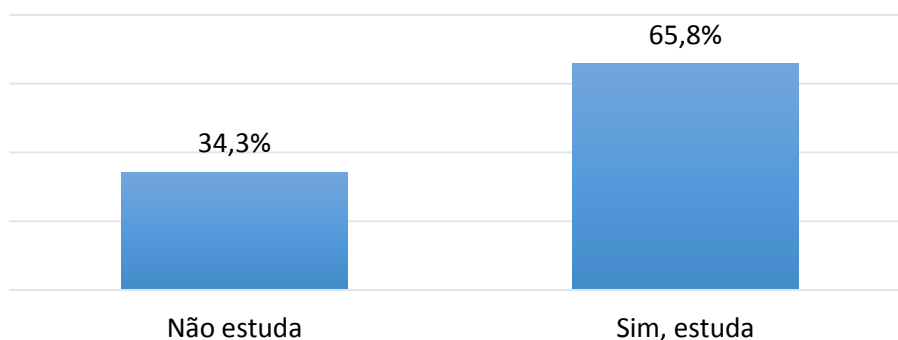
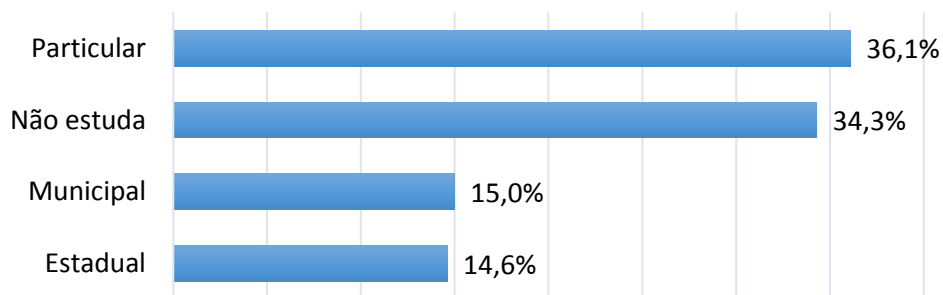


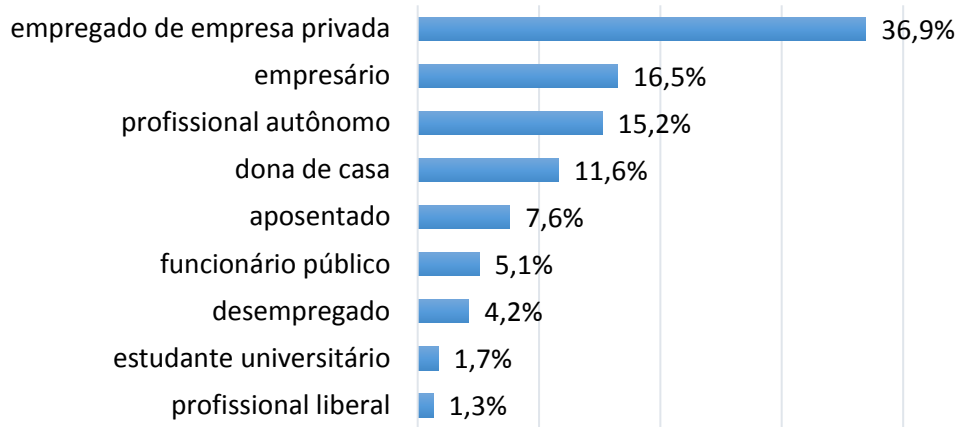
Gráfico 23 – Tipo de escola que estuda



- **Ocupação**

As principais ocupações estão relacionadas a empregado de empresa privada (36,9%), empresário (16,5%), profissional autônomo (15,2%) e dona de casa (11,6%) totalizando 80,2% dos entrevistados. As demais ocupações em menor percentual são: aposentado (7,6%), funcionário público (5,1%), desempregado (4,2%), estudante universitário (1,7%) e profissional liberal (1,3%).

Gráfico 24 – Ocupação atual



- **Renda**

No que se refere a renda 59,4% ganham até 1 salário mínimo, 33,3% entre 2 a 4 salários mínimos e 7,3% entre 4 a 10 salários mínimos.

Gráfico 25 - Renda

