

## **“Velha Ribeira de Guerra”:**

### **Perfil, hábitos e expectativas de seus frequentadores**

Trabalho realizado por:

**SEBRAE/RN – ESTUDOS E PESQUISAS**

**Natal/RN  
Agosto/2011**

**Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas do Rio Grande do Norte**

SEBRAE/RN – Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas do RN

Avenida Lima e Silva, 76, Lagoa Nova – CEP 59075-970 – Natal/RN

Fone: (84) 3616-7900/0800-570-0800

**Presidente do Conselho Deliberativo**

Sílvio de Araújo Bezerra

**Diretor Superintendente**

José Ferreira de Melo Neto

**Diretor de Administração e Finanças**

Lázaro Mangabeira de Góis Dantas

**Diretor Técnico**

João Hélio Costa da Cunha Júnior

**Gerente da Unidade de Gestão Estratégica**

Gilvanise Borba Maia

**Gestor da área de Estudos e Pesquisas**

Paulo Ricardo Cosme Bezerra

**Pesquisadores**

Magno Elias de S. Guimarães

Josiel Soares da Costa

**Estagiários**

Clara Daliane Silva da Costa

Itassuan Wagner Dantas Primitivo

Marcos Vinícius Souza de Andrade

Werton José Cabral Rodrigues Filho

## SUMÁRIO

Objetivos .....	04
Metodologia .....	04
Resumo .....	05
1. Perfil dos entrevistados .....	06
2. Frequência do bairro .....	16
3. Serviços utilizados .....	18
4. Aspectos urbanos .....	22
5. Avaliação do bairro .....	25
6. Expectativas e visão de futuro .....	28
7. Decisão de compra e busca de informações .....	32
8. Entidade de classe .....	34

## OBJETIVOS

- Identificar o perfil dos freqüentadores do bairro;
- Identificar os hábitos de freqüência ao bairro;
- Mapear os serviços utilizados no bairro;
- Identificar novas oportunidades de negócios para o bairro;
- Avaliar a percepção dos freqüentadores quanto aos aspectos urbanos;
- Identificar pontos positivos, negativos e sugestões de melhorias para o bairro;
- Analisar as expectativas dos frequentadores e percepção de futuro;
- Quantificar o percentual de freqüentadores que tem conhecimento do Projeto Ribeira Competitiva.

## METODOLOGIA DA PESQUISA

A atividade de coordenação de campo foi realizada pela área de estudos e pesquisas do SEBRAE/RN, sendo os pesquisadores treinados e identificados no momento da pesquisa.

A pesquisa de campo ocorreu no período de 11 a 29 de Julho de 2011, nos turnos da manhã, tarde e noite, por meio da aplicação direta de questionário, desenvolvido especificamente para atender aos objetivos da pesquisa.

Foram entrevistados 400 freqüentadores do bairro, só realizando a aplicação do questionário quando o entrevistado informou estar realizando algum tipo de atividade no bairro no momento da pesquisa.

Para tabulação dos dados, confecção de gráficos e tabelas utilizou-se o software *statistica* (versão 8.0) e feito posterior análise das informações.

## RESUMO

Este relatório apresenta o perfil, hábitos e expectativas dos frequentadores do bairro da Ribeira.

64,30% dos frequentadores são do homens. A faixa etária compreendendo o intervalo de 16 anos de idade, até indivíduos acima de 55 anos de idade e a escolaridade predominante é o ensino médio completo para 45,45% e a renda pessoal equivale a até R\$1.000,00 para 51,96% dos entrevistados.

O tipo de ocupação é bem variado, há funcionário público (11,76%), profissional autônomo (7,42%), vendedor (5,37%), aposentados (5,37%), auxiliar administrativo (3,84%), motorista (3,32%), auxiliar de serviços gerais (2,81%), mecânico (2,56%), empresário (2,56%), entre outros.

Natal é o município de residência que predomina com maior percentual. Dos residentes em Natal, os bairros de maior frequência são Rocas, Alecrim, Quintas, Potengi e lagoa Nova.

O ônibus é o principal meio de transporte utilizado para chegar ao bairro, sendo utilizado por 57,92% dos frequentadores. Outros meios de transporte citados são: carro (25,19%), motocicleta (9,49%), trem (0,78%) e bicicleta (0,27%).

Os serviços públicos é a principal atividade utilizada no bairro por 89,37% dos frequentadores, seguidos por restaurantes (17,72%), bares/casas noturnas (17,47%) e teatros/shows (10,89%).

Os preços são avaliados como “normal” para 84,65% dos frequentadores e o gasto médio por pessoa atinge o valor de R\$ 400,00.

As oportunidades de negócios identificadas para o bairro são supermercados, restaurantes, farmácias, loja de roupas, shopping e loja de conveniência.

Os aspectos urbanos quanto avaliados como “ótimo” e “bom” obtiveram os seguintes percentuais: sinalização urbana (41,11%), terminal rodoviário (35,57%), iluminação pública (30,57%), urbanização nas áreas turísticas (24,03%), limpeza pública (19,34%), segurança nas áreas turísticas (18,47%), estacionamento (18,21%), segurança pública (15,01%).

Os principais pontos negativos do bairro são segurança, estacionamento e limpeza e os pontos positivos são os serviços públicos, facilidade de acesso, a história do bairro, o teatro e os prédios antigos. As principais sugestões de melhorias citadas foram fortalecer a segurança, revitalizar o bairro, criar um estacionamento, melhorar a limpeza e maior atenção do poder público.

Para o ano de 2012 as perspectivas são de que será um ano promissor para 61,94% dos entrevistados e a satisfação com a vida também é positiva para 90,33% deste público.

Em relação ao mercado de trabalho 56,12% não têm medo do desemprego, sentindo-se seguro e a situação financeira quando comparada aos últimos três meses melhorou para 31,56% dos consumidores. Comprar mais é a intenção de 37,02% dos entrevistados.

Com relação a inflação 64,87% dos entrevistados acham que ela tende a aumentar nos próximos seis meses, assim como o desemprego, sendo citado por outros 56,01%.

Com relação a renda das pessoas em geral, 49,87% dos entrevistados informaram que tende a manter-se igual e 52,58% citam que sua renda pessoal tende também a manter-se inalterada.

Na hora de adquirir um produto ou serviço é observado a qualidade do produto (18,7%), o preço (13,1%); o atendimento (12,11%); a garantia (11,62%) e os prazos de entrega (10,36%).

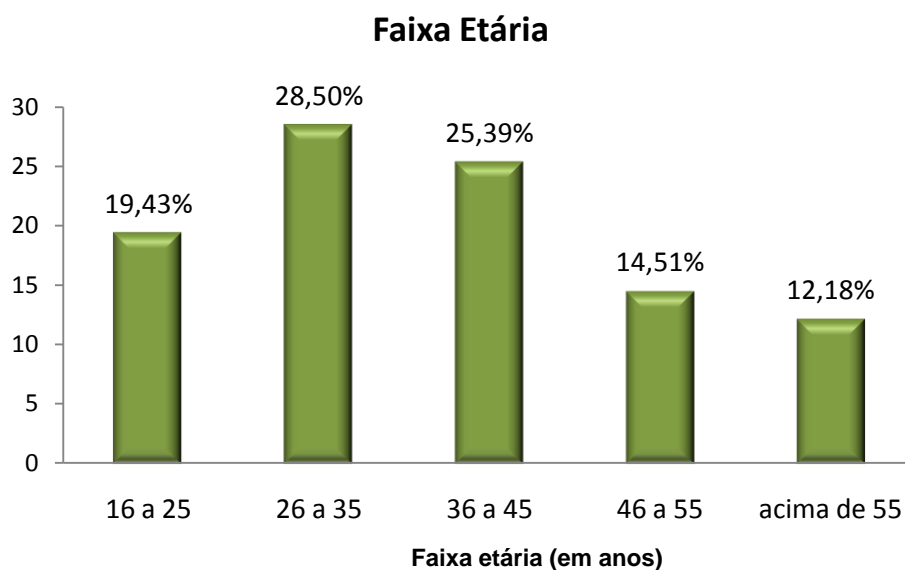
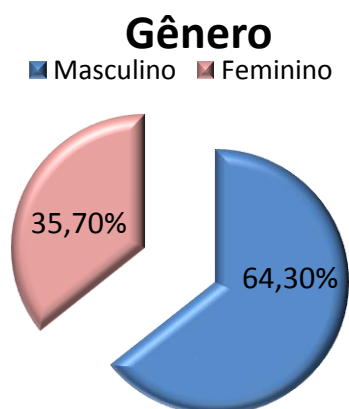
A televisão é o principal meio de comunicação utilizado para obter informações sobre a divulgação de produtos e/ou serviços, sendo citado por 71,54% dos entrevistados, seguidos por outros meios de comunicação: mídias sociais (10,08%) e o jornal (9,57%).

## RESULTADOS

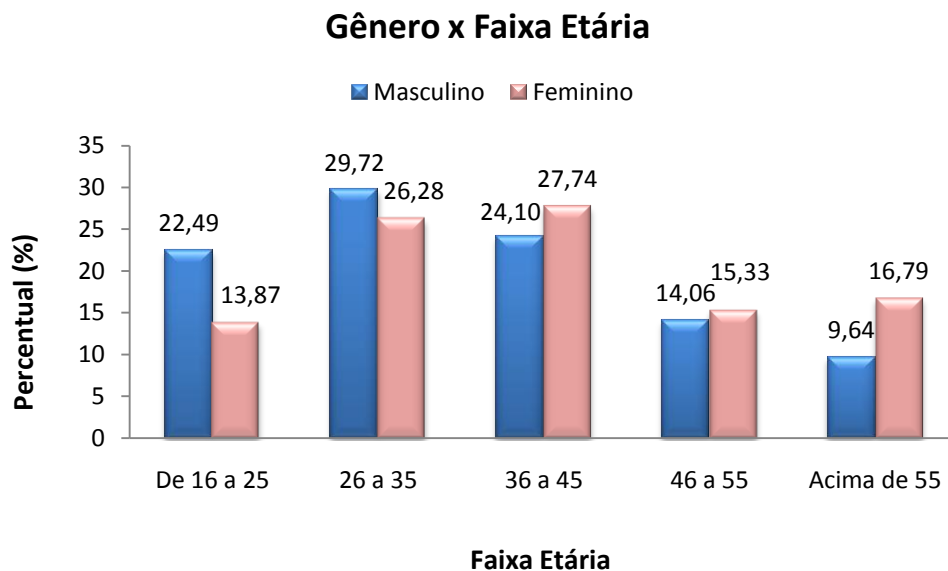
### 1. PERFIL DOS FREQUENTADORES

Com relação ao gênero predomina o sexo masculino, representando um percentual de 64,30%.

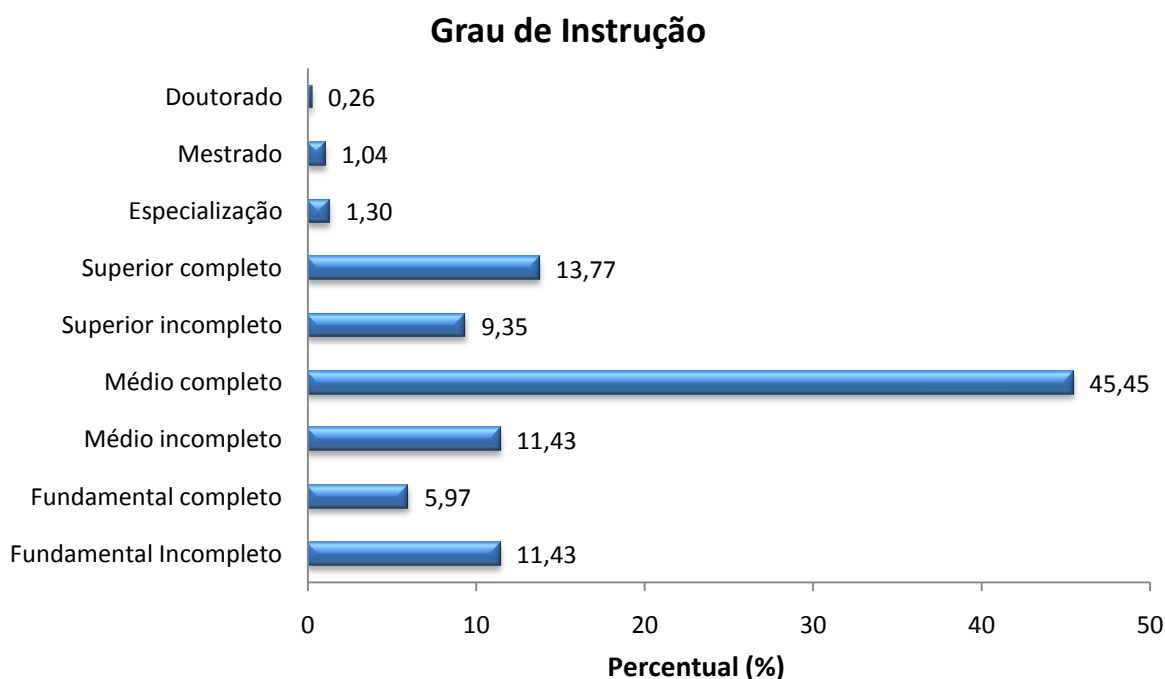
A faixa etária é bem distribuída, compreendendo o intervalo de 16 anos de idade, até pessoas acima dos 55 anos de idade. A principal frequência está no intervalo de 26 a 35 anos de idade (28,50%), seguido pelo intervalo de 36 a 45 anos de idade (25,39%), totalizando 53,89% do público frequentador do bairro.



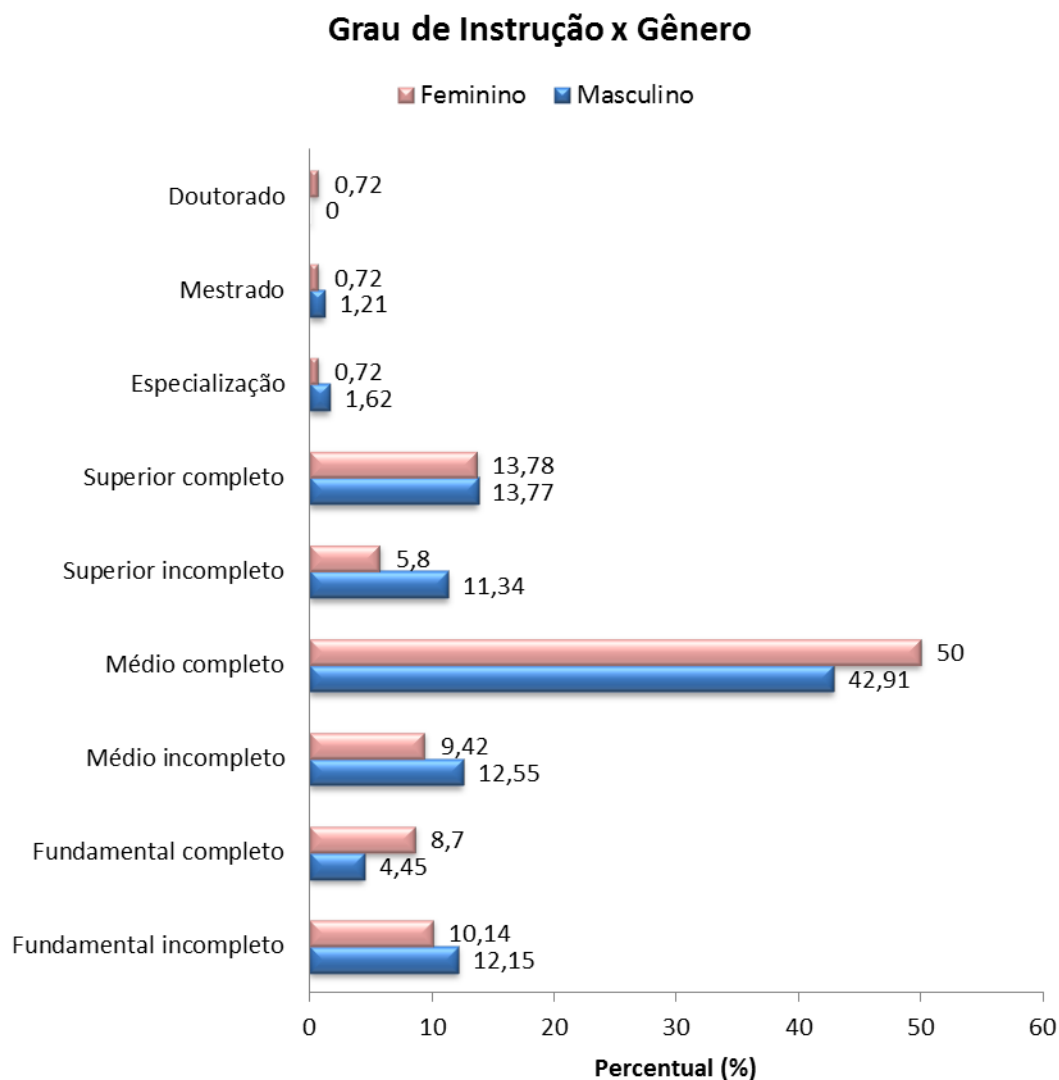
O gráfico que segue apresenta a distribuição do gênero por faixa etária. O gênero masculino ocorre com maior frequência percentual no intervalo de 16 a 35 anos de idade, enquanto que o gênero feminino ocorre com maior frequência a partir dos 36 anos de idade.



Quanto ao grau de escolaridade verifica-se perfis de todos os níveis, indo do ensino fundamental a pós-graduação. A maior frequência é do ensino médio completo com percentual de 45,45%.

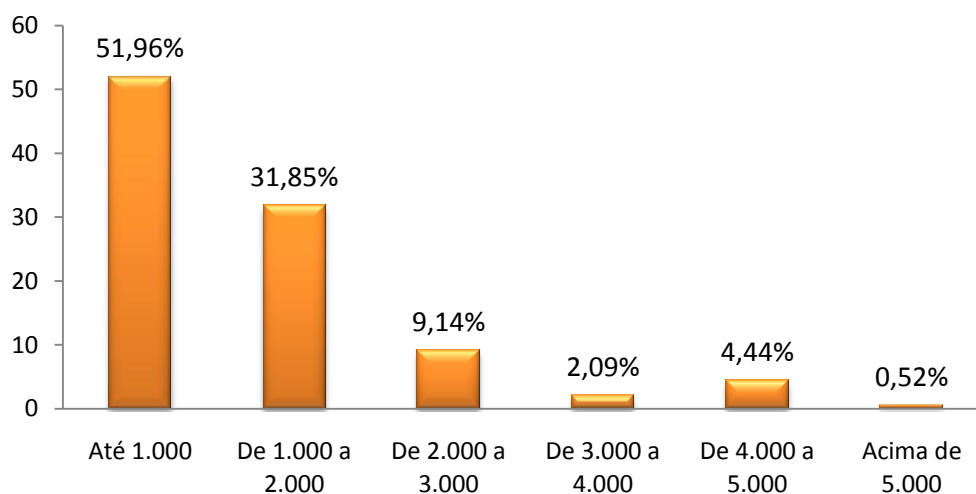


Analisando o grau de instrução com o gênero é verificado similaridade nos percentuais tanto para o gênero masculino como para o feminino. Há maiores diferenças percentuais para o ensino médio completo, onde o gênero feminino tem 7,09 pontos percentuais a mais para o gênero masculino e no ensino superior incompleto o gênero masculino ocorre em maioria 5,54 pontos percentuais.

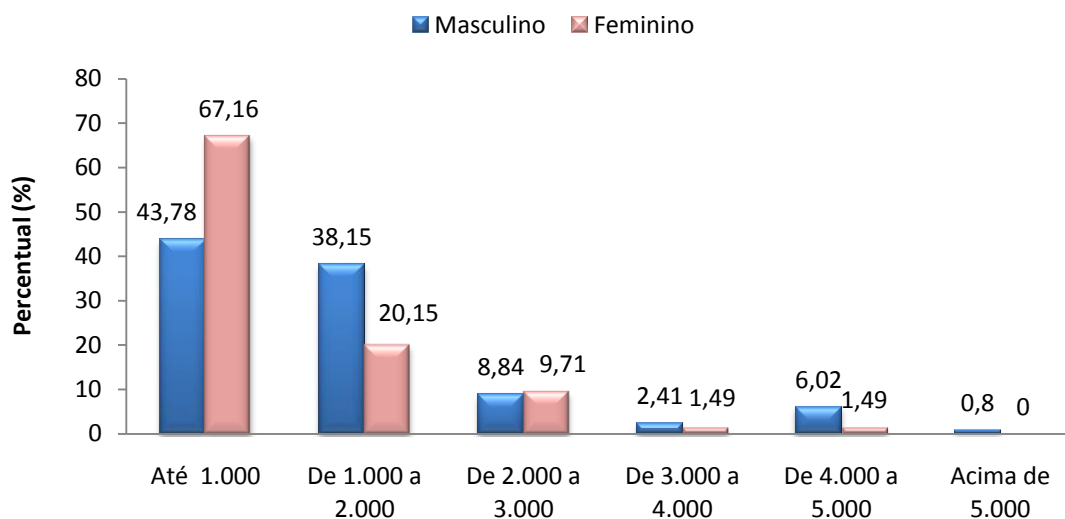


Quanto à renda pessoal dos frequentadores do bairro, 51,96% ganham até R\$1.000,00, conforme gráfico a seguir. Realizando o cruzamento da renda pessoal com o gênero o grupo feminino possui maior percentual de renda de até R\$ 1.000,00 (67,16% contra 43,78% do gênero masculino).

### Renda Pessoal (R\$ 1,00)



### Gênero x Renda (R\$ 1,00)



O tipo de ocupação é variado no público entrevistado. Há atividades de nível médio a nível superior. As principais ocupações observadas foram: funcionário público (11,76%), profissional autônomo (7,42%), vendedor (5,37%), aposentado (5,37%), auxiliar administrativo (3,84%), motorista (3,32%), auxiliar de serviços gerais (2,81%), mecânico (2,56%), empresário (2,56%), professor (2,30%) e cabeleireiro (2,30%).

### Principais tipos de ocupação

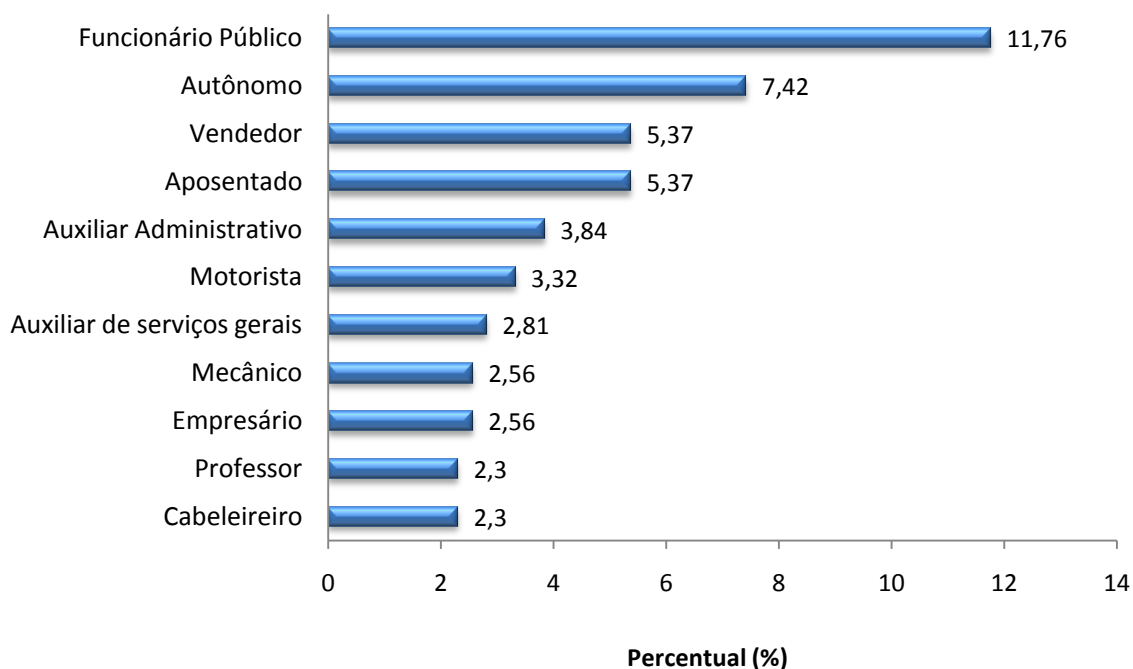


Tabela 1 – Tipo de ocupação dos frequentadores do bairro

Tipo de ocupação	Frequência	Percentual (%)
Funcionário Público	46	11,76
Autônomo	29	7,42
Aposentado	21	5,37
Vendedor	21	5,37
Auxiliar Administrativo	15	3,84
Motorista	13	3,32
Auxiliar de serviços gerais	11	2,81
Empresário	10	2,56
Mecânico	10	2,56
Cabeleireiro	9	2,30
Professor	9	2,30
Desempregado	7	1,79
Estagiário	7	1,79
Operadora de caixa	7	1,79
Estudante	6	1,53
Secretária	6	1,53
Contador	5	1,28
Cozinheiro	5	1,28
Doméstica	5	1,28
Dona de casa	5	1,28

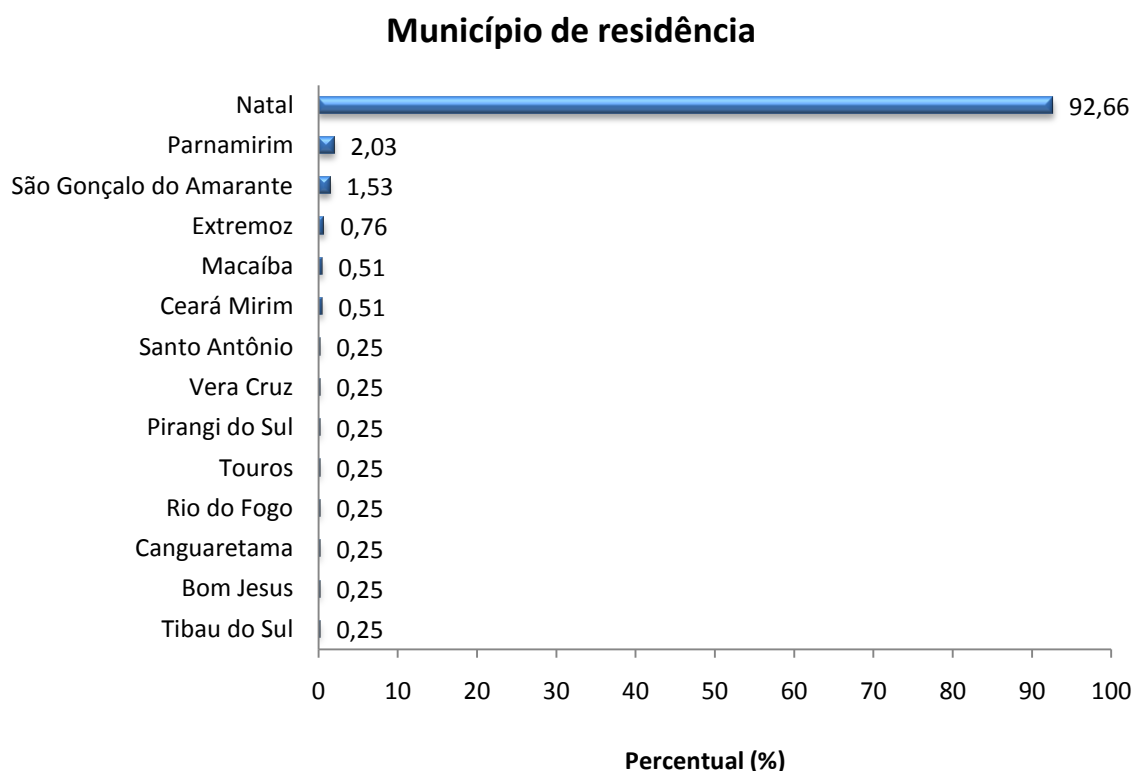
Cont. tabela 1 – Tipo de ocupação dos frequentadores do bairro

Tipo de ocupação	Frequência	Percentual (%)
Pedreiro	5	1,28
Vigilante	5	1,28
Auxiliar de cozinha	4	1,02
Auxiliar de enfermagem	4	1,02
Auxiliar de produção	4	1,02
Camareira	4	1,02
Cobrador de ônibus/van	4	1,02
Engenheiro	4	1,02
Gerente	4	1,02
Pescador	4	1,02
Eletricista	3	0,77
Estoquista	3	0,77
Feirante	3	0,77
Frentista	3	0,77
Recepcionista	3	0,77
Técnico em informática	3	0,77
Técnicos em construção civil	3	0,77
Administrador	2	0,51
Advogado	2	0,51
Almoxarife	2	0,51
Atendente	2	0,51
Auxiliar de contabilidade	2	0,51
Consultor de empresas	2	0,51
Corretor de imóveis	2	0,51
Costureira	2	0,51
Editor de imagens	2	0,51
Flanelinha	2	0,51
Gari	2	0,51
Operadora de telemarketing	2	0,51
Policial	2	0,51
Programador	2	0,51
Segurança	2	0,51
Técnico de enfermagem	2	0,51
Açougueiro	1	0,26
Agente de crédito	1	0,26
Agente de saúde	1	0,26
Agente de trânsito	1	0,26
Agente de Vigilância	1	0,26
Agente funerário	1	0,26
Ambulante	1	0,26
Armador	1	0,26

Cont. tabela 1 – Tipo de ocupação dos frequentadores do bairro

Tipo de ocupação	Frequência	Percentual (%)
Artista - professor de dança	1	0,26
Arquivista	1	0,26
Assistente de vendas	1	0,26
Ator	1	0,26
Auxiliar técnico	1	0,26
Biólogo	1	0,26
Borracheiro	1	0,26
Comerciário	1	0,26
Encanador	1	0,26
Encarregado do estoque	1	0,26
Enfermeiro	1	0,26
Esteticista	1	0,26
Estilista	1	0,26
Farmacêutico	1	0,26
Geólogo	1	0,26
Gestão ambiental	1	0,26
Gráfico	1	0,26
Jornalista	1	0,26
Manicura	1	0,26
Mensageiro	1	0,26
Músico	1	0,26
Nutricionista	1	0,26
Operador de viagens	1	0,26
Oral designer	1	0,26
Padeiro	1	0,26
Paginadora	1	0,26
Pedagoga	1	0,26
Pedagogo	1	0,26
Pintor	1	0,26
Projetista	1	0,26
Promotor de eventos	1	0,26
Psicólogo	1	0,26
Publicitário	1	0,26
Serigrafista	1	0,26
Sociólogo	1	0,26
Soldador	1	0,26
Sucateira	1	0,26
Taxista	1	0,26
Técnico de futebol	1	0,26
Técnico em laboratório	1	0,26
Turismólogo	1	0,26

Natal é o município de residência dos frequentadores do bairro quase em sua totalidade. Outros municípios observados, em pequeno percentual foram Bom Jesus, Canguaretama, Ceará-Mirim, Extremoz, Macaíba, Parnamirim, Pirangi do Sul, Rio do Fogo, Santo Antônio, São Gonçalo do Amarante, Tibau do Sul, Touros e Vera Cruz.



Do público residente em Natal, os bairros de maior frequência são Rocas (17,03%), Alecrim (6,59%), Quintas (4,95%), Potengi (4,67%) e lagoa Nova (3,85%). Existem, conforme tabela 2, há frequentadores de quase todos os bairros de Natal.

Tabela 2 - Bairro onde reside em Natal.

Bairro	Frequência	Percentual (%)
Rocas	62	17,03
Alecrim	24	6,59
Quintas	18	4,95
Potengi	17	4,67
Lagoa Nova	14	3,85

Cont. tabela 2 - Bairro onde reside em Natal

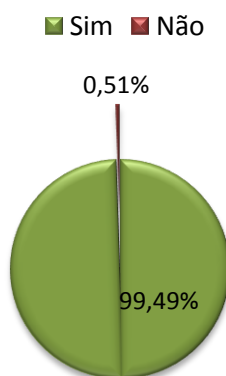
Bairro	Frequência	Percentual (%)
Felipe Camarão	12	3,30
Igapó	12	3,30
Nova Parnamirim	12	3,30
Santos Reis	12	3,30
Pajuçara	11	3,02
Pitimbu	11	3,02
Parque dos Coqueiros	9	2,47
Praia do Meio	9	2,47
Candelária	8	2,20
Mãe Luiza	8	2,20
Petrópolis	8	2,20
Ponta Negra	8	2,20
Cidade Alta	7	1,92
Neópolis	7	1,92
Nova Natal	7	1,92
Parque das Dunas	7	1,92
Planalto	7	1,92
Ribeira	7	1,92
Dix-Sept Rosado	6	1,65
Nova Descoberta	6	1,65
Redinha	6	1,65
Amarante	5	1,37
Bom Pastor	5	1,37
Cidade Nova	4	1,10
Capim Macio	3	0,82
Cidade da Esperança	3	0,82
Cidade Verde	3	0,82
Nossa Senhora da Apresentação	3	0,82
Tirol	3	0,82
Barro Vermelho	2	0,55
Gramoré	2	0,55
Guarapes	2	0,55
Lagoa Seca	2	0,55
Nazaré	2	0,55
Nordeste	2	0,55
Pirangi	2	0,55
Santarém	2	0,55
Vale Dourado	2	0,55
Areia Preta	1	0,27
Lagoa Azul	1	0,27
<b>Total</b>	<b>364</b>	<b>100,00</b>

## 2. FREQUÊNCIA AO BAIRRO

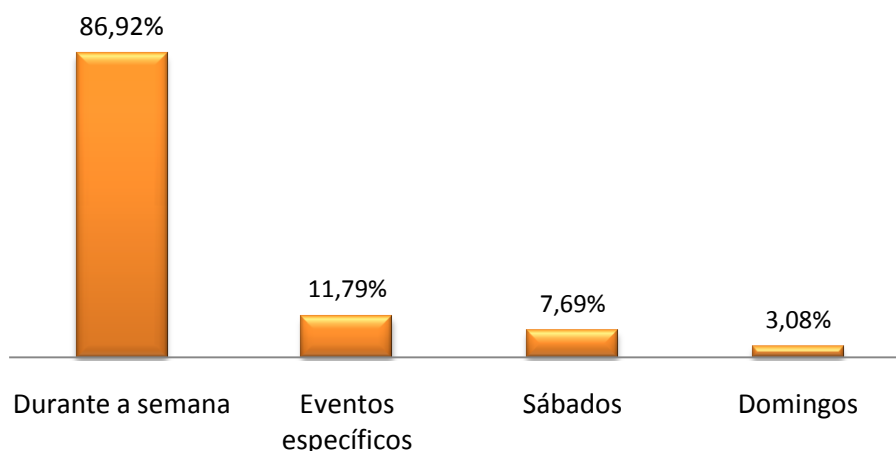
99,49% do público entrevistado têm o hábito de frequentar o bairro da Ribeira. Quanto ao período de frequência, 86,92% frequentam durante a semana, 11,79% frequentam apenas em eventos específicos, 7,69% frequentam somente aos sábados e 3,08% frequentam somente aos domingos. Durante a semana os dias de maior frequência são segunda-feira e sexta-feira.

O horário da manhã é o de maior frequência, sendo relatado por 54,42% dos frequentadores. 24,93% frequentam à tarde, 16,09% no horário da noite e 4,56% frequentam o bairro nos horários da manhã e tarde.

### Hábito de frequentar o bairro

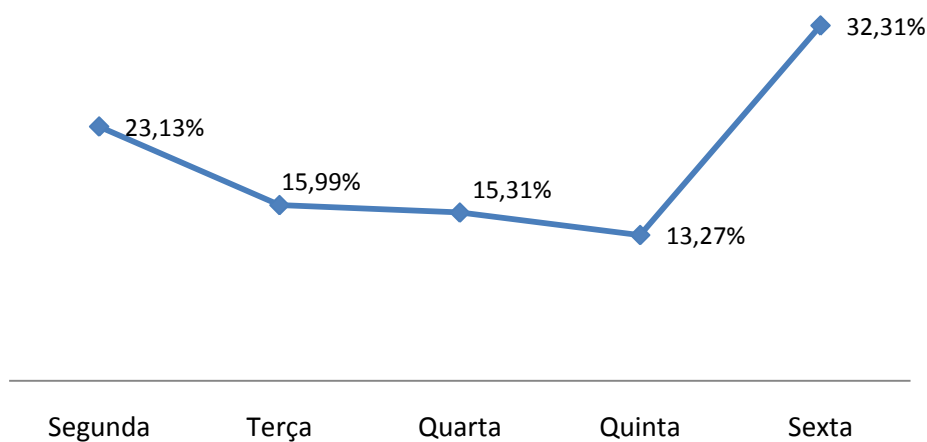


### Período de frequência

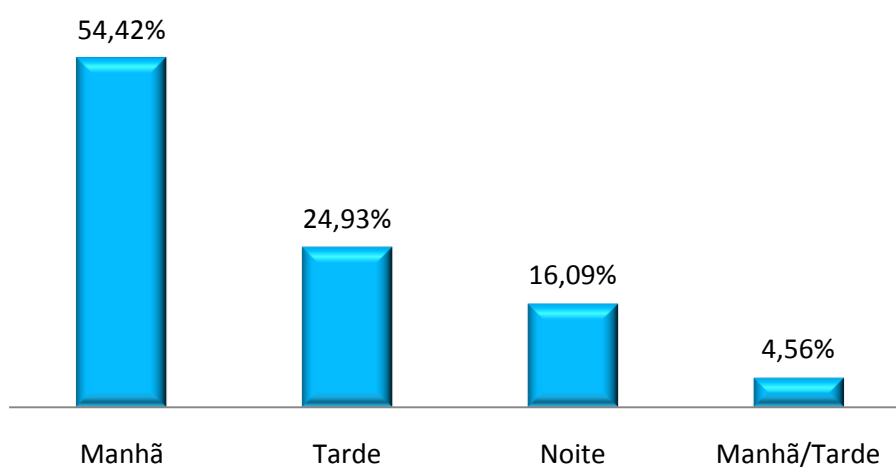


Esta questão admite múltipla resposta.

### Frequência semanal



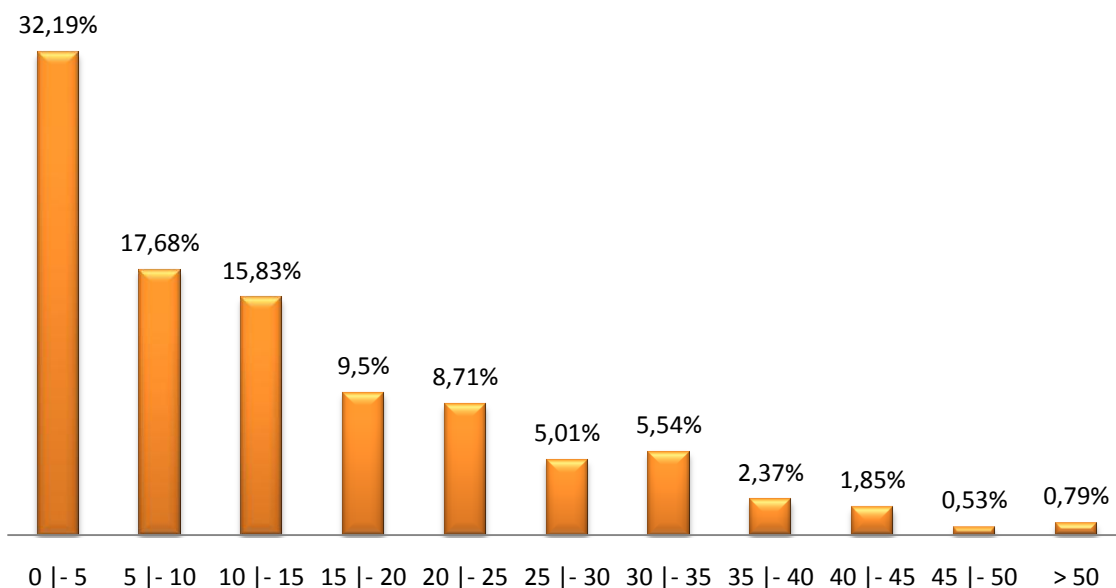
### Horário de frequência



O gráfico que segue apresenta o tempo (em anos) que se frequenta o bairro agrupado em intervalos de 5 anos.

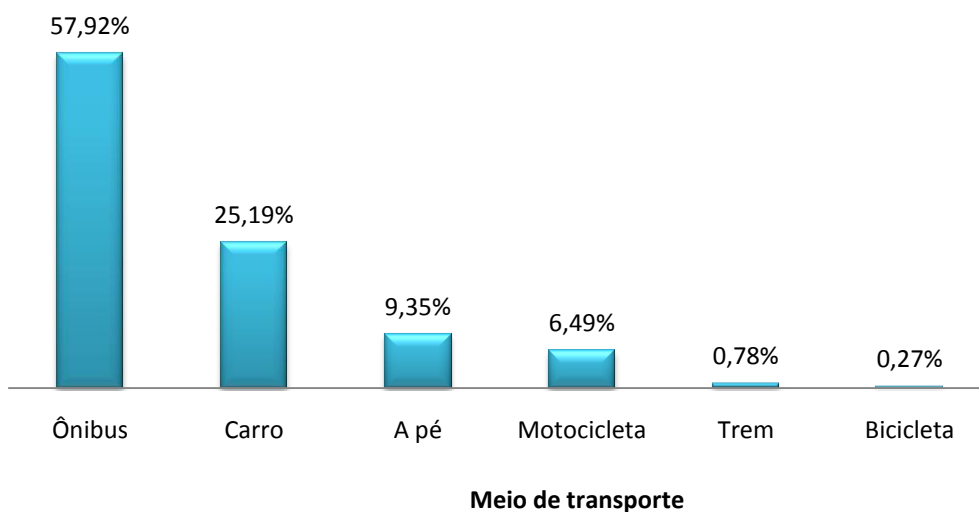
A maior frequência percentual de público no bairro encontra-se no intervalo de até 5 anos, com percentual de 32,19%. Ao longo do tempo os percentuais decrescem, apresentando público que chega a frequentar o bairro a mais de 50 anos, com pequeno percentual de 0,79%.

### Tempo (em anos) que frequenta o bairro



O ônibus é o principal meio de transporte utilizado para chegar ao bairro, sendo utilizado por 57,92% dos frequentadores. Outros meios de transporte citados foram o carro (25,19%), motocicleta (9,49%), trem (0,78%) e bicicleta (0,27%). 9,35% dos frequentadores vão a pé até a Ribeira.

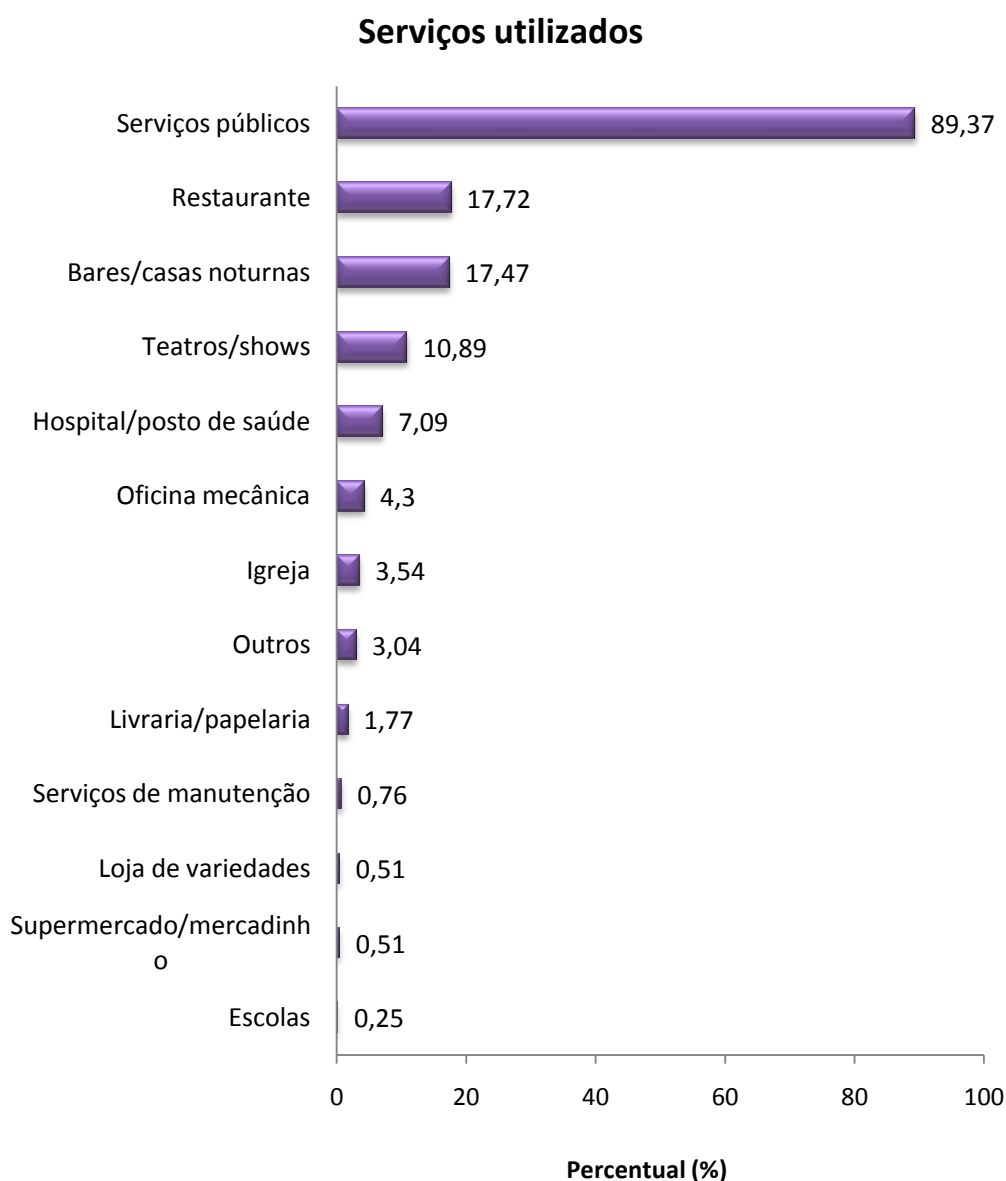
### Meio de transporte utilizado para chegar ao bairro



### 3. SERVIÇOS UTILIZADOS

Os serviços públicos é a principal atividade utilizada no bairro, por 89,37% dos frequentadores. Destaca-se ainda, porém, em percentual bem menor as seguintes atividades:

- Restaurantes (17,72%);
- Bares/casas noturnas (17,47%);
- Teatros/shows (10,89%).



Esta questão admite múltipla resposta.

Os preços são avaliados como normal por 84,65% dos frequentadores. Apenas 12,05% dos entrevistados citaram que os preços são elevados e outros 3,32% citaram que os preços são baixos.

Com relação aos gastos médios por pessoa em visita ao bairro, há variação de gastos no intervalo de R\$ 5,00 até R\$ 400,00. O gasto médio por pessoa é de R\$ 32,17.

### Avaliação dos preços dos produtos/serviços

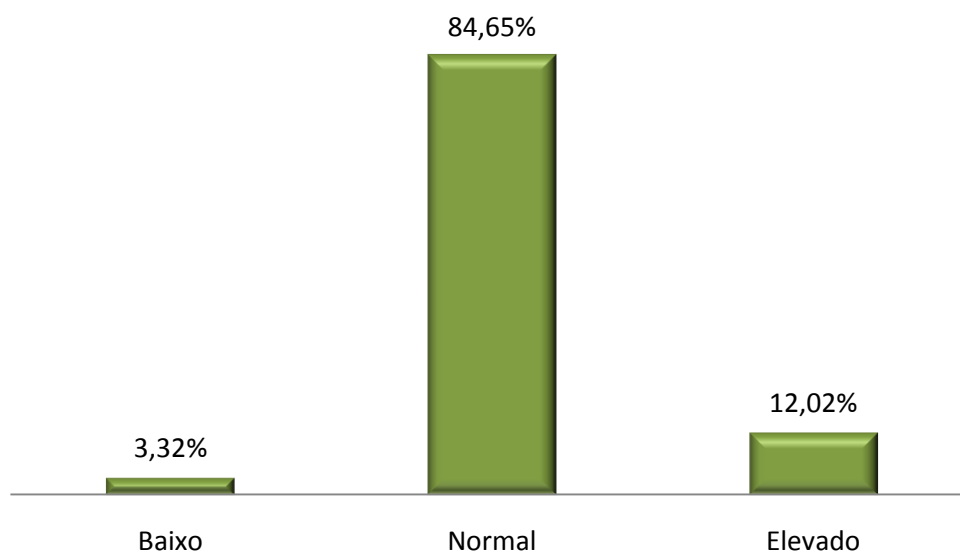


Tabela 3 – Medidas descritivas para os gastos ocorridos no bairro.

Mínimo	Média	Máximo
R\$ 5,00	R\$ 32,17	R\$ 400,00

Os negócios sugeridos para implantar no bairro são:

- Supermercado (22,74%);
- Restaurante (10,83%);
- Farmácia (9,39%);
- Loja de roupas (6,14%);
- Shopping (5,78%);
- Loja de conveniência (4,69%).

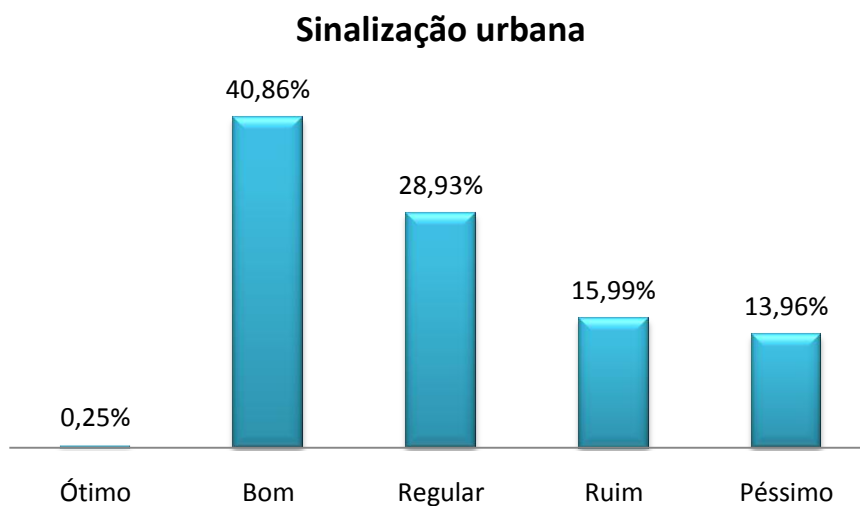
Tabela 4 – Negócios sugeridos para o bairro

Negócios	Frequência	Percentual (%)
Supermercado	63	22,74
Restaurante	30	10,83
Farmácia	26	9,39
Loja de roupas	17	6,14
Shopping	16	5,78
Loja de conveniência	13	4,69
Bares	12	4,33
Loja de eletrodomésticos	8	2,89
Banco	8	2,89
Boate	8	2,89
Casa lotérica	7	2,53
Casa de shows	7	2,53
Loja de material de construção	6	2,17
Salão de beleza	5	1,81
Lanchonetes	4	1,44
Lan house	4	1,44
Restaurante do Governo	4	1,44
Teatro	3	1,08
Sapataria	3	1,08
Loja de automóveis/motos	3	1,08
Cinema	2	0,72
Camelódromo	2	0,72
Loja de informática	2	0,72
Padaria	2	0,72
Clínica médica	2	0,72
Lava jato	2	0,72
Livraria	2	0,72
Loja de peças para barcos e navios	2	0,72
Shopping do artesanato	2	0,72
Óticas	1	0,36
Clube social	1	0,36
Estabelecimento de refrigeração	1	0,36
Estacionamento privativo	1	0,36
Cartório	1	0,36
Central do cidadão	1	0,36
Mercado público	1	0,36
Loja de móveis	1	0,36
Loja de tecidos	1	0,36
Loja de artigos para presentes	1	0,36
Loja de artigos religiosos	1	0,36
Loja de bijuterias	1	0,36
<b>Total</b>	<b>277</b>	<b>100</b>

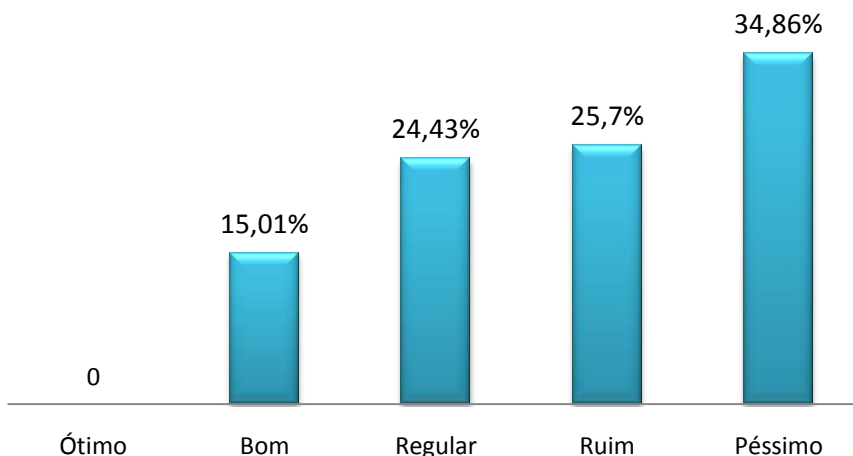
#### 4. ASPECTOS URBANOS

Os aspectos urbanos foram avaliados como ótimo, bom, regular, ruim ou péssimo, obtendo os seguintes percentuais acumulados de itens “ótimo” e “bom”.

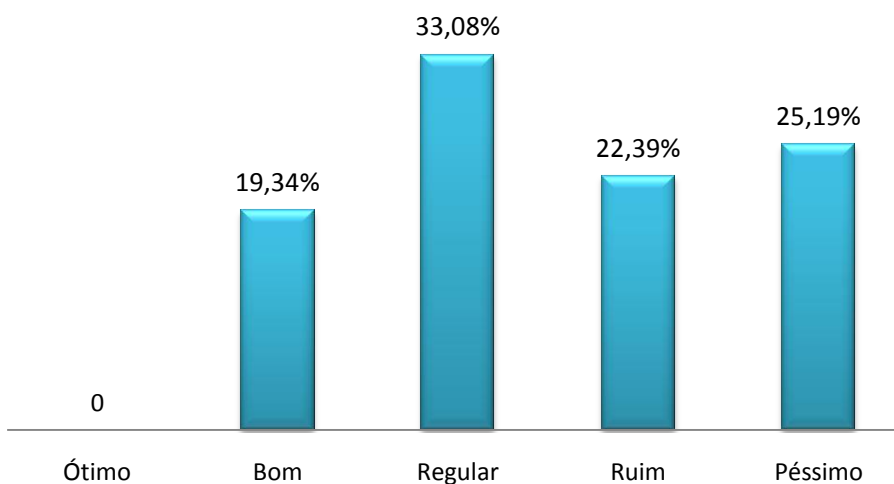
- Sinalização urbana (41,11%);
- Terminal rodoviário (35,57%);
- Iluminação pública (30,57%);
- Urbanização nas áreas turísticas (24,03%);
- Limpeza pública (19,34%);
- Segurança nas áreas turísticas (18,47%);
- Estacionamento (18,21%);
- Segurança pública (15,01%).



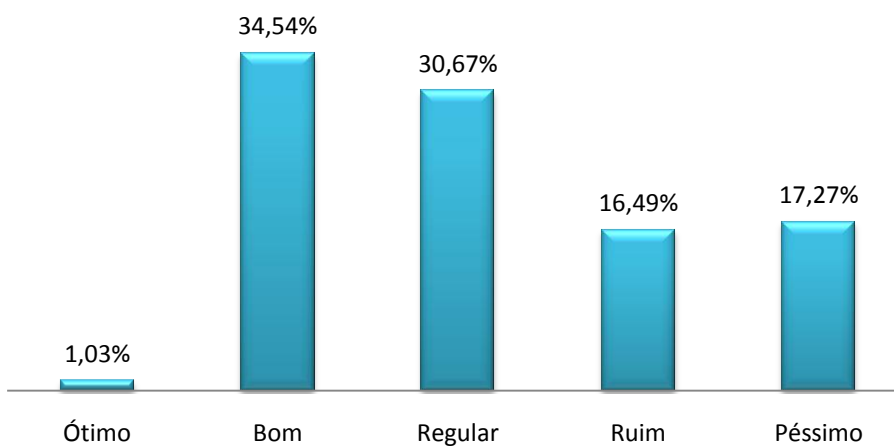
### Segurança pública



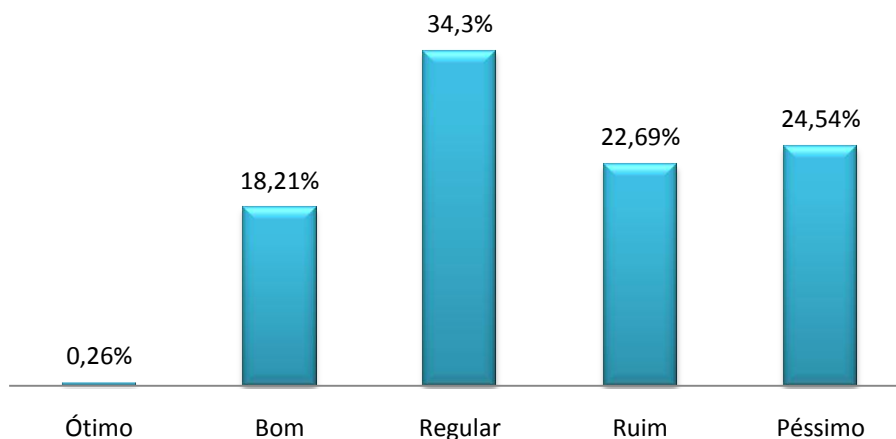
### Limpeza pública



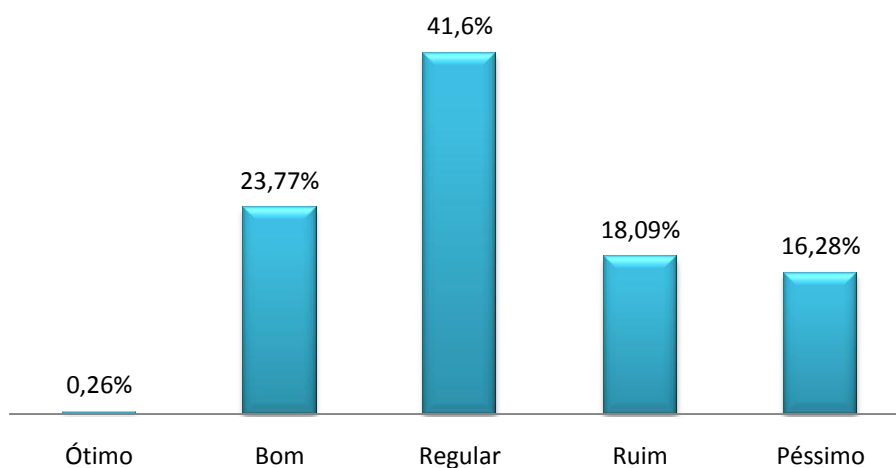
### Terminal rodoviário



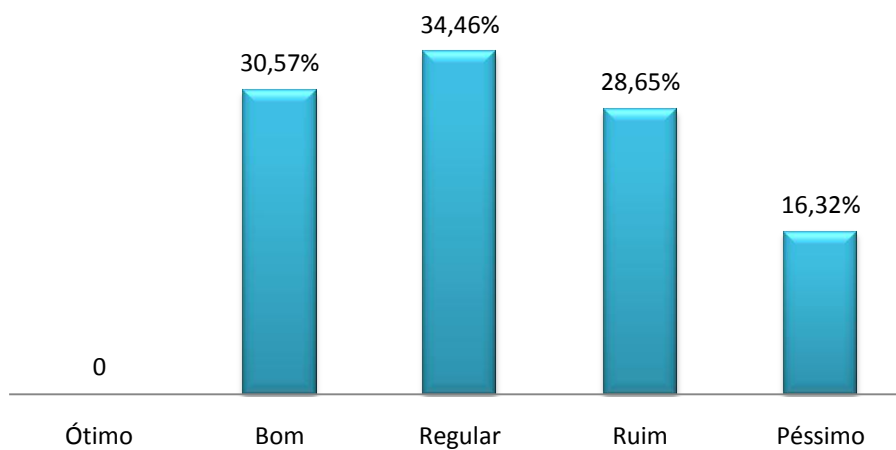
### Segurança nas áreas turísticas



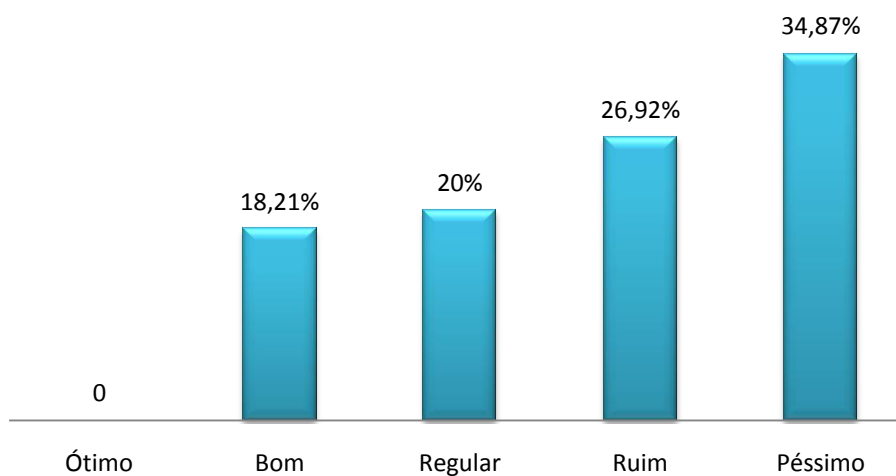
### Urbanização das áreas turísticas



### Iluminação pública



## Estacionamento



## 5. AVALIAÇÃO DO BAIRRO

### - Principais PONTOS NEGATIVOS

- Segurança (37,76%);
- Estacionamento (19,41%);
- Limpeza (8,92%).

### - Principais PONTOS POSITIVOS

- Serviços públicos (17,72%);
- Fácil acesso (8,68%);
- História do bairro (8,14%);
- Teatro (6,51%);
- Prédios antigos (6,15).

Ao ser questionado com relação a uma nota para o bairro, esta variando de 0 (zero) a dez (10,0), o bairro recebeu uma nota média de 7,05.

Tabela 5 – Pontos negativos do bairro da Ribeira

Pontos Negativos	Frequência	Percentual (%)
Segurança	216	37,76
Estacionamento	111	19,41
Limpeza	51	8,92
Escoamento de água (alagamento)	25	4,37
Iluminação	20	3,50
Sinalização	20	3,50
Buraco nas ruas	19	3,32
Manutenção do terminal rodoviário	16	2,80
Pouco ponto de ônibus	13	2,27
Moradores de rua	12	2,10
Descaso com os prédios antigos	9	1,57
Infra-estrutura	8	1,40
Pouco comércio	7	1,22
Mau cheiro	5	0,87
Prostituição	5	0,87
Organização do trânsito	4	0,70
Preços	4	0,70
Cobertura nos pontos de ônibus	3	0,52
Pouca divulgação do bairro/eventos	3	0,52
Ambulantes nas calçadas	2	0,35
Pouca opção de bancos	2	0,35
Drogas	2	0,35
Transporte público demorado	2	0,35
Transporte público após meia noite	2	0,35
Atendimento	1	0,17
Falta uma central de informações turísticas	1	0,17
Comércio fechar na hora do almoço	1	0,17
Danos na praça	1	0,17
Estação do trem	1	0,17
Falta de opções de lazer	1	0,17
Higienização dos bares	1	0,17
Hospitais precários	1	0,17
Incentivo a cultura	1	0,17
Retirada do circular	1	0,17
Revitalização do bairro	1	0,17
Total	572	100,00

Tabela 6 – Pontos positivos do bairro da Ribeira

Pontos positivos	Frequência	Percentual (%)
Serviços públicos	98	17,72
Fácil acesso	48	8,68
História do bairro	45	8,14
Teatro	36	6,51
Prédios antigos	34	6,15
Comércio local	33	5,97
Iluminação	32	5,79
Eventos culturais	29	5,24
Disponibilidade de ônibus	22	3,98
Bares/restaurantes	18	3,25
Localização	17	3,07
Praça Augusto Severo	17	3,07
Tranquilidade	17	3,07
Arquitetura	12	2,17
Terminal rodoviário	12	2,17
Igreja Bom Jesus	11	1,99
Nível cultural do público	7	1,27
Porto	6	1,08
Diversidade cultural	5	0,90
Posto de saúde	5	0,90
Arborização	4	0,72
Atendimento	4	0,72
Bancos	4	0,72
Rua Chile	4	0,72
Casas noturnas	3	0,54
Pontos turísticos	3	0,54
Preços	3	0,54
Shows	3	0,54
Sinalização	3	0,54
Infra estrutura	3	0,54
Oficinas mecânicas	2	0,36
Centro histórico	2	0,36
Diversão noturna	2	0,36
Estação de trem	2	0,36
Limpeza	2	0,36
Ofertas de trabalho	2	0,36
Correios	1	0,18
Fluxo de pedestres	1	0,18
Revitalização do bairro	1	0,18
<b>Total</b>	<b>553</b>	<b>100,00</b>

As principais sugestões de melhorias citadas pelos frequentadores para o bairro foram:

- Fortalecer a segurança (40,76%);
- Revitalização do bairro (11,96%);
- Criar estacionamento (6,52%);
- Melhorar a limpeza (6,52%);
- Maior atenção do poder público (5,43%).

Tabela 7 – Sugestões de melhorias para o bairro

Melhorias para o bairro	Frequência	Percentual (%)
Fortalecer a segurança	150	40,76
Revitalização do bairro	44	11,96
Criar estacionamento	24	6,52
Melhorar a limpeza	24	6,52
Maior atenção do poder público	20	5,43
Melhorar os pontos de ônibus	12	3,26
Estímulo para novos comércios	11	2,99
Incentivo fiscal para as empresas	9	2,45
Pavimentação	8	2,17
Divulgação do bairro	7	1,90
Projeto de habitação	7	1,90
Melhorar a infra estrutura	7	1,90
Drenagem	6	1,63
Iluminação	6	1,63
Aumentar a frota de ônibus	5	1,36
Promover eventos culturais	4	1,09
Reformar o terminal rodoviário	4	1,09
Sinalização urbana	4	1,09
Mais casas noturnas	3	0,82
Melhorar os hospitais/posto de saúde	3	0,82
Trazer de volta o circular	3	0,82
Abrir restaurantes	1	0,27
Criar um roteiro histórico	1	0,27
Mais órgãos públicos	1	0,27
Melhorar o acesso ao porto	1	0,27
Melhorar o trânsito	1	0,27
Padronizar a Ribeira	1	0,27
Resgatar a história do bairro	1	0,27
<b>Total</b>	<b>368</b>	<b>100,00</b>

## 6. EXPECTATIVAS E VISÃO DE FUTURO

### - Perspectivas para 2012 e satisfação com a vida e mercado de trabalho

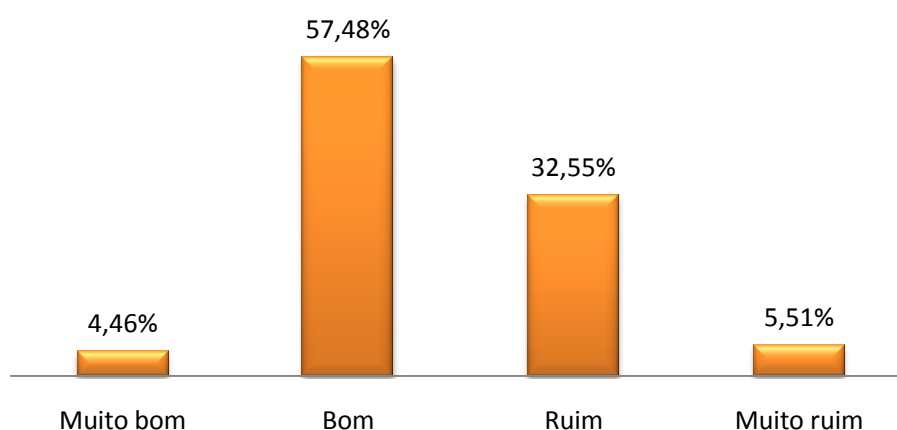
Para o ano de 2012 as perspectivas são de que será um ano promissor para 61,94% dos entrevistados e a satisfação com a vida também é positiva para 90,33% do público.

Em relação ao mercado de trabalho 56,12% não tem medo do desemprego, sentem-se seguros. Já 20,92% têm pouco medo e 17,86% tem muito medo de ficar desempregado. Apenas 5,1% das pessoas estão desempregadas.

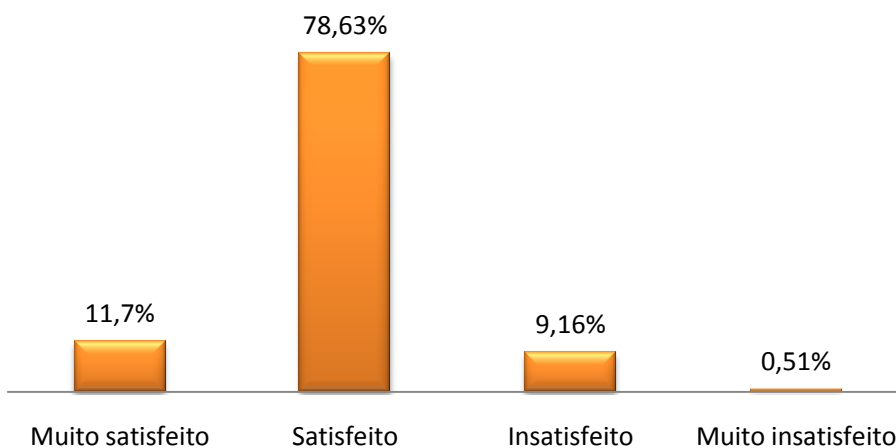
A situação financeira quando comparada aos últimos três meses melhorou para 31,56% dos frequentadores e mantêm-se igual para 53,35% destes. 15,09% citaram estar em pior situação.

Comprar mais é a intenção de 37,02% dos entrevistados, 46,02% pretendem manter a mesma quantidade de compras e 16,97% pretendem comprar menos.

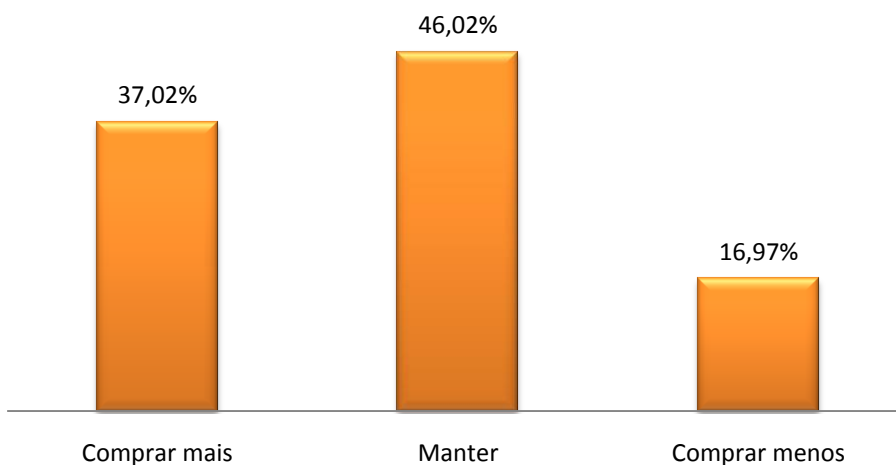
### Perspectivas para o ano de 2012



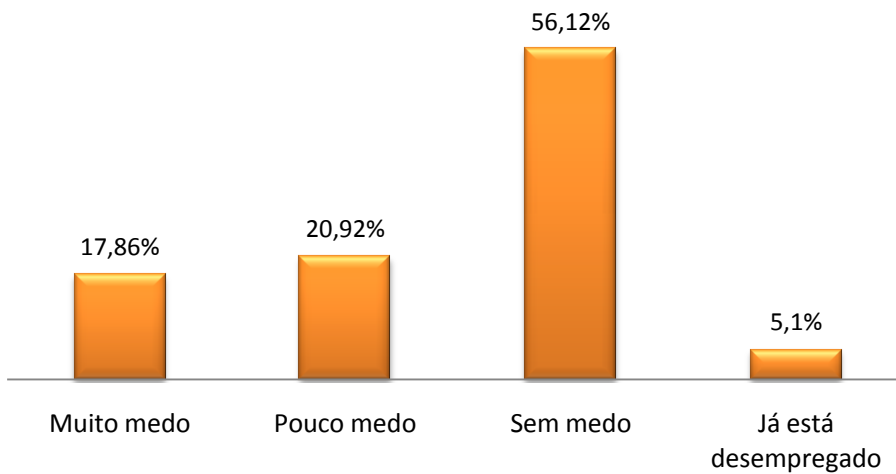
### Satisfação com a vida



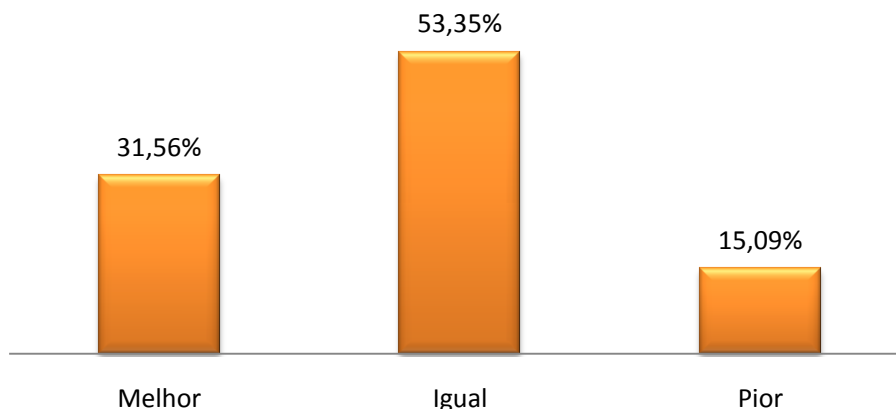
### Intenção de compras



### Medo do desemprego



### Situação financeira em relação aos três meses anteriores



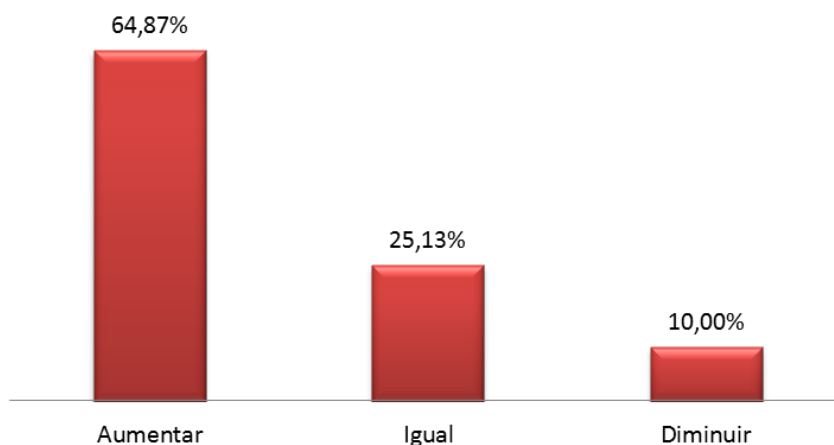
### - Comportamento esperado para inflação, desemprego e renda

As expectativas para o país nos próximos seis meses são destacadas nos gráficos que seguem.

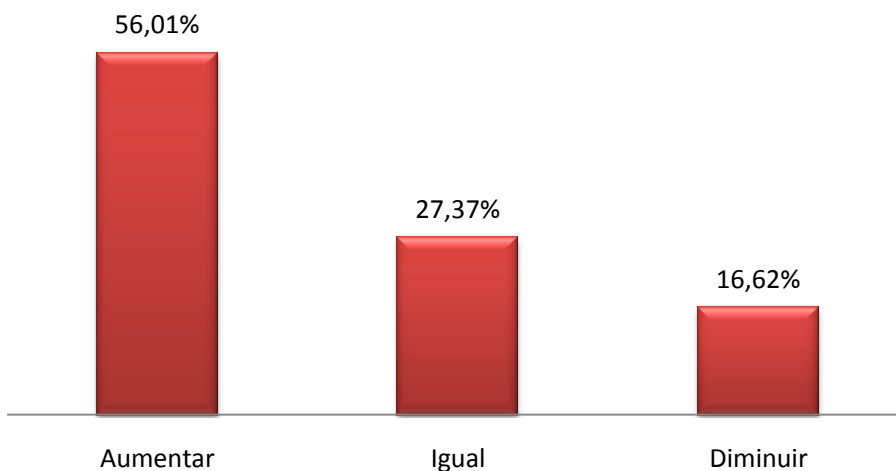
Com relação à inflação 64,87% dos entrevistados acham que ela tende a aumentar nos próximos seis meses, assim como o desemprego, sendo citado por 56,01% das pessoas.

Com relação à renda das pessoas em geral, 49,87% dos entrevistados informam que tende a manter-se igual e 52,58% citam que sua renda pessoal tende também a manter-se inalterada.

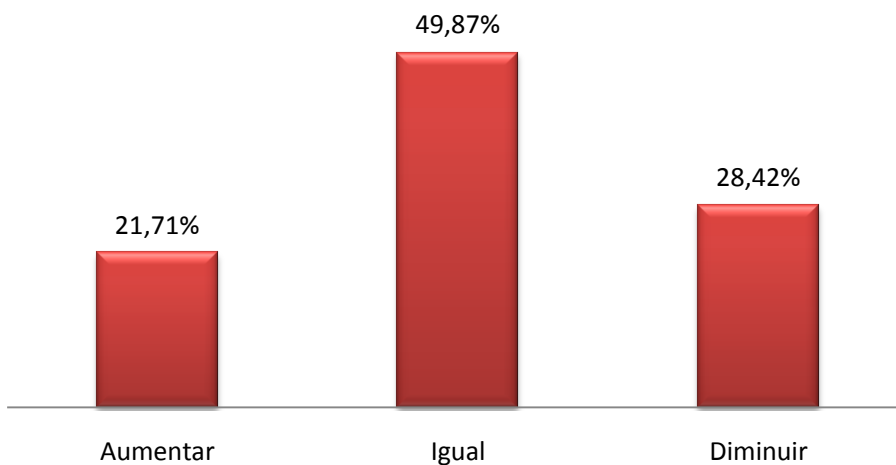
### Inflação



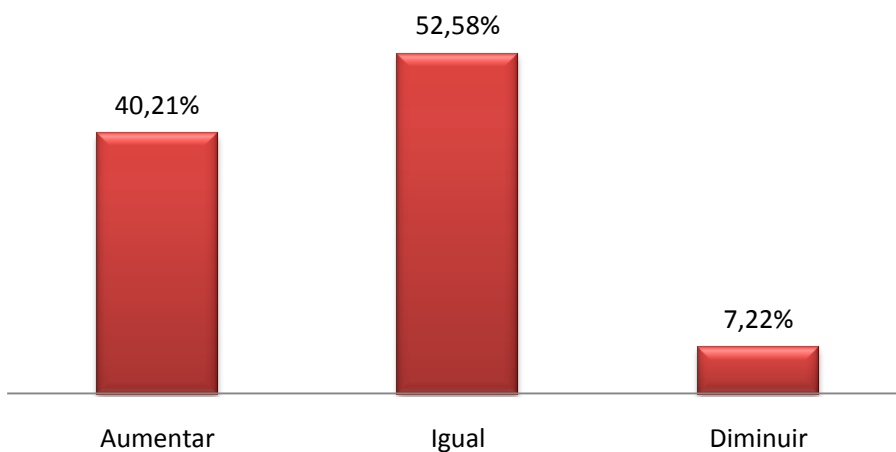
### Desemprego



### Renda das pessoas em geral



### Sua própria renda

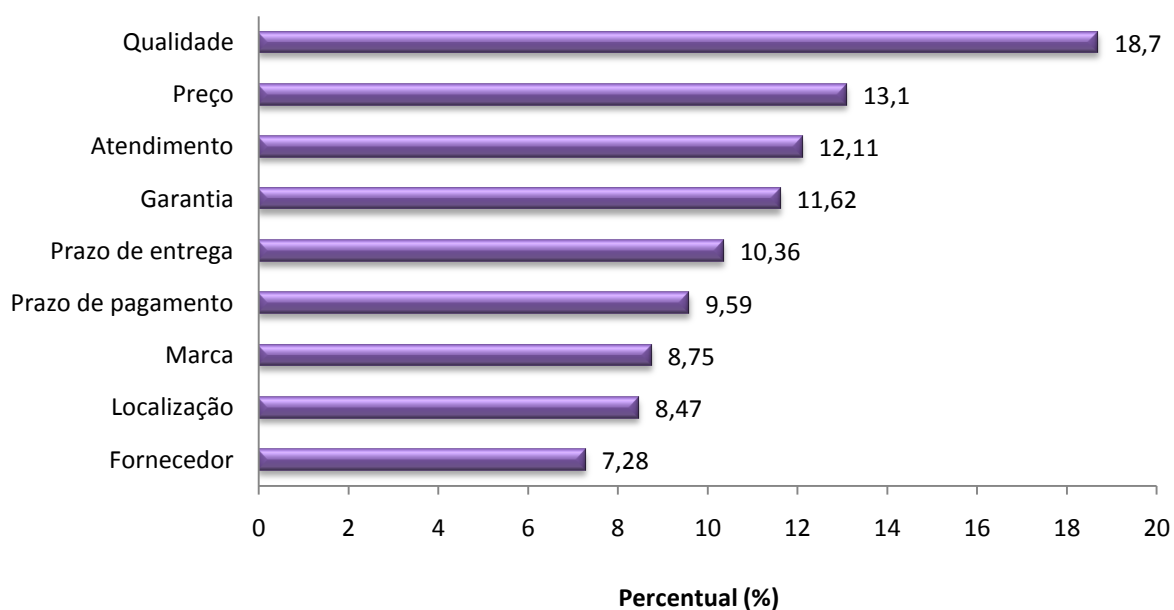


## 7. DECISÃO DE COMPRA E BUSCA DE INFORMAÇÕES

Na hora de adquirir um produto ou serviço são adotados os seguintes critérios:

- Qualidade (18,7%);
- Preço (13,1%);
- Atendimento (12,11%);
- Garantia (11,62%);
- Prazo de entrega (10,36%).

### Critérios de decisão na hora de adquirir um produto ou serviço

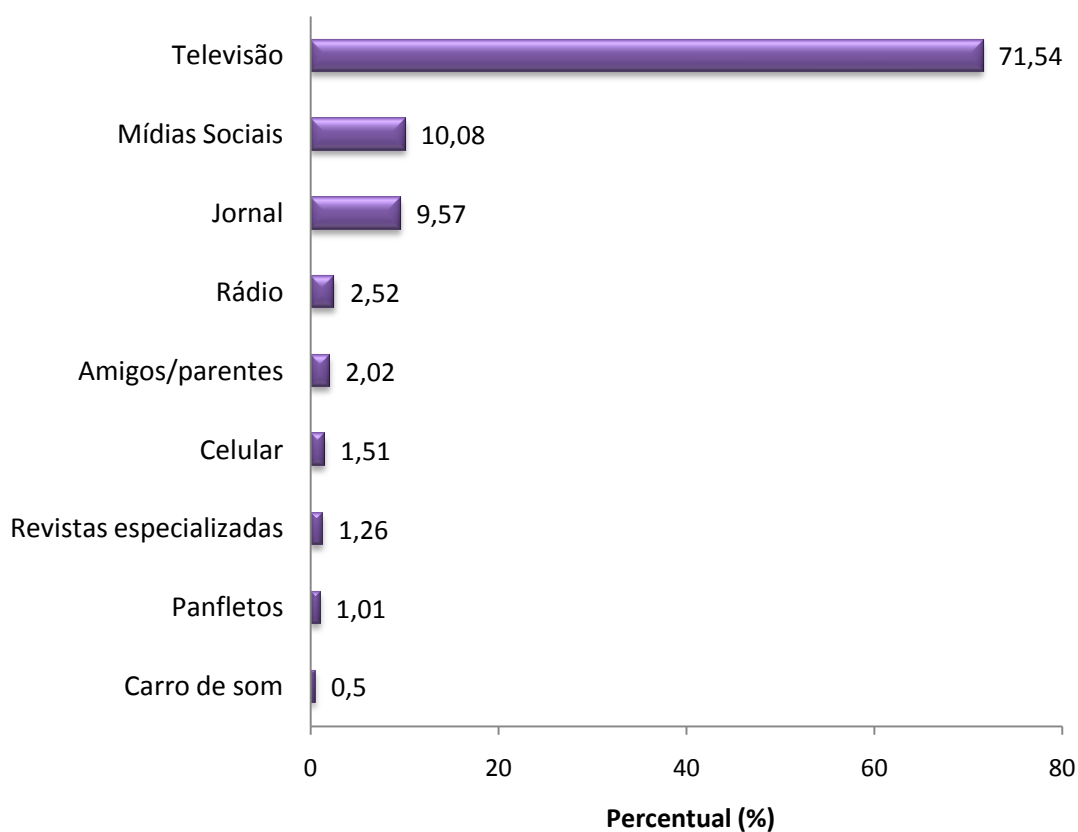


A televisão é o meio de comunicação utilizado para obter informações sobre a divulgação de produtos e/ou serviços por 71,54% dos frequentadores. Outros meios de comunicação utilizados, porém com menor percentual, são as mídias sociais (10,08%) e o jornal (9,57%).

Outros meios citados foram:

- Rádio (2,52%);
- Amigos/parentes (2,02%);
- Celular (1,51%);
- Revistas especializadas (1,26%);
- Panfletos (1,01%);
- Carro de som (0,5%).

### Meio de comunicação utilizado para obter informações sobre a divulgação de produtos/serviços

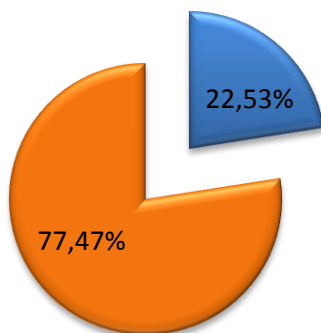


## 8. ENTIDADE DE CLASSE

77,47% dos frequentadores não têm conhecimento das atividades desenvolvidas pela associação comercial do RN e 86,84% nunca ouviram falar sobre o projeto Ribeira Competitiva.

### Conhecimento das atividades da Associação Comercial do RN

■ Conhece ■ Não conhece



### Conhecimento do projeto Ribeira Competitiva

■ Sim ■ Não

