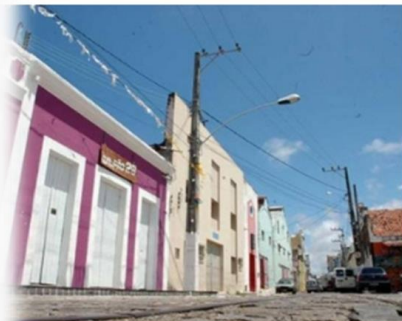


RELATÓRIO

Pesquisa de Opinião sobre a Ribeira



Sumário

1. Introdução.....	3
2. Aspectos Técnicos.....	4
3. Mapa do Bairro	5
4. Descrição geral dos resultados	6
Percepção geral sobre a Ribeira	6
Aspectos específicos	8
Dificuldades	10
Avaliação dos itens	11
Motivação	12
5. Análise Gráfica	13
Percepção geral sobre o bairro.....	13
Aspectos Específicos	18
Dificuldades enfrentadas	20
Avaliação dos itens	25
Motivação	26
Perfil dos entrevistados	27

1. Introdução

De acordo com os dados do Censo 2010, divulgados pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), o bairro da Ribeira, localizado na zona leste de Natal, possui uma população de 2.231 habitantes, residentes em 764 domicílios, ocupando uma área de 94,39 hectares. Metade dos imóveis da Ribeira tem finalidade residencial e um terço dos domicílios é alugado.

Dados de 2010 do Sebrae RN apontam que o bairro tem cerca de 230 empresas instaladas, nos segmentos de comércio, serviços, indústria, estrutura e construção. Importante no desenvolvimento econômico da cidade, principalmente pela localização do Porto de Natal, a Ribeira tornou-se um grande centro comercial, com a instalação de grandes empresas (exportadoras e importadoras), além de grandes lojas e órgãos públicos.

É um local admirado tanto pelos amantes da cultura como da história. Com muitos prédios antigos, foi palco de importantes fatos históricos, e compreende duas áreas: a parte baixa conhecida como Ribeira Histórica e a parte alta, o Alto da Ribeira. Também é conhecido por ter servido de residência de grandes personalidades, como Luís da Câmara Cascudos.

Diante disso, o Instituto de Pesquisa e Desenvolvimento do Comércio (IPDC) da Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Rio Grande do Norte (Fecomércio RN) desenvolveu uma pesquisa com o objetivo de avaliar a percepção sobre a situação atual do bairro da Ribeira, junto aos empresários, moradores, trabalhadores e consumidores que frequentam o local, identificando problemas e possibilidades de melhorias.

Desta forma, pretende oferecer ao poder público um leque de dados e informações que servirá como base para formulação de ações e estratégias que visem solucionar problemas enfrentados pela população que utiliza o bairro.

2. Aspectos Técnicos

Pesquisa do tipo quantitativa, com aplicação de questionário estruturado e abordagem por entrevistas pessoais, do tipo face a face presencial. A metodologia utilizada consistiu na aplicação de uma amostragem aleatória da população que frequenta o bairro da Ribeira, a saber: consumidores, empresários, moradores e trabalhadores.

Desta forma, conforme critérios estatísticos de pesquisa, foi utilizada uma amostra de 501 (quinhentas e uma) entrevistas, coletadas entre os dias 26 de setembro e 02 de outubro de 2018. O erro amostral máximo atingido pela pesquisa é de 3% com intervalo de confiança de 95%. Isso significa que poderá ocorrer uma variação máxima para mais ou menos nos percentuais levantados dentro da citada margem de erro.

Os entrevistadores envolvidos na realização desta pesquisa, foram treinados pelo Instituto e receberam instruções específicas para execução do trabalho. A coleta foi feita com a utilização de questionário impresso e as entrevistas foram feitas por pessoas capacitadas para este serviço, acostumadas com este tipo de pesquisa.

Os questionários aplicados pelos entrevistadores passaram por checagem, e todo o material foi verificado internamente e codificado. Antes do processamento final e emissão dos resultados, realizou-se processo de consistência dos dados.

Os dados foram digitados, codificados e tabulados usando planilhas eletrônicas. Foram utilizadas técnicas estatísticas para a análise das informações coletadas. Dessa forma, os gráficos e as tabelas foram construídas no Excel, sendo que o relatório final se apresenta no Word.

3. Mapa do Bairro



Fonte: SEMURB/NATAL-RN

4. Descrição geral dos resultados

Percepção geral sobre a Ribeira

Para saber qual a percepção geral que os entrevistados possuem sobre a Ribeira, foi solicitado que eles dissessem a primeira palavra que viesse à suas mentes. É possível notar que o legado histórico do bairro é reconhecido devido à grande frequência de citações das palavras história (16,8%); antiguidade (8,4%); cultura (3,9%); teatro (3,5%); começo de Natal (2,7%); pontos históricos (1,8%); etc. As palavras diversão (1,6%); boemia (1,6%) e carnaval (1,2%) também foram citadas, o que revela que a população reconhece que a Ribeira é um bairro ligado também a festividade e entretenimento. As palavras comércio (5,9%); órgãos públicos (2,9%); trabalho (1,8%) e porto (1,2%) também aparecem em destaque, mostrando uma imagem relacionada a negócios e serviços. Surgem também, em números significativos, palavras que retratam uma percepção negativa do bairro como abandono (7,6%); insegurança (3,1%); esquecimento (2,5%); degradação (2,2%); sujeira (1,4%); entre outras, revelando que o bairro necessita de uma atenção especial.

Com relação à importância, a pesquisa mostra que 67,5% dos entrevistados acreditam que o bairro da Ribeira é muito importante para a cultura de Natal e do Rio Grande do Norte; 27,3% acreditam ser importante; 4,4% acham que o bairro tem pouca ou nenhuma importância para a cultura da capital potiguar, porque é mau cuidado e gera problemas; e 0,6% do público pesquisado é indiferente quanto ao assunto.

Na análise por público pesquisado, o percentual que considera muito importante a história da Ribeira para a cultura de Natal e do Rio Grande do Norte é de 70,2% entre os consumidores, de 69,9% entre os empresários, de 68,3% entre os moradores e de 60,7% entre os trabalhadores do bairro.

Como pode ser visto, segundo os entrevistados, o bairro apresenta elementos de grande valor e que são importantes referenciais. Nas entrevistas esses elementos são ressaltados, principalmente por sua significação histórica e por sua influência no cotidiano do bairro.

No que se refere às razões que fazem os entrevistados frequentarem a Ribeira, foi identificado que o principal fator é trabalho ou negócio (52,7%). Em segundo lugar se destaca a busca por serviços (51,9%), já que na localidade se concentram vários órgãos públicos. As compras foram mencionadas por 22,6% dos entrevistados, já que é um bairro comercial. Além disso, aparecem como razões para frequentar o bairro, o lazer/festas (18,2%); a cultura local (16%); a residência (12%) e outros (8,2%).

Relativamente à frequência com que visita à Ribeira, 78% dos entrevistados dizem que vão todos os dias ou quase todos os dias ao bairro. 7,4% afirmam que vão pelos menos uma vez por semana; 5,8% declaram que vão pelo menos uma vez por mês; e 1,6% frequentam menos de uma vez por mês. Outros 7,2% relataram que frequentam o bairro esporadicamente.

Contrastes são observados quando se considera o perfil dos entrevistados: entre os empresários do bairro, por exemplo, o percentual deles que frequentam o bairro todos os dias é de 99%, enquanto a taxa de consumidores foi menor, chegando a 34,2%. O percentual das pessoas que frequentam o bairro todos os dias ou quase todos os dias foi de 98,3% entre os trabalhadores.

Sobre a imagem atual que os entrevistados têm do bairro da Ribeira, a pesquisa revela que o público tem uma opinião bem formada com relação ao bairro. Para quatro em cada dez (39,9%) dos entrevistados, a imagem que eles têm do bairro atualmente é regular; 31,3% fazem uma avaliação da imagem atual do bairro como ruim ou péssima; e 28,1% dos entrevistados têm uma imagem atual ótima ou boa da Ribeira. 0,6% dos entrevistados não souberam responder.

O levantamento revela ainda que a imagem negativa da Ribeira, só não é superior à positiva no grupo dos moradores entrevistados. Entre os empresários, 43,7% têm uma imagem atual ruim ou péssima do bairro; e 27,2% têm uma imagem ótima ou boa. Entre os moradores, a imagem positiva do bairro sobe para 38,3%, contra 28,3% da negativa. No grupo dos trabalhadores, a imagem ruim ou péssima é de 28,2% (27,4% veem como ótima ou boa) e de 28% entre os consumidores entrevistados (21,7% veem como ótima ou boa).

Assim, diante destes resultados, pode-se considerar que a imagem do bairro da Ribeira por parte de seus usuários precisa ser melhorada. Entende-se que, diante as informações expostas, existe, na Ribeira, uma grande variação de elementos que ainda podem ser explorados. Salienta-se que embora a amostra seja constituída a partir de quatro grupos de entrevistados, ela na verdade constitui uma só, pois ilustra uma imagem coletiva, decorrente destas diferentes praticas que fazem da Ribeira o bairro de moradia, comércio e lazer.

Aspectos específicos

No que diz respeito a este estudo, era importante também diagnosticar os motivos que podem estar levando as pessoas a deixarem de frequentar o bairro, e os empresários fechando seus negócios. Na opinião dos entrevistados, a falta de investimento público (56,1%) e a insegurança do bairro (43,1%) são os principais fatores que mais afastam o público do local e causam o fechamento das empresas. Outras causas que contribuem negativamente são infraestrutura (37,5%); degradação do patrimônio histórico (32,7%); falta de estacionamentos (9,6%); iluminação pública (6,6%); falta de clientes/turistas (2,4%); crise econômica (2,4%); prostituição (1,8%); visibilidade do bairro (1%) e abandono (1%).

Na subdivisão por público entrevistado, para os empresários, os motivos de fechamento dos negócios estão relacionados à falta de investimento (62,1%); infraestrutura (41,7%); segurança (39,8%); e degradação do patrimônio histórico (39,8%). Assim como os empresários, 55,8% dos moradores entrevistados dizem que o afastamento dos comerciantes do bairro é a falta de investimento público. A insegurança do bairro foi mencionada por 45,8% dos moradores entrevistados, a infraestrutura por 30,8%. Dentre os motivos alegados pelos trabalhadores, para o fechamento dos negócios do bairro, destacam-se o investimento público (52,2%); a falta de segurança (43,5%); infraestrutura (37,3%); e a degradação do patrimônio (32,3%). Para os trabalhadores do bairro as principais causas relatadas são falta de investimento (56,4%); insegurança (42,7%); infraestrutura (41%) e degradação do patrimônio histórico e cultural (29,9%).

A visão positiva da potencialidade econômica e cultural da Ribeira é observada pelo alto grau de concordância das pessoas de que o investimento público na exploração do turismo e cultura poderia dinamizar a economia do bairro. 86% do público que frequenta o bairro concorda totalmente que o poder público poderia investir mais no bairro. Empresários e moradores são os que mais defendem o investimento público na Ribeira. Entre os moradores, 87,5% concordam totalmente que o poder público deveria investir no bairro. O percentual é de 86,4% no caso dos empresários entrevistados.

A grande maioria dos entrevistados que frequenta a Ribeira concorda com a criação de um projeto de revitalização do patrimônio histórico e cultural do bairro. Mostram-se totalmente a favor da medida 90,8% dos entrevistados; e outros 6,2%, parcialmente a favor. Os que são contrários total e contrários parcialmente somam apenas 1,2%. Ao analisar os entrevistados a favor do projeto sob a perspectiva do tipo de público, a pesquisa mostra que a concordância com a revitalização é geral – em todos os estratos os índices ficaram entre 88% e 93% que são totalmente a favor.

Na pesquisa, os entrevistados apontaram as principais qualidades e os problemas da Ribeira. Cerca de 85% dos entrevistados que frequentam o bairro concordam totalmente que a infraestrutura e degradação do patrimônio histórico do bairro pode estar afastando os empresários e consumidores do bairro. Os que mais se preocupam com a infraestrutura e a degradação do patrimônio histórico do bairro são empresários e os trabalhadores com 90,3% e 85,5% de concordância total, respectivamente.

Sobre as iniciativas culturais que acontecem na Ribeira, os dados revelam que os entrevistados veem com grande potencialidade a realização de eventos culturais no bairro. A pesquisa mostra que 57,1% dos entrevistados acham as iniciativas “positivas” e 28,5% consideram “muito positivas” a realização de eventos culturais no bairro. Enquanto isso, apenas 4% das pessoas consideram as iniciativas culturais “negativas” ou “muito negativas” e 10% são indiferentes quanto a esse assunto. A realização dos eventos na Ribeira é considerada também bastante positiva pelos moradores (90,8%) e trabalhadores (88%) entrevistados. No grupo dos empresários, 83,5% se disseram a favor das ações culturais (apenas 3,9% veem como algo negativo). Entre os consumidores, o apoio é de 81,4%.

Questionados se o comércio da Ribeira atende às necessidades dos consumidores que ali frequentam, 68,3% das pessoas afirmaram que não, enquanto 30,1% disseram que sim. Na estratificação por entrevistados, o maior percentual de negação aparece entre os empresários (77,7%). Já entre os entrevistados que residem no bairro, 69,2% afirmaram que o comércio do bairro não atende às necessidades dos clientes. Ao mesmo tempo que, entre os consumidores, esse índice foi de 65,8% e no grupo dos trabalhadores de 62,4%.

Dificuldades

No que se refere às dificuldades e aos problemas enfrentados quando frequentam a Ribeira, pouco mais da metade (51,7%) dos entrevistados falaram que não enfrentam nenhuma dificuldade, e a outra parte (48,3%) afirmou que encontra problemas quando vão ao bairro. As principais dificuldades relatadas dizem respeito à segurança das pessoas (37,7%); falta de estacionamentos (16,5%); transportes/trânsito (9,2%); infraestrutura (8,5%); comércio (5,8%); alagamentos/esgotos (3,8%); falta de investimento (3,1%); acessibilidade (2,7%); iluminação pública (2,3%); abandono do bairro (1,9%); limpeza (1,9%) e opções de lazer e cultura (1,5%).

Quando os dados são separados por perfil dos entrevistados, há uma pequena diferença na ordem das dificuldades e nos percentuais encontradas: 35,5% dos empresários citam a falta de segurança como a principal adversidade encontrada no bairro; seguida da infraestrutura (14,5%); falta de estacionamentos (11,8%); comércios (7,9%) e investimentos (5,3%); já os moradores relataram que as principais dificuldades são segurança (48,1%); alagamentos/esgotos (11,1%); transporte/trânsito (7,4%); infraestrutura (5,6%) e investimentos (5,6%); enquanto que os consumidores consideram as principais complicações enfrentadas como sendo a falta de segurança (33,3%); estacionamentos (32,1%); transportes/trânsito (9,5%); comércio local (4,8%); infraestrutura do bairro (4,8%) e acessibilidade (4,8%). Sobre os trabalhadores, as principais dificuldades informadas foram segurança (37%); transporte/trânsito (17,4%); estacionamentos (10,9%); infraestrutura (8,7%) e comércios (6,5%).

Avaliação dos itens

Este tópico foi direcionado para que os entrevistados avaliassem alguns itens relacionados à Ribeira. Os dados expõem as médias da opinião dos entrevistados sobre a visão cultural e econômica do bairro, tais questões foram estruturadas através de uma escala Likert de cinco pontos, em que o número 1 corresponde a resposta “nenhum”, 2 pontos a “pouco”, 3 pontos a “razoável”, 4 pontos a “muito” e 5 pontos a “máximo”.

Sobre o nível de conhecimento do entrevistado com relação à história da Ribeira, a média obtida foi de 2,87, revelando que o conhecimento do público no que se refere a história do bairro encontra-se entre pouco e razoável. No grupo dos empresários e consumidores, as médias foram superiores a geral, registrando 3,17 e 2,88, respectivamente.

No tocante ao grau de envolvimento em programas ou projetos realizados na Ribeira, a média de avaliação foi de 2,00, ficando entre as posições de nenhum a pouco envolvimento. De acordo com a pesquisa, as notas médias obtidas pelos moradores, trabalhadores e consumidores foram ainda menores, 1,98, 1,95 e 1,93, respectivamente. O oposto aconteceu entre os empresários, que apresentou média de avaliação para esse item de 2,15.

Quanto à preservação física do patrimônio histórico e cultural presente na Ribeira, foi observada a percepção dos entrevistados e a média das respostas correspondeu a 1,75, indicando que a avaliação deste item está na posição entre nenhuma e pouca preservação. No grupo dos empresários, o índice de avaliação foi ainda menor 1,52. A respeito do grau de valorização que o bairro recebe por parte dos órgãos públicos e da comunidade local, a média obtida foi de 2,05, permanecendo em posição semelhante às questões anteriores, ou seja, entre pouca e razoável valorização. A nota média atribuída pelos trabalhadores ao grau de valorização do bairro por parte dos órgãos públicos foi de 1,75. Entre os consumidores ficou em 1,82.

Em referência ao nível de visitas de turistas que vão ao bairro, a média das respostas correspondeu a 2,58, sendo pouco e razoável. Entre os consumidores, o indicador mediu 3,48, já entre os empresários foi de 1,54. Quando questionados se a Ribeira consegue atrair turistas pela estrutura atual, a média foi de 2,91, entre pouco e razoável. Além disso, 3,01 representa a média da pergunta se o turismo cultural pode trazer algum tipo de contribuição para o comércio do bairro, ou seja, as respostas mostram a posição entre razoável e muito. Este item, é ainda melhor avaliado pelos empresários (3,58) e moradores (3,49).

Sobre o comércio de bens e serviços presentes no bairro, o índice obtido pela média das respostas dos entrevistados foi de 2,67, refletindo numa avaliação entre pouca e razoável. Entre os empresários, a média foi de 3,08, e entre os consumidores foi de 2,93.

Conforme as respostas apresentadas, nota-se que os entrevistados veem que o bairro da Ribeira não recebe a devida atenção, além de achar que a estrutura física se encontra mal preservada. O nível de conhecimento sobre a história do bairro fica a desejar, pois a média encontra-se entre pouco e razoável, o envolvimento com projetos e programas é considerado baixo. Podendo-se concluir que há necessidade de se ter maior conhecimento da importância do bairro para a cidade, além de investimento, principalmente, pelo seu valor econômico e cultural.

Motivação

Sobre o que levaria ou estimularia a ir à Ribeira, as pessoas pesquisadas citaram os aspectos mais importantes que podem motivar a visita ao bairro: 21,8% dos entrevistados consideram a revitalização do bairro e a restauração do patrimônio histórico como fatores principais para estimular a ida das pessoas ao bairro. Em seguida aparece o investimento em cultura, lazer e turismo (16,2%), assim como levar mais segurança para pessoas que frequentam o bairro (15,4%) e também melhorar o comércio e atrair novas empresas (15%) são encarados como formas de estimulação. Investimento na infraestrutura do bairro (13,6%) para os entrevistados é outro fator considerado importante para melhorar a motivação de frequentar o bairro, assim como promover eventos culturais, musicais e festas (11,8%); incentivo econômico e cultural (3,8%), mais opções de trabalho (2,8%), mais serviços públicos (2,4%), divulgação da história da Ribeira (2%) entre outros. Os pontos relatados abrem um grande leque de possibilidades a ser trabalhada pelo setor público.

Esses e outros resultados podem ser vistos ao longo do relatório.

5. Análise Gráfica

Percepção geral sobre o bairro

Tabela 1 – Quando se fala no bairro da Ribeira, o que vem de imediato na sua memória?

Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de Linha	%		
História	16,8%	Centro da cidade	0,6%
Antiguidade	8,4%	Passado	0,6%
Abandono	7,6%	Tradição	0,6%
Comércio	5,9%	Alagamento	0,4%
Cultura	3,9%	Arquitetura	0,4%
Teatro	3,5%	Bairro nobre	0,4%
Insegurança	3,1%	Boa Localidade	0,4%
Órgãos Públicos	2,9%	Falência	0,4%
Começo de Natal	2,7%	Fracasso	0,4%
Esquecido	2,5%	Igreja	0,4%
Bairro bom	2,5%	Iluminação	0,4%
Rodoviária velha	2,3%	Infância	0,4%
Degradação/Desprezo	2,2%	Legal	0,4%
Pontos históricos	1,8%	Movimento	0,4%
Rua chile	1,8%	Nostalgia	0,4%
Trabalho	1,8%	Rampa	0,4%
Boêmia	1,6%	Tristeza	0,4%
Festas/Diversão	1,6%	A Família	0,2%
Prédios antigos	1,6%	Alugueis caros	0,2%
Sujeira	1,4%	Arte	0,2%
Carnaval	1,2%	Avenida Duque de Caxias	0,2%
Estação férrea	1,2%	Bairro sem prestígio	0,2%
Porto	1,2%	Câmara Cascudo	0,2%
Ribeira velha	1,0%	Distância	0,2%
Saudosismo	1,0%	Esquisito	0,2%
Juventude	1,0%	Feira	0,2%
Lembranças	0,8%	Outros	2,0%
Melhorias	0,8%	Nenhum	0,2%
Pesca	0,8%	Não sabe/Não respondeu	3,5%

Gráfico 1 – Na sua opinião, qual o grau de importância que o bairro da Ribeira tem para a cultura de Natal e do RN?

Fonte: Fecomércio RN

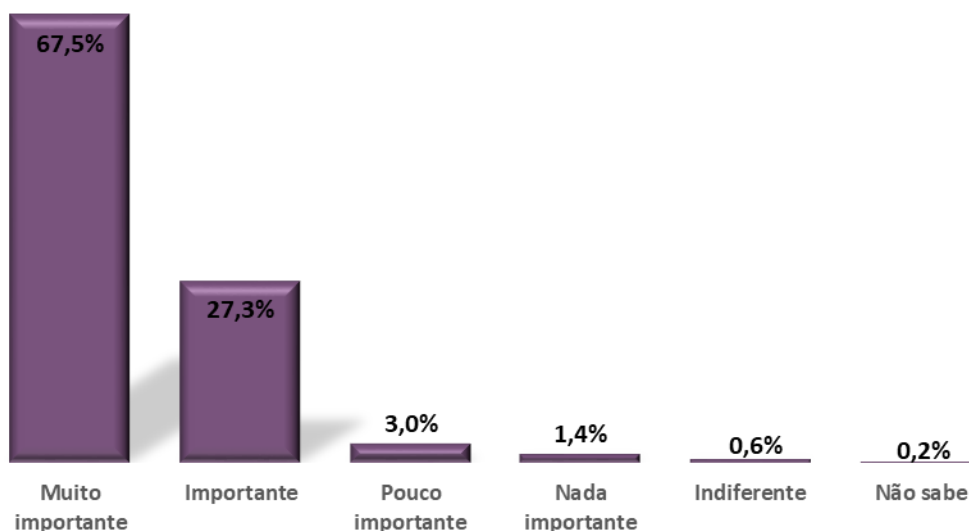


Tabela 2 – Grau de importância, em relação ao tipo de público pesquisado.

Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de Linha	Consumidor	Empresário	Residente	Trabalhador
Muito importante	70,2%	69,9%	68,3%	60,7%
Importante	24,2%	22,3%	28,3%	35,0%
Pouco importante	2,5%	5,8%	1,7%	2,6%
Nada importante	2,5%	1,0%	0,8%	0,9%
Indiferente	0,6%	1,0%	0,0%	0,9%
Não sabe	0,0%	0,0%	0,8%	0,0%

Gráfico 2 – Normalmente, por qual razão você frequenta a Ribeira? (Múltipla resposta)

Fonte: Fecomércio RN

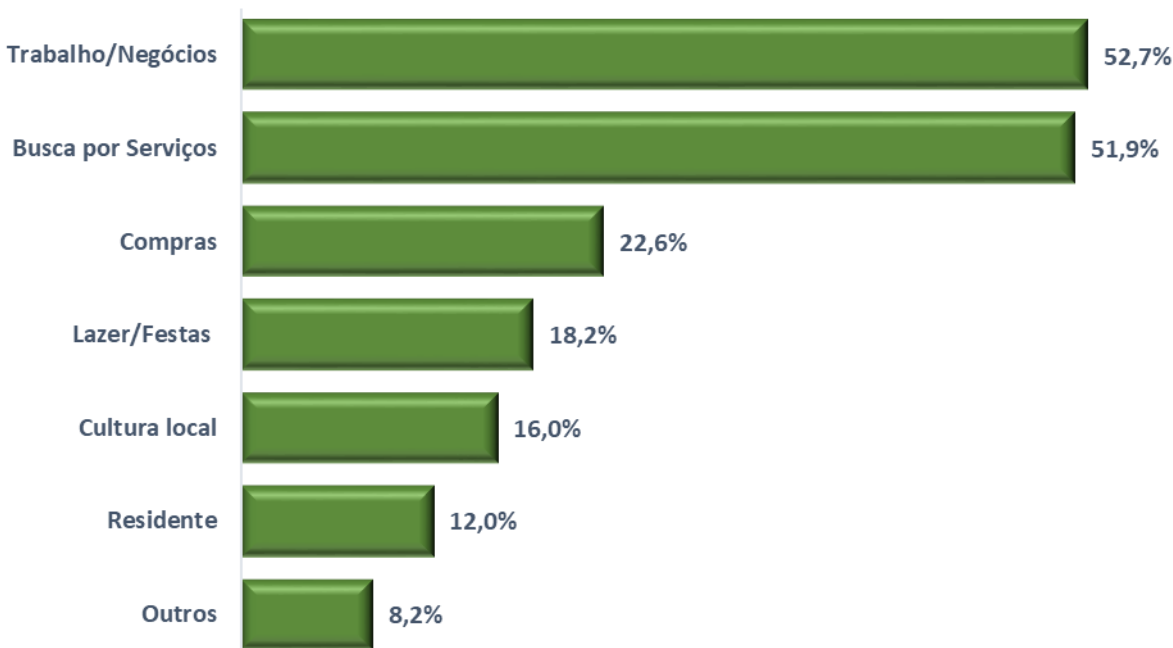


Tabela 3 – Razão que frequenta a Ribeira por tipo de público pesquisado. (Múltipla resposta)

Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de Linha	Consumidor	Empresário	Residente	Trabalhador
Trabalho/Negócios	23,6%	95,1%	10,0%	99,1%
Busca por Serviços	85,7%	42,7%	50,8%	14,5%
Compras	21,1%	26,2%	34,2%	9,4%
Lazer/Festas	23,0%	8,7%	21,7%	16,2%
Cultura local	18,0%	15,5%	19,2%	10,3%
Residente	1,9%	7,8%	40,0%	0,9%
Outros	0,6%	1,0%	31,7%	0,9%

Gráfico 3 – Em média, com que frequência você vai à Ribeira?

Fonte: Fecomércio RN

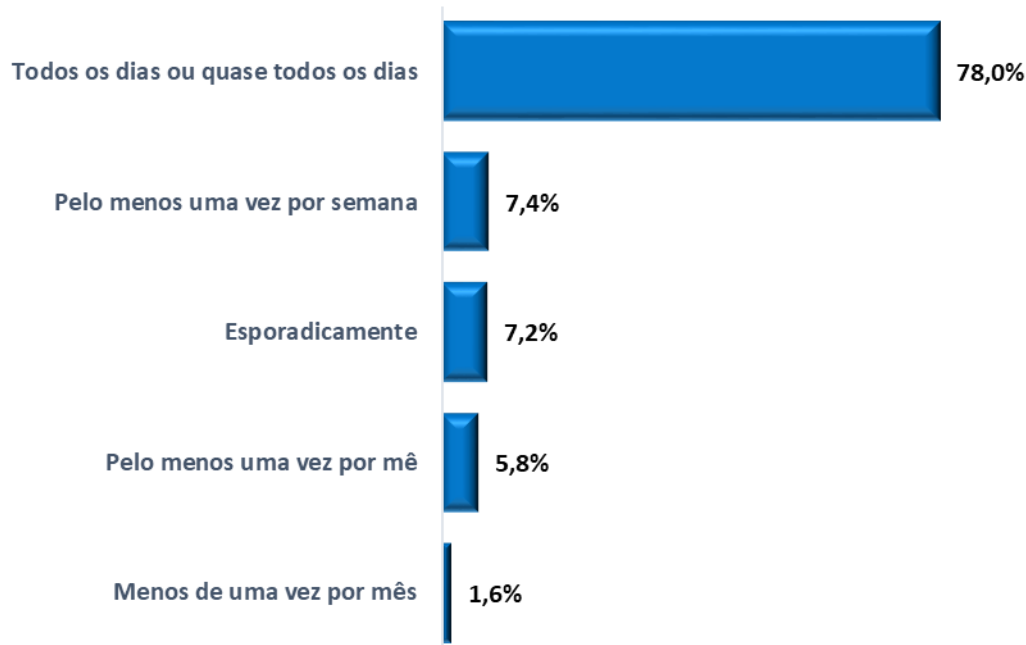


Tabela 4 – Frequência que vai à Ribeira por tipo de público pesquisado.

Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de Linha	Consumidor	Empresário	Residente	Trabalhador
Todos os dias ou quase todos os dias	34,2%	99,0%	99,2%	98,3%
Pelo menos uma vez por semana	21,7%	1,0%	0,0%	0,9%
Pelo menos uma vez por mês	18,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Menos de uma vez por mês	3,7%	0,0%	0,8%	0,9%
Esporadicamente	22,4%	0,0%	0,0%	0,0%

Gráfico 4 – Qual a imagem atual que você tem do bairro da Ribeira?

Fonte: Fecomércio RN

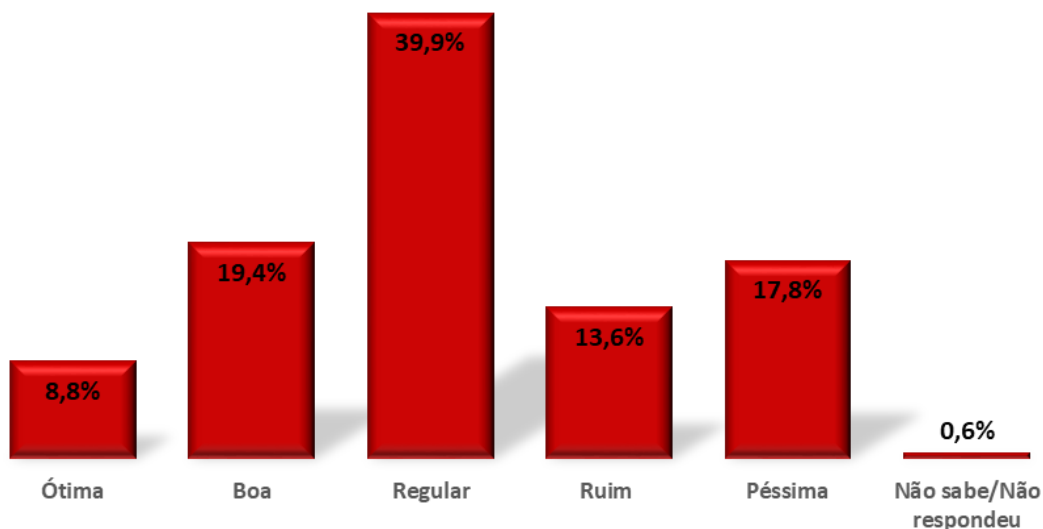


Tabela 5 – Imagem do bairro da Ribeira por tipo de público pesquisado.

Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de Linha	Consumidor	Empresário	Residente	Trabalhador
Ótima	5,6%	9,7%	11,7%	9,4%
Boa	16,1%	17,5%	26,7%	17,9%
Regular	49,1%	29,1%	32,5%	44,4%
Ruim	15,5%	19,4%	8,3%	11,1%
Péssima	12,4%	24,3%	20,0%	17,1%
Não sabe/Não respondeu	1,2%	0,0%	0,8%	0,0%

Aspectos Específicos

Gráfico 5 – Na sua opinião, por qual motivo os empresários fecham seus negócios no bairro da Ribeira?

Fonte: Fecomércio RN

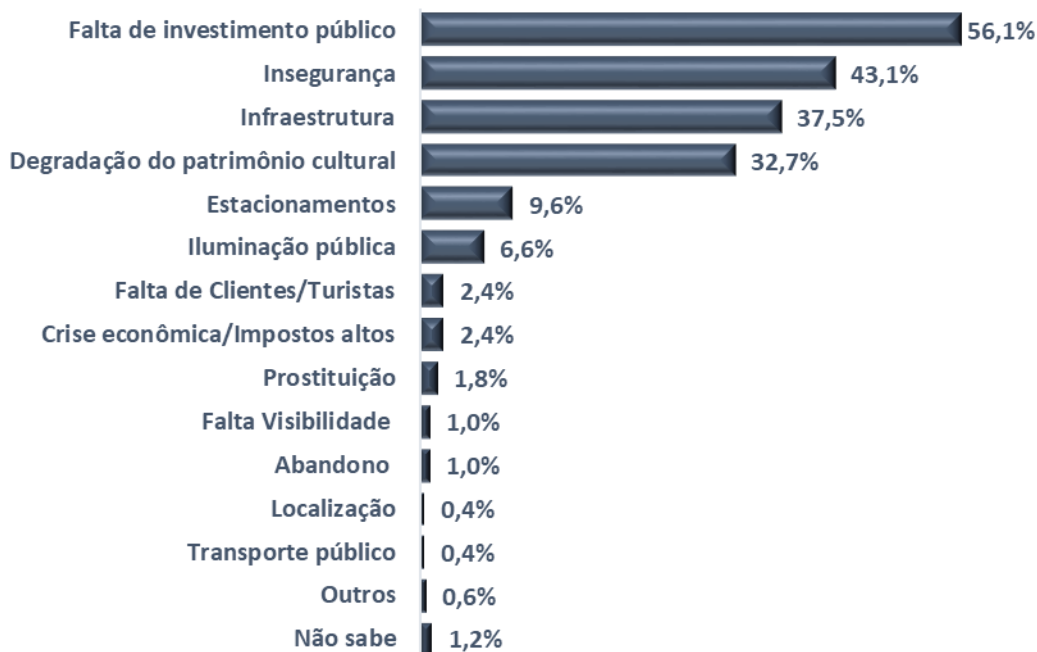


Tabela 6 – Motivos por tipo de público pesquisado.

Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de Linha	Consumidor	Empresário	Residente	Trabalhador
Falta de investimento público	52,2%	62,1%	55,8%	56,4%
Insegurança	43,5%	39,8%	45,8%	42,7%
Infraestrutura	37,3%	41,7%	30,8%	41,0%
Degradação do patrimônio cultural	32,3%	39,8%	30,0%	29,9%
Estacionamentos	13,0%	13,6%	3,3%	7,7%
Iluminação pública	5,0%	8,7%	10,8%	2,6%
Crise econômica/Impostos altos	2,5%	3,9%	0,8%	2,6%
Falta de Clientes/Turistas	3,1%	4,9%	0,8%	0,9%
Prostituição	1,2%	2,9%	1,7%	1,7%
Abandono	0,0%	1,0%	1,7%	1,7%
Falta Visibilidade	0,6%	1,0%	0,8%	1,7%
Transporte público	0,6%	0,0%	0,0%	0,9%
Localização	0,0%	1,9%	0,0%	0,0%
Outros	0,6%	0,0%	0,8%	0,9%
Não sabe	0,0%	1,0%	4,2%	0,0%

Gráfico 6 – Em relação a um projeto de revitalização do patrimônio histórico e cultural da Ribeira, o(a) Sr(a) diria que é:

Fonte: Fecomércio RN

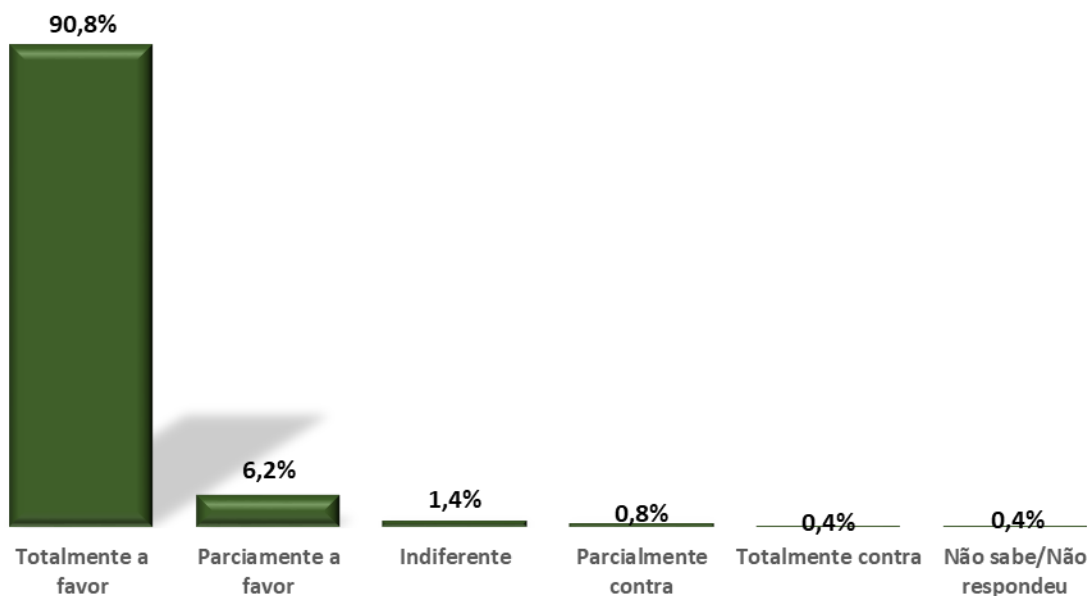


Tabela 7 – Projeto de revitalização por tipo de público pesquisado.

Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de Linha	Consumidor	Empresário	Residente	Trabalhador
Totalmente a favor	88,8%	91,3%	93,3%	90,6%
Parcialmente a favor	6,8%	3,9%	5,8%	7,7%
Indiferente	1,2%	2,9%	0,8%	0,9%
Parcialmente contra	2,5%	0,0%	0,0%	0,0%
Totalmente contra	0,0%	1,0%	0,0%	0,9%
Não sabe/Não respondeu	0,6%	1,0%	0,0%	0,0%

Dificuldades enfrentadas

Gráfico 7 – O (a) Sr. (a) enfrenta alguma dificuldade quando frequenta a Ribeira?

Fonte: Fecomércio RN

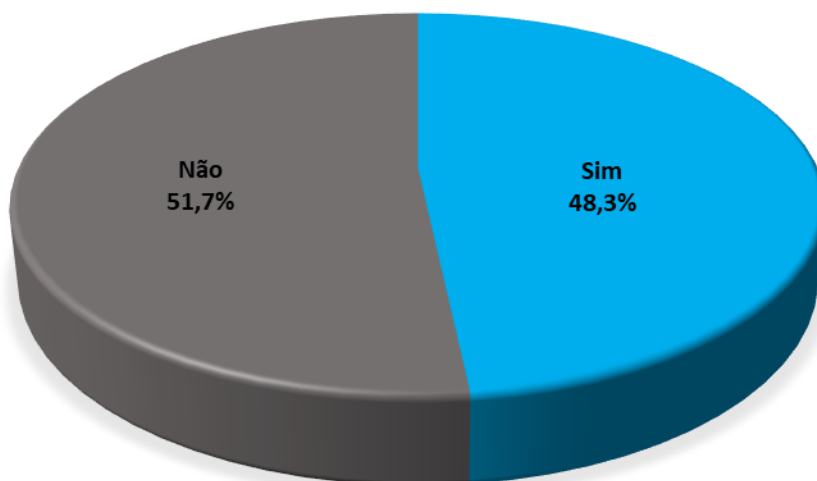


Tabela 8 – Sente dificuldade quando vai ao bairro, em relação ao tipo de público.

Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de Linha	Consumidor	Empresário	Residente	Trabalhador
Sim	48,8%	59,2%	41,2%	45,3%
Não	51,3%	40,8%	58,8%	54,7%

Tabela 9 – Dificuldades por tipo de público pesquisado.

Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de Linha	Total Geral	Consumidor	Empresário	Residente	Trabalhador
Segurança	37,7%	33,3%	35,5%	48,1%	37,0%
Estacionamento	16,5%	32,1%	11,8%	3,7%	10,9%
Transporte/Trânsito	9,2%	9,5%	5,3%	7,4%	17,4%
Infraestrutura	8,5%	4,8%	14,5%	5,6%	8,7%
Comércio	5,8%	4,8%	7,9%	3,7%	6,5%
Alagamentos/Esgotos	3,8%	0,0%	2,6%	11,1%	4,3%
Investimentos	3,1%	0,0%	5,3%	5,6%	2,2%
Acessibilidade	2,7%	4,8%	3,9%	0,0%	0,0%
Iluminação pública	2,3%	0,0%	3,9%	3,7%	2,2%
Abandono do bairro	1,9%	1,2%	1,3%	1,9%	4,3%
Limpeza	1,9%	1,2%	2,6%	1,9%	2,2%
Opções de lazer e cultura	1,5%	1,2%	1,3%	1,9%	2,2%
Patrimônio depredado	1,2%	1,2%	1,3%	0,0%	2,2%
Fluxo de pessoas	1,2%	1,2%	1,3%	1,9%	0,0%
Outros	2,7%	4,8%	1,3%	3,7%	0,0%

Gráfico 8 – Sobre as iniciativas culturais que acontecem no bairro, o (a) Sr. (a) considera:
 Fonte: Fecomércio RN

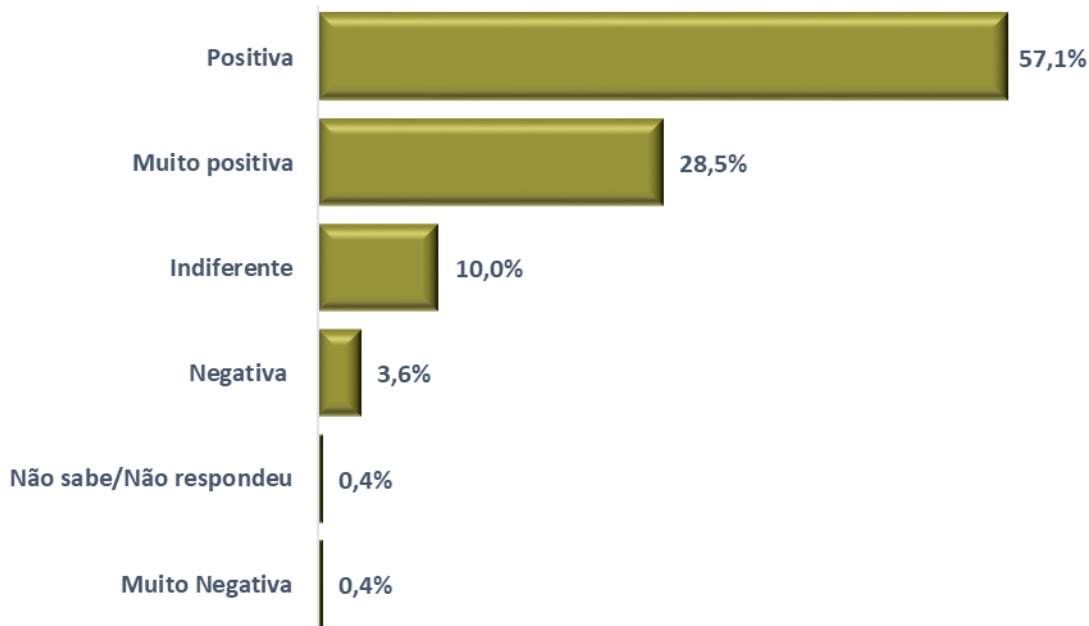


Tabela 10 – Sobre as iniciativas culturais que acontecem no bairro por tipo de público.
 Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de Linha	Consumidor	Empresário	Residente	Trabalhador
Muito positiva	24,2%	31,1%	35,0%	25,6%
Positiva	57,1%	52,4%	55,8%	62,4%
Indiferente	14,3%	12,6%	5,8%	6,0%
Negativa	3,1%	1,9%	3,3%	6,0%
Muito Negativa	0,0%	1,9%	0,0%	0,0%
Não sabe/Não respondeu	1,2%	0,0%	0,0%	0,0%

Gráfico 9 – Na sua opinião, investimento público na exploração do turismo cultural na Ribeira poderia dinamizar a economia local?

Fonte: Fecomércio RN

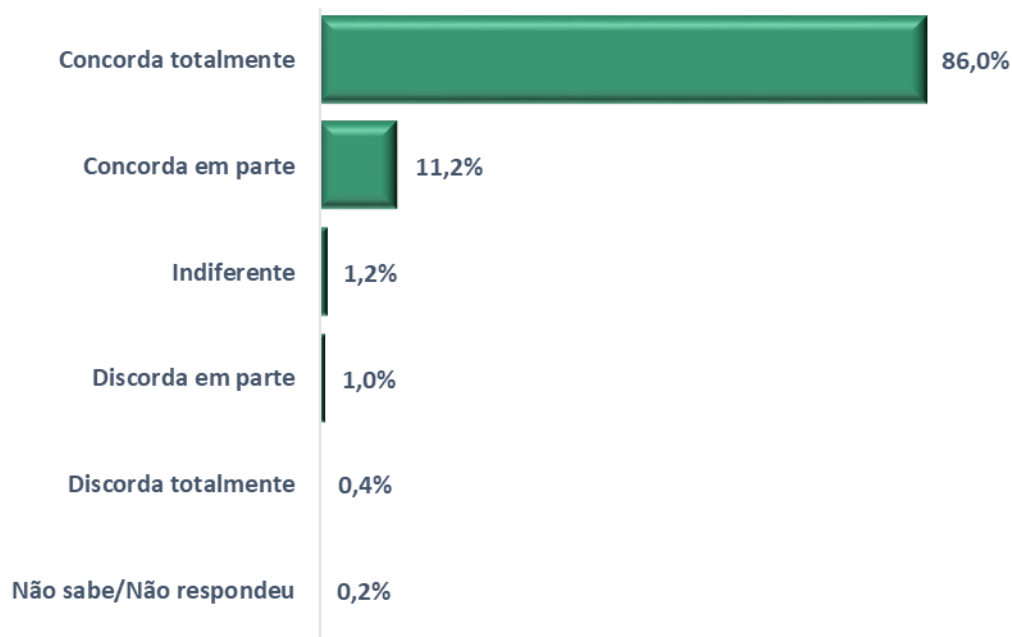


Tabela 11 – Investimento na exploração do turismo por tipo de público pesquisado.

Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de Linha	Consumidor	Empresário	Residente	Trabalhador
Concorda totalmente	85,1%	86,4%	87,5%	85,5%
Concorda em parte	11,8%	10,7%	9,2%	12,8%
Indiferente	0,6%	1,0%	3,3%	0,0%
Discorda em parte	1,9%	1,9%	0,0%	0,0%
Discorda totalmente	0,0%	0,0%	0,0%	1,7%
Não sabe/Não respondeu	0,6%	0,0%	0,0%	0,0%

Gráfico 10 – Na sua opinião, o comércio da Ribeira atende às necessidades dos consumidores?

Fonte: Fecomércio RN

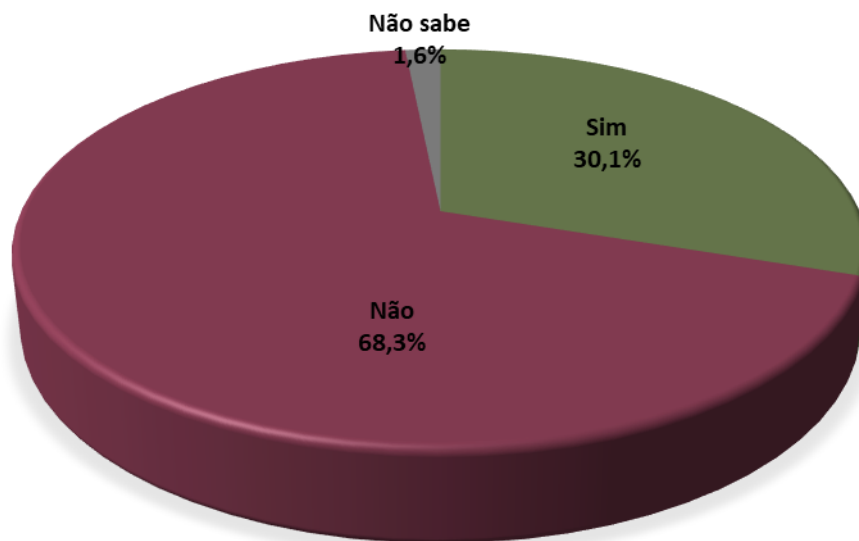


Tabela 12 – O comércio atende às necessidades dos consumidores, em relação ao tipo de público pesquisado.

Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de Linha	Consumidor	Empresário	Residente	Trabalhador
Sim	32,3%	22,3%	30,0%	34,2%
Não	65,8%	77,7%	69,2%	62,4%
Não sabe	1,9%	0,0%	0,8%	3,4%

Gráfico 11 – A infraestrutura e degradação do patrimônio histórico podem estar afastando os empresários e consumidores do bairro?

Fonte: Fecomércio RN

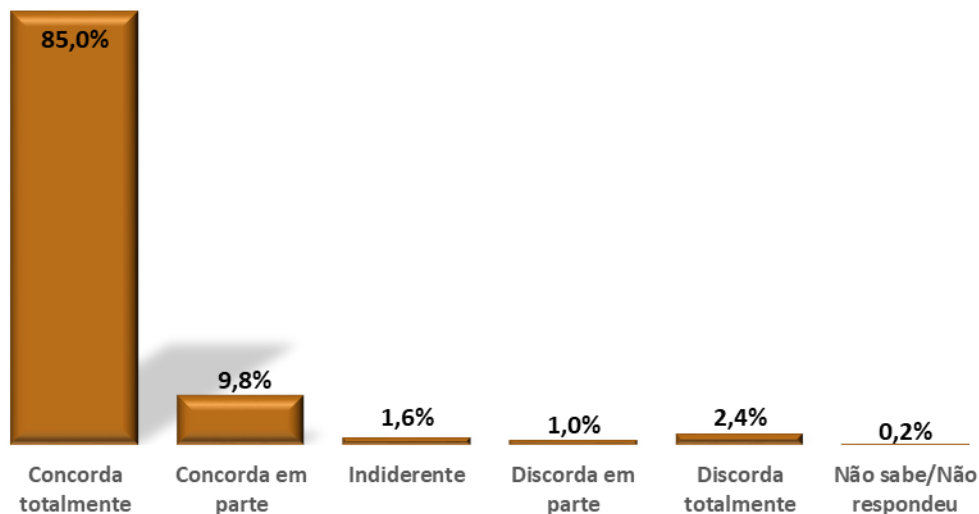


Tabela 13 – A infraestrutura e degradação do patrimônio histórico podem estar afastando os empresários e consumidores do bairro, em relação ao tipo de público pesquisado.

Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de Linha	Consumidor	Empresário	Residente	Trabalhador
Concorda totalmente	85,1%	90,3%	80,0%	85,5%
Concorda em parte	9,9%	8,7%	10,8%	9,4%
Indiferente	2,5%	0,0%	3,3%	0,0%
Discorda em parte	0,6%	0,0%	2,5%	0,9%
Discorda totalmente	1,2%	1,0%	3,3%	4,3%
Não sabe/Não respondeu	0,6%	0,0%	0,0%	0,0%

Avaliação dos itens

Gráfico 12 – Média de avaliação, conforme a escala de 1 a 5, em que o 1 corresponde “nenhum”, 2 “pouco”, 3 “razoável”, 4 “muito” e 5 “máximo”.

Fonte: Fecomércio RN



Tabela 14 – Média de avaliação por tipo de público pesquisado.

Fonte: Fecomércio RN

Itens	Consumidor	Empresário	Residente	Trabalhador
Nível de conhecimento sobre a história do bairro da Ribeira	2,88	3,17	2,85	2,56
Grau de envolvimento em relação a incentivos de projetos ou programas presentes na Ribeira	1,93	2,15	1,98	1,95
Preservação física dos patrimônios históricos culturais presentes no bairro	1,88	1,52	1,84	1,76
Valorização dos órgãos públicos e comunidade local em relação ao bairro da Ribeira	1,82	2,63	2,01	1,75
Nível de visitas de turistas no bairro	3,48	1,54	3,45	1,85
Atração de turistas pela estrutura atual presente no bairro	4,11	1,50	2,64	3,38
Contribuição do turismo cultural para o comércio local	3,05	3,58	3,49	1,93
Avaliação do comércio de bens e serviços presentes no bairro	2,93	3,08	2,40	2,26

Motivação

Tabela 15 – O que lhe levaria/estimularia a frequentar a Ribeira?

Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de Linha	%
Revitalização do bairro/Restauração do patrimônio histórico	21,8%
Investimento em Cultura/Lazer/Turismo	16,2%
Mais segurança	15,4%
Melhorar comércio/Mais comércios	15,0%
Investimento em Infraestrutura	13,6%
Eventos Culturais/Musicais/Festas/Diversão	11,8%
Incentivo econômico e cultural	3,8%
Opções de trabalho	2,8%
Mais serviços públicos/repartições públicas	2,4%
Divulgar a história da Ribeira	2,0%
Reabrir teatro	1,8%
Melhorar a Limpeza pública	1,8%
Isenção de impostos	1,6%
Melhorar estacionamento	1,0%
Atrair moradores	1,0%
Shopping	0,8%
Mais restaurantes/Gastronomia	0,8%
Mais incentivo para o esporte	0,8%
Melhorar Iluminação pública	0,6%
Abrir o porto para o público	0,6%
Restaurar a cultura local	0,4%
Projetos para crianças	0,4%
Praça	0,4%
Postos de saúde	0,4%
Mais organização	0,4%
Drenagem/Esgotos/Saneamento	0,4%
Volta de navios turísticos	0,2%
Valorização do bairro	0,2%
Trens	0,2%
Tirar os moradores de rua da Ribeira(Albergue)	0,2%
Tirar documentos	0,2%
Seguir o exemplo do Recife antigo	0,2%
Melhorar o transporte público	0,2%
Melhorar acessos ao rio Potengi e praia do meio	0,2%
Mais movimentação	0,2%
Funcionamento 24 horas	0,2%
Diversificação de entretenimento	0,2%
Atrair clientes	0,2%
Nenhum	2,2%
Não sabe	3,4%
Não respondeu	4,4%

Perfil dos entrevistados

Gráfico 13 – Sexo.
Fonte: Fecomércio RN

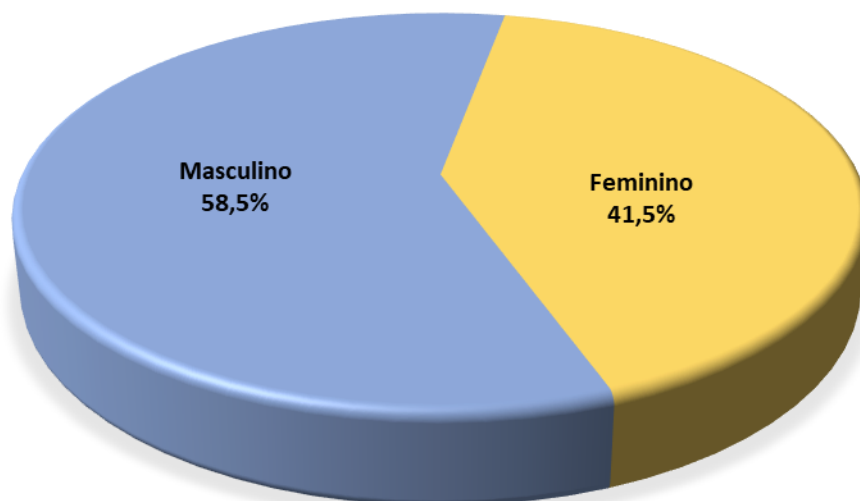


Gráfico 14 – Faixa etária.
Fonte: Fecomércio RN

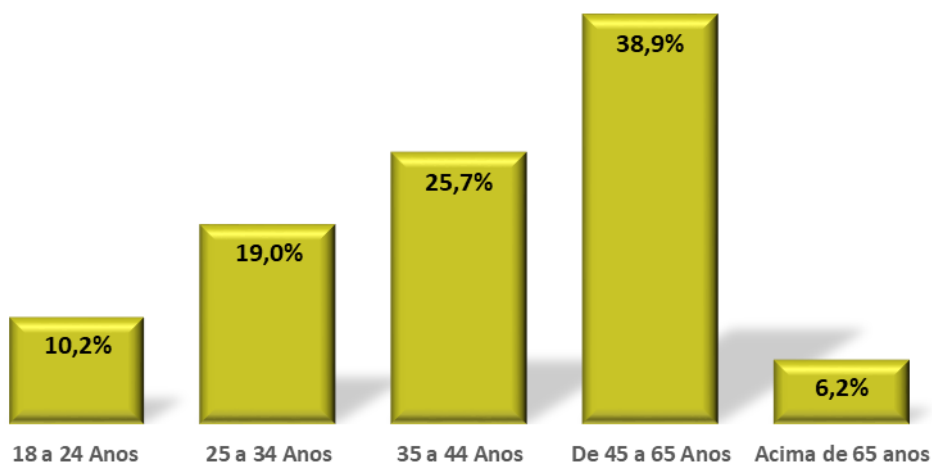


Gráfico 15 – Escolaridade.

Fonte: Fecomércio RN

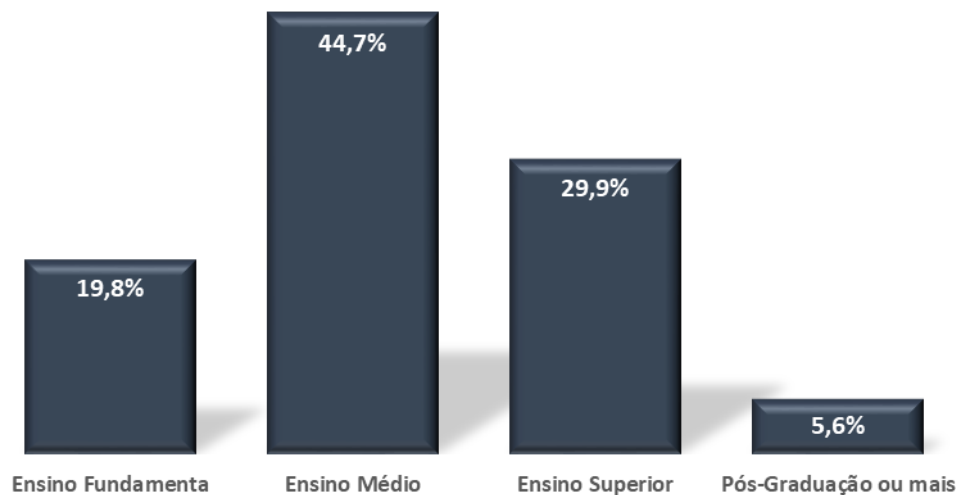


Gráfico 16 – Renda Familiar.

Fonte: Fecomércio RN

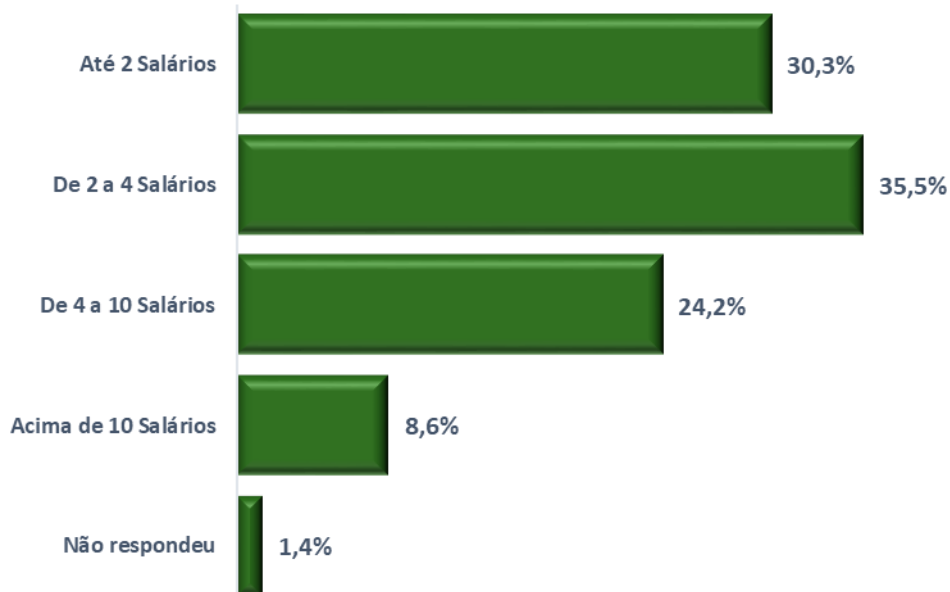


Gráfico 17 – Público pesquisado.

Fonte: Fecomércio RN

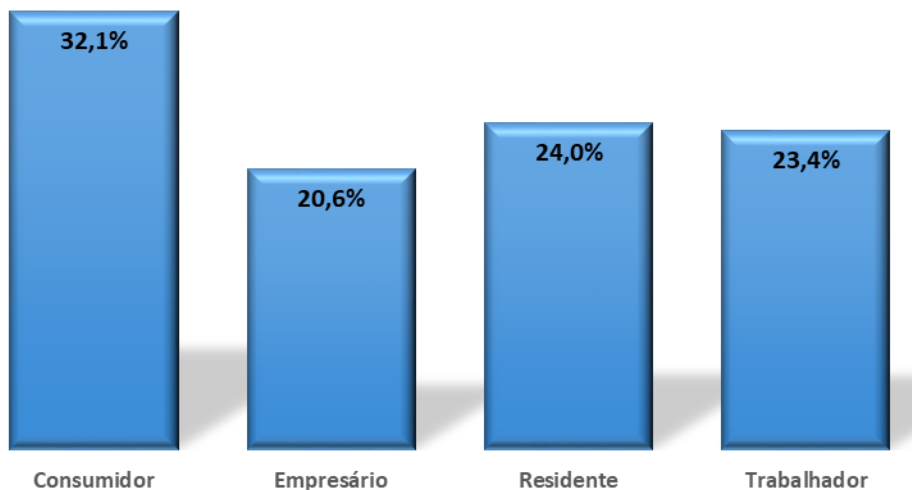


Tabela 16 – Cidade/bairro/conjunto que reside.

Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de Linha	%
Ribeira	30,5%
Parnamirim RN	4,8%
Lagoa Nova	4,6%
Planalto	2,6%
Rocas	2,6%
Potengi	2,0%
São Gonçalo do Amarante RN	2,0%
Tirol	2,0%
Pajuçara	1,8%
Petrópolis	1,8%
Macaíba RN	1,6%
Ponta Negra	1,6%
Cidade da Esperança	1,4%
Felipe Camarão	1,4%
Lagoa Azul	1,4%
Redinha	1,4%
Barro Vermelho	1,2%
Capim Macio	1,2%
Praia do Meio	1,2%
Extremoz - RN	1,2%
Cidade Alta	1,0%
Nossa Senhora da Apresentação	1,0%
Santarém	1,0%
Santos Reis	1,0%
Bairro Nordeste	0,8%
Candelária	0,8%
Bom Pastor	0,6%
Igapó	0,6%
Neópolis	0,6%
Nova Descoberta	0,6%
Alecrim	0,4%
Ceará Mirim - RN	0,4%
Dix Sept Rosado	0,4%
Jardim Petrópolis	0,4%
Lagoa Seca	0,4%
Mãe Luiza	0,4%
Pitimbu	0,4%
Areia Preta	0,2%
Cidade Praia	0,2%
Jardim Planalto	0,2%
Mirassol	0,2%
Quintas	0,2%
Tangara - RN	0,2%
Outros	19,6%
Não respondeu	0,2%

**FEDERAÇÃO DO COMÉRCIO DE BENS, SERVIÇOS E TURISMO DO
ESTADO DO RIO GRANDE DO NORTE**

**INSTITUTO DE PESQUISA E DESENVOLVIMENTO DO COMÉRCIO DE BENS,
SERVIÇOS E TURISMO DO ESTADO DO RIO GRANDE DO NORTE**

Marcelo Fernandes de Queiroz
Presidente

Jaime Mariz de Faria Júnior
Diretor Executivo

EQUIPE DE PESQUISA

Tiago Chacon Fontoura
Estatístico

*Hugo Sergio
Nivaldo Gonçalves
Elizabeth Pontes
Daniela Lourena*
Pesquisadores

João Maria Soares
Estagiário