



ECICS

ECOSSISTEMAS DE
COMPETITIVIDADE E INOVAÇÃO
EM COMÉRCIO E SERVIÇOS



PESQUISA

OPINIÃO DOS EMPRESÁRIOS SOBRE O CENTRO

JULHO 2022

Sumário

1. Apresentação	3
2. Aspectos Técnicos.....	4
3. Descrição dos resultados	5
Benefícios	5
Problemas.....	5
Estacionamento rotativo	5
Desempenho empresarial	6
Dificuldades enfrentadas.....	7
Capacitação e conhecimento	7
Entidade representativa	8
Conhecimento da VIVA O CENTRO	8
Associação	8
Perfil dos empreendimentos	9
4. Análise Gráfica	10
Benefícios.....	10
Problemas.....	10
Estacionamento rotativo	11
Desempenho empresarial	12
Dificuldades enfrentadas.....	12
Capacitação e conhecimento	13
Entidade representativa	13
Conhecimento da VIVA O CENTRO	14
Associação	15
Perfil dos Empreendimentos	17

1. APRESENTAÇÃO

O atual bairro da Cidade Alta, também chamado de "Centro", foi o local onde nasceu o município do Natal, Rio Grande do Norte, em 25 de dezembro de 1599. É considerado, portanto, o berço da cidade, sendo seu primeiro núcleo de povoamento. De acordo com dados do Censo 2010 do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), possui uma população de 7.123 habitantes.

Dados do PROSPECTA INTELIGÊNCIA DE MERCADO, mostram que o bairro possui cerca de 2.626 empresas nos segmentos de Comércio, Serviços, Indústria, Governo e Agronegócio. Sendo que desse montante, 1.504 são do segmento de serviços e 844 são do setor de comércio.

Nesse sentido, atendendo ao pleito da Associação Viva o Centro, o Instituto de Fecomércio RN (IFC) da Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Rio Grande do Norte (Fecomércio RN) aplicou uma pesquisa para avaliar o sentimento dos empresários do Centro sobre a situação atual do bairro, identificando problemas e potencialidades de melhorias.

Com isso, pretende-se coletar informações que possam ser úteis na definição de ações e estratégias que visem solucionar os problemas enfrentados pela classe empresarial da localidade.

2. ASPECTOS TÉCNICOS

O levantamento foi do tipo quantitativo, por amostragem, com aplicação de questionário estruturado e abordagem pessoal do tipo face a face. A metodologia utilizada consiste na aplicação de uma amostragem aleatória representativa do total de empresas situadas no bairro Cidade Alta.

A pesquisa ouviu 170 (cento e setenta) empresários e representantes do universo composto pelo total de empresas localizadas no bairro. A coleta dos dados ocorreu entre os dias 05 e 13 de julho de 2022. O erro amostral máximo atingido 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.

O questionário estruturado e padronizado constou de 20 (vinte) perguntas divididas entre fechadas, abertas e de múltiplas respostas. Alguns resultados podem não fechar em 100% devido aos arredondamentos e em função das perguntas de múltipla resposta.

Para a realização da pesquisa, utilizou-se uma equipe de entrevistadores contratados pelo IFC da Fecomércio RN, com experiência nesse tipo de trabalho. Após os trabalhos de campo, os questionários foram submetidos a uma inspeção para verificação das respostas e da adequação dos entrevistadores aos parâmetros amostrais, essas medidas são adotadas para garantir a qualidade e fidelidade dos dados coletados. A consistência dos dados foi verificada por meio de teste estatístico, avaliação do conteúdo, lógica ou via telefone.

Para análise dos dados fez-se uso de planilhas eletrônicas e criação de tabelas codificadas dos dados complementares colhidos. Foram utilizadas técnicas estatísticas para a análise das informações coletados.

Por fim, foi feita uma apreciação de forma descritiva e analítica, tirando conclusões que auxiliam a descrever a opinião dos entrevistados, através de interpretação de gráficos e tabelas.

3. DESCRIÇÃO DOS RESULTADOS

Benefícios

No levantamento, os empresários foram questionados sobre as vantagens de atuar no bairro. Cerca de três em cada dez (29,82%) afirmaram que a localização é o fator que mais prestigia as empresas da área. O fluxo de pessoas ficou em segundo lugar com 25,15% das citações. O baixo custo de manter a loja no local foi mencionado por 19,30% dos empreendedores ouvidos, enquanto a variedade de segmentos e serviços da região atingiu 13,45% das respostas. Além desses, proximidade dos concorrentes (8,77%) e horário diferenciado (7,60%) também foram considerados fatores importantes.

Problemas

Segundo os dados da pesquisa, o principal problema enfrentado pelos empreendedores do bairro é a insegurança na localidade, e 75,44% dos gestores ouvidos mencionaram este problema. Depois aparecem a falta de estacionamento (58,48%), falta de infraestrutura do bairro (29,24%), presença de ambulantes (18,13%), vias públicas esburacadas (12,87%), trânsito (11,70%), saneamento (9,36%), e outros.

Estacionamento rotativo

Um dos principais problemas enfrentados pelos empresários do bairro do Centro é a falta de estacionamento para os clientes. Deste modo, questionamos os empresários sobre a criação de um estacionamento rotativo no bairro. Nesse sentido, a pesquisa constatou que 85,38% dos gestores entrevistados se pronunciaram a favor da implantação do estacionamento rotativo. Apenas, 9,36% se pronunciaram de forma contrária a essa medida e 5,26% são indiferentes quanto ao assunto.

Em referência à criação do estacionamento rotativo, 79,53% dos empresários concordam que a implantação desse sistema irá contribuir positivamente para as vendas dos estabelecimentos, ao mesmo tempo que 9,94% alegaram que a medida não irá influenciar nas vendas das empresas e 10,53% são indiferentes acerca do assunto.

Desempenho empresarial

A pesquisa também buscou informações sobre o desempenho das empresas do bairro nos últimos 12 meses. A partir destas informações, é possível identificar elementos a serem melhorados e acertos a serem aprimorados.

Com relação aos itens que obtiveram variações positivas superiores às negativas, segundo avaliação dos empresários, destaque para o consumo de energia que para 38,01% aumentou nos últimos 12 meses. A inserção de novos produtos também teve incremento para 37,43% dos estabelecimentos pesquisados.

Acerca dos itens que, em sua maior parte, receberam avaliações negativas, que inspiram cuidado e ação específica, quanto ao desempenho nos últimos 12 meses. O primeiro foi o faturamento, no qual 57,89% dos empresários do centro disseram que a variação desse item nos últimos 12 meses caiu. Em seguida na tabela aparece o desperdício de itens, com 55,56% de respostas negativas; seguida da modernização da loja, com 49,71%, e produtividade, com 43,86% das menções que tiveram desempenho negativo no período analisado.

Ainda sobre o desempenho das empresas do Centro, para 71,35% dos gestores entrevistados, o custo de produção permaneceu igual nos últimos 12 meses. Para 60,23% dos empreendedores do bairro, não houve alteração no número de empregados no período analisado. Em 57,31% das empresas pesquisadas não houve inserção de novos produtos.

DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

Dificuldades enfrentadas

De acordo com os resultados da pesquisa, as principais dificuldades encontradas pelos empresários na condução das atividades do seu negócio, atualmente, dizem respeito à carga tributária elevada (52,05%); em seguida a falta de crédito bancário (27,49%), falta de estímulo (26,90%), problemas financeiros (23,98%), mão de obra pouco qualificada (17,54%), falta de mercado (15,79%), endividamento bancário (9,36%), competitividade (9,36%), entre outros.

Capacitação e conhecimento

Quando perguntados em relação à área de atuação que considera importante para obter capacitação, 54,97% gostariam de aperfeiçoar na área de marketing, visando melhorar a imagem da empresa, ampliar sua rede de relacionamentos e trabalhar a comunicação com clientes, parceiros e fornecedores. Outros 51,46% dos empresários consultados gostariam de aprimorar seus conhecimentos na área de gestão administrativa, pois com essa capacitação esperam compreender estratégias de como gerir melhor sua empresa. Logo após vem mídias sociais (39,18%), para descobrir potencialidades e características, de acordo com seu perfil, para que desenvolvam melhor a ideia do negócio. Depois surgem as capacitações em planejamento (32,75%), finanças (30,99%), inovação (28,65%), tecnologia (28,07%), logística (26,32%), varejo (23,39%), produção (15,20%) sustentabilidade (14,62%) e gestão ambiental (14,04%).

Os empresários pesquisados citaram formas de como as entidades representativas do setor podem contribuir para o desenvolvimento das empresas do bairro: 53,80% dos entrevistados disseram que as instituições podem contribuir através do oferecimento de orientação empresarial. Em seguida, foi citado o oferecimento de cursos (50,29%); depois aparece apoio ao crédito (38,60%). O apoio junto ao poder público (36,84%) também é encarado como formas de contribuição para o desenvolvimento das empresas. Treinamentos e capacitações em geral (33,92%) são fatores considerados importantes para a melhoria do desempenho empresarial local, assim como apoio na comercialização dos itens (29,8%); consultorias (26,90%) e melhorias de produtos e processos (19,30%). Os pontos relatados abrem um leque de possibilidades a serem trabalhadas pela entidade.

Entidade representativa

Quando perguntados sobre o grau de importância da empresa fazer parte de uma associação que represente o interesse dos empreendedores do bairro, o resultado da pesquisa aponta que 67,84% dos entrevistados acreditam ser importante a empresa fazer parte de uma associação que represente o interesse dos empresários do bairro. 17,54% dos empresários não consideram importante esse tipo de associação e 14,62% veem como indiferente fazer parte ou não de uma associação.

Conhecimento da VIVA O CENTRO

No que se refere ao conhecimento relacionado à Associação Viva o Centro, 32,75% dos empresários ouvidos confirmaram que conhecem as atividades entidade. Porém a maioria, 67,25% disse que não conhece nada sobre a Associação Viva o Centro.

Das empresas participantes da pesquisa, apenas 7,02% revelaram ser associadas à Viva o Centro, e dessas, 55% avaliaram como regular a atuação da entidade junto aos empresários do bairro. Outros 25% classificaram como ótima ou boa, e 20% consideram ruim ou péssima a atuação da entidade.

Associação

Entre os empresários que não são filiados, os dados revelam que a maioria (64,91%) não tem interesse em fazer parte da Associação Viva o Centro. À medida que 35,09% relataram interesse em fazer parte da Associação Viva o Centro.

Com relação aos motivos de não querer fazer parte da Viva o Centro, as respostas mais mencionadas foram: falta de conhecimento sobre a associação (37,50%); não percebe benefícios em estar associado (20,45%); não tem interesse algum em fazer parte (15,91%); empresa pequena (9,09%); a empresa não quer assumir o custo da associação (3,41%); entre outros (13,64%).

Atrair novos associados e oferecer um serviço de qualidade aos empresários são alguns dos desafios que as entidades representativas devem enfrentar. Para isso, é necessário desenvolver ações que viabilizem a proximidade com as empresas, a exemplo,

DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

realização de visitas dos gestores da entidade aos estabelecimentos, com a finalidade de identificar as necessidades e divulgar os produtos e serviços oferecidos pela associação, com isso irá garantir uma melhor perspectiva para todos que fazem parte do grupo associativo.

Perfil dos empreendimentos

A maior parte (40,35%) das empresas participantes da pesquisa são microempreendedores individuais (MEI); 39,77% são microempresas (ME); 4,09% se tratam de empresas de pequeno porte (EPP); e 11,70% dos entrevistados afirmaram que os estabelecimentos se enquadram como média ou grande empresa.

De acordo com a pesquisa, 31,08% dos estabelecimentos possuem até 5 colaboradores empregados; enquanto 68,92% têm 6 ou mais funcionários.

Sobre o tempo de atuação, verificou-se que a maioria (56,72%) das empresas possui menos de 10 anos de atuação no mercado, ao passo que 43,28% relataram que estão no mercado há mais de 10 anos.

Observou-se também que 80,70% das empresas visitadas eram matriz e 76,61% dos estabelecimentos participantes confirmaram que sempre atuaram no Centro.

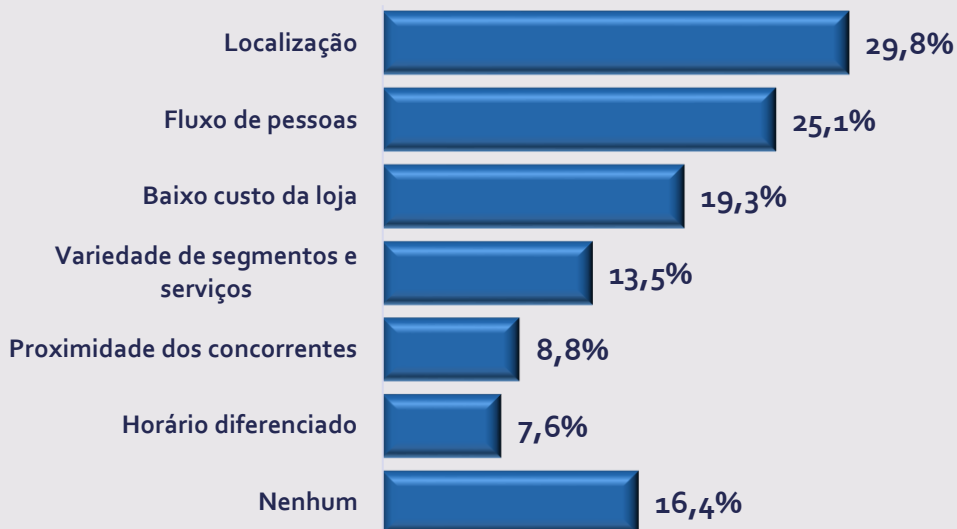
Esses e outros resultados podem ser vistos ao longo do relatório.

4. ANÁLISE GRÁFICA

Benefícios

Gráfico 1 – Na sua opinião, quais os principais benefícios de atuar no Centro? (Múltipla resposta)

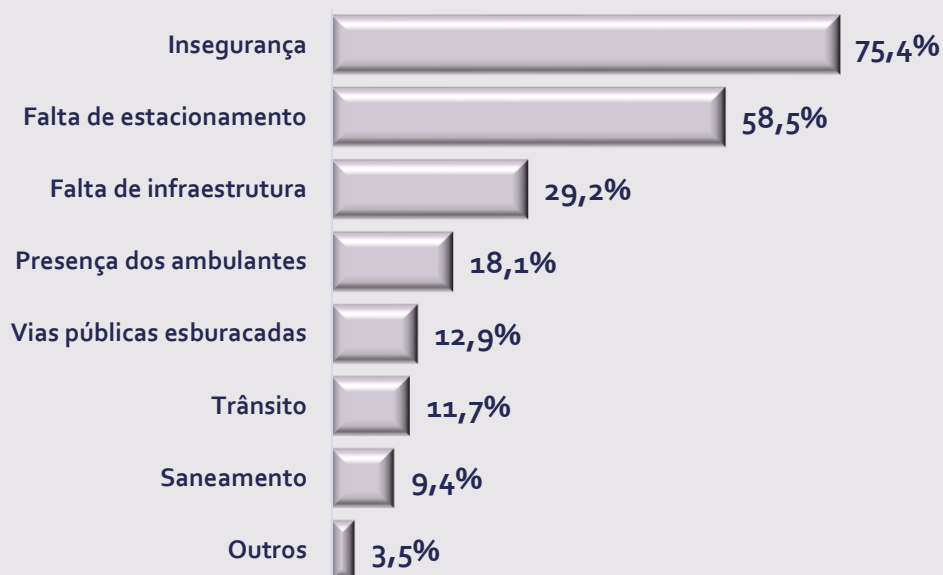
Fonte: Fecomércio RN



Problemas

Gráfico 2 – Na sua opinião, quais são os principais problemas que os empresários do Centro enfrentam no bairro? (Múltipla resposta)

Fonte: Fecomércio RN



Estacionamento rotativo

Gráfico 3 – O (A) senhor (a) é a favor ou contra a criação de estacionamento rotativo no bairro do Centro?

Fonte: Fecomércio RN

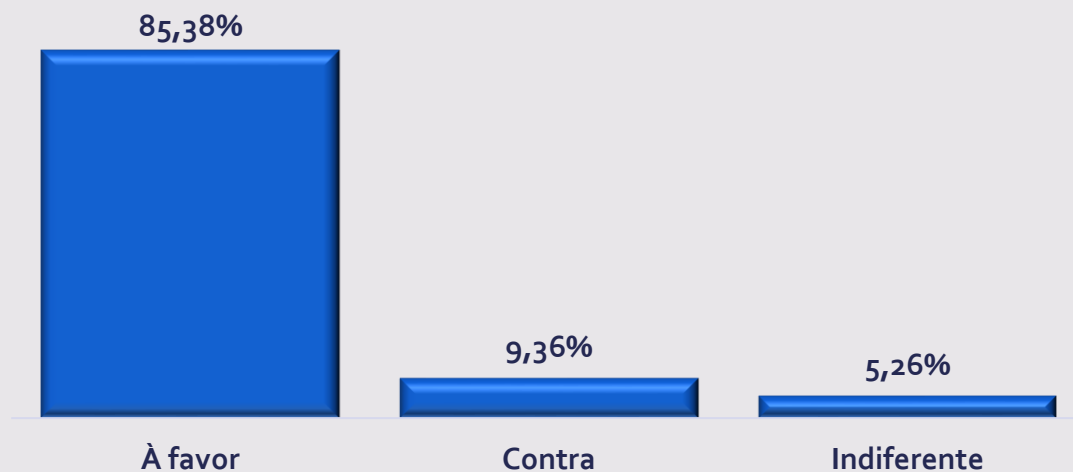
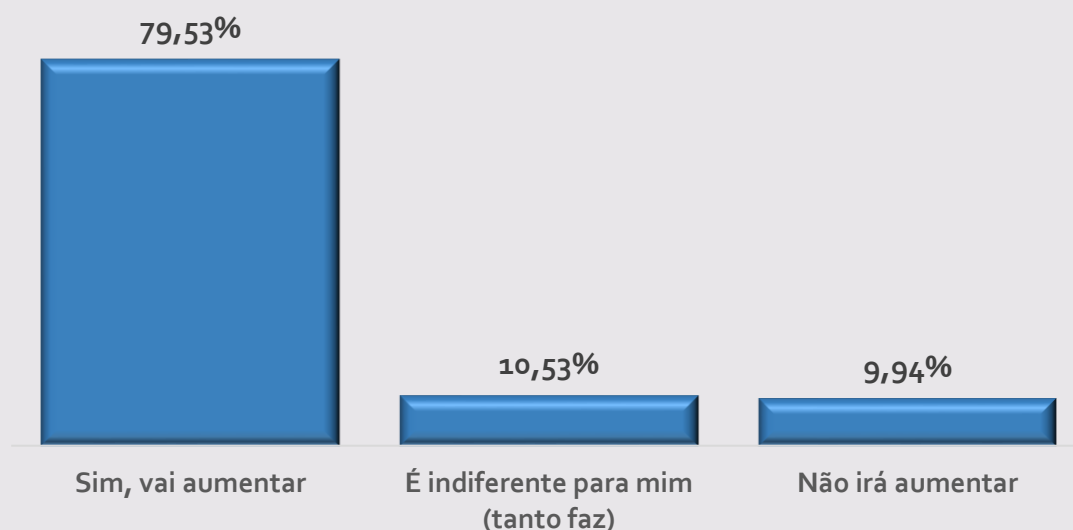


Gráfico 4 – O (A) senhor (a) acha que a criação de um estacionamento rotativo no bairro do Centro irá contribuir para aumentar suas vendas?

Fonte: Fecomércio RN



Desempenho empresarial

Tabela 1– Considerando os últimos 12 meses, indique se houve variação na sua empresa
Fonte: Fecomércio RN

ITENS	Positiva	Igual	Negativa
Número de empregados	8,77%	60,23%	30,99%
Faturamento	17,54%	24,56%	57,89%
Produtividade	19,88%	36,26%	43,86%
Número de clientes	36,26%	43,86%	19,88%
Desperdício	21,05%	23,39%	55,56%
Custos de Produção	5,85%	71,35%	22,81%
Qualidade dos produtos e serviços	16,96%	49,12%	33,92%
Consumo de energia	38,01%	52,05%	9,94%
Modernização da empresa	21,64%	28,65%	49,71%
Inserção de novos produtos	37,43%	57,31%	5,26%

Dificuldades enfrentadas

Gráfico 5 – Na condução das atividades empresariais, quais as principais dificuldades encontradas pela empresa atualmente? (Múltipla resposta)

Fonte: Fecomércio RN



Capacitação e conhecimento

Gráfico 6 – Quais áreas do conhecimento são importantes para os empresários do Centro obter capacitação?

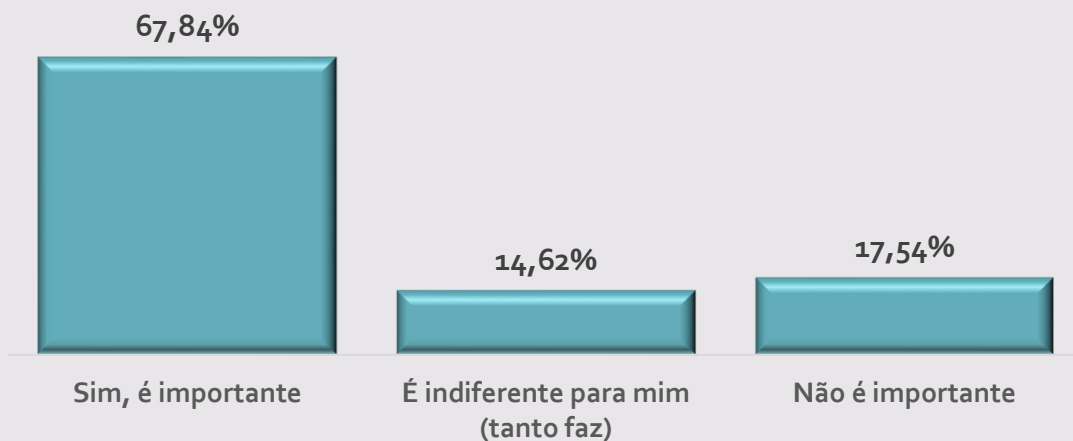
Fonte: Fecomércio RN



Entidade representativa

Gráfico 7 – O (A) senhor (a) acha importante fazer parte de uma associação que represente o interesse dos empresários do bairro do Centro?

Fonte: Fecomércio RN



Conhecimento da VIVA O CENTRO

Gráfico 8 – A sua empresa tem conhecimento da Associação Viva o Centro?

Fonte: Fecomércio RN

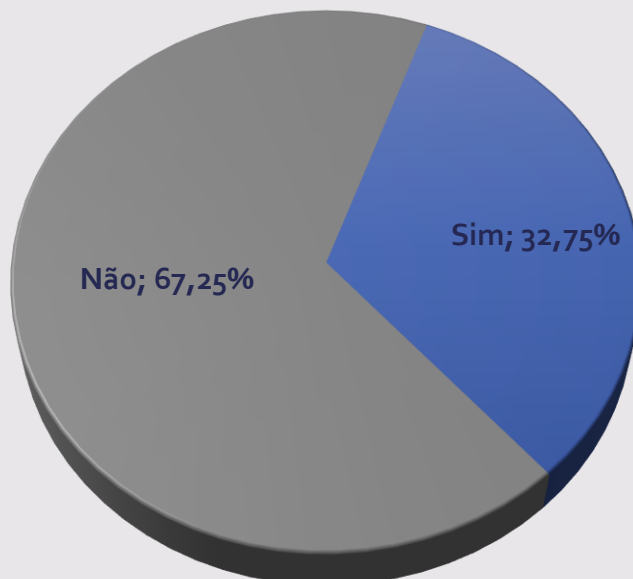


Gráfico 9 – A sua empresa é associada à Viva o Centro?

Fonte: Fecomércio RN

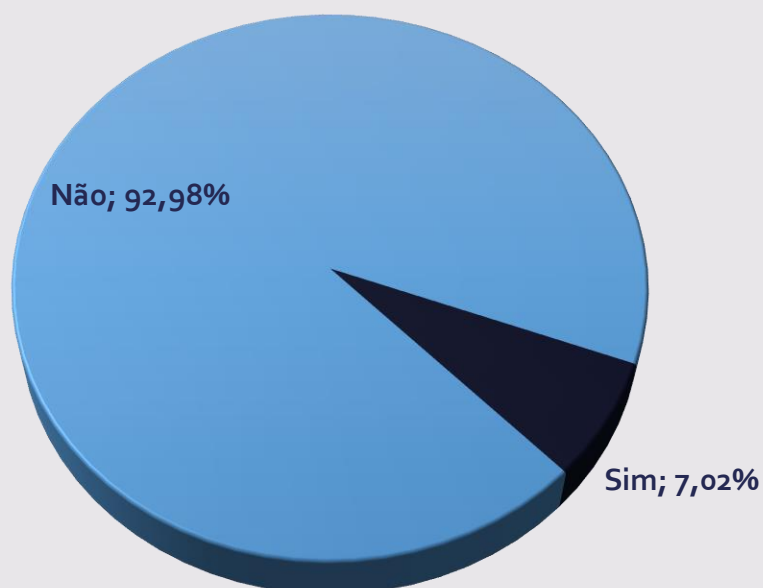
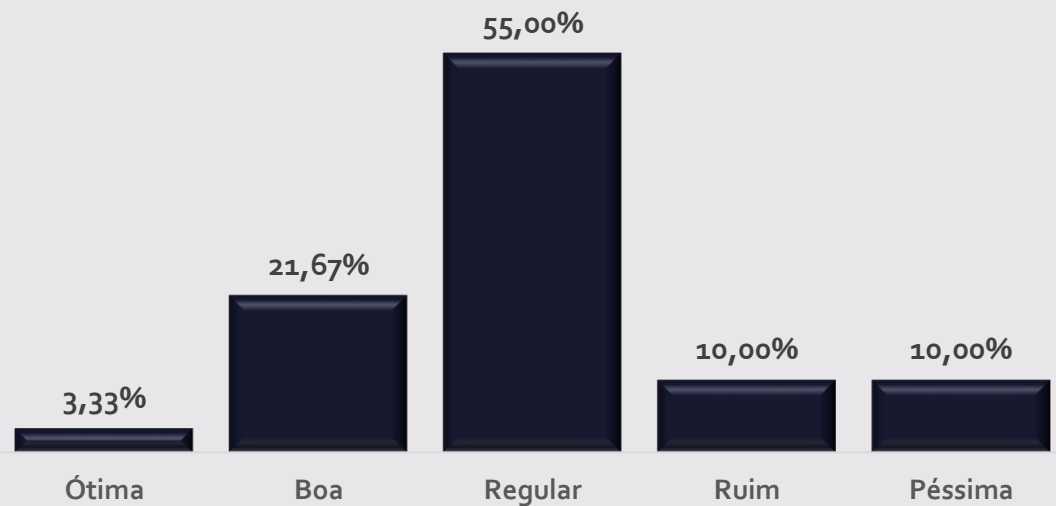


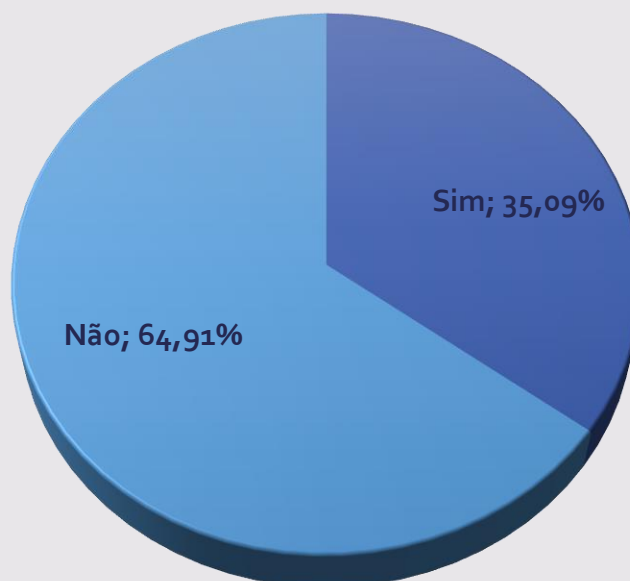
Gráfico 10 – (Para quem conhece) Como avalia a atuação da Viva o Centro?
Fonte: Fecomércio RN



Associação

Gráfico 11 – (Para quem não é associado) Tem interesse em fazer parte da Viva o Centro?

Fonte: Fecomércio RN



DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

Gráfico 12 – Porque não interesse em fazer parte da Viva o Centro?

Fonte: Fecomércio RN

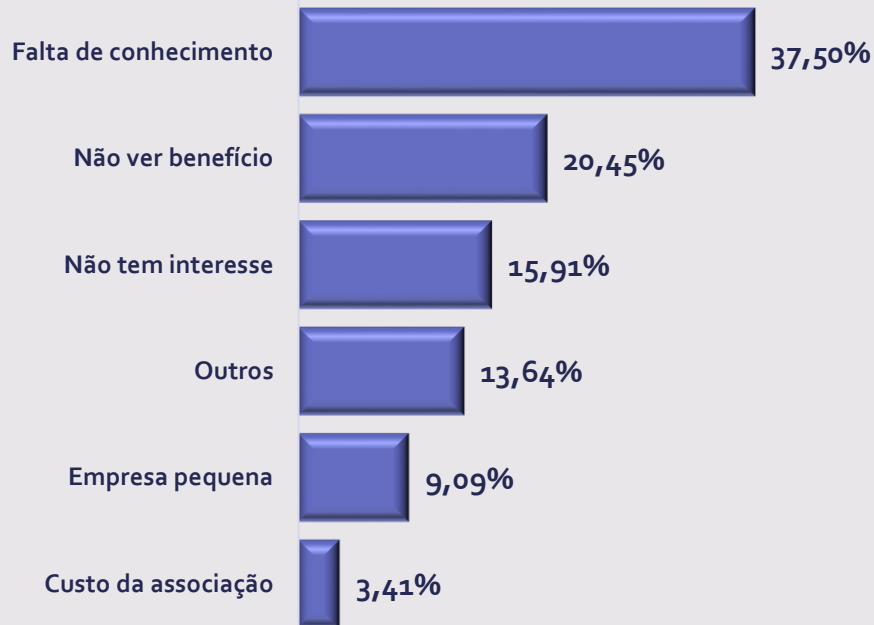


Gráfico 13 - Como a Viva o Centro e a Fecomércio podem contribuir para o desenvolvimento de sua empresa?

Fonte: Fecomércio RN



Perfil dos Empreendimentos

Gráfico 14 – Perfil das empresas.
Fonte: Fecomércio RN

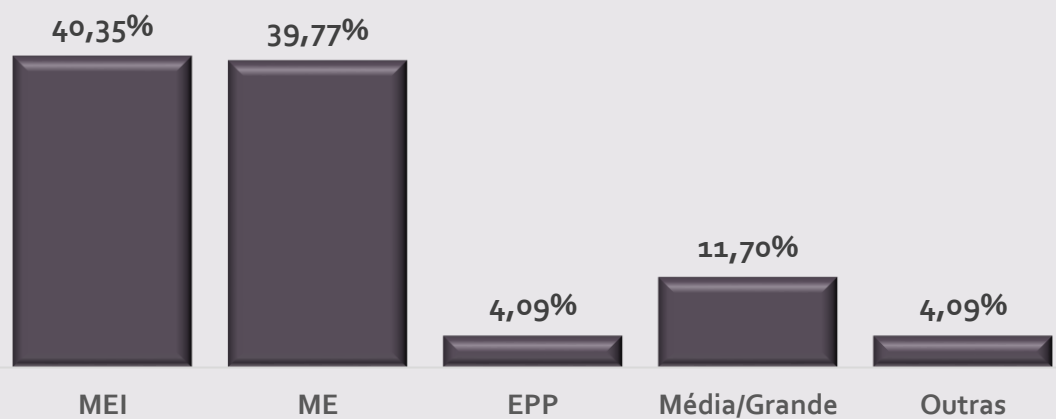
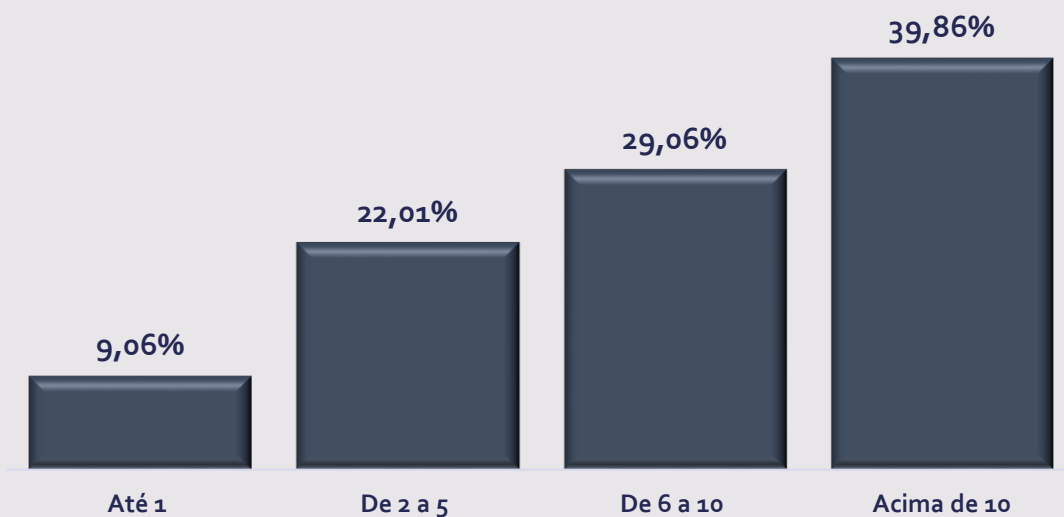


Gráfico 15 – Número de empregados
Fonte: Fecomércio RN



DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

Gráfico 16 – Tempo de atuação da empresa?

Fonte: Fecomércio RN

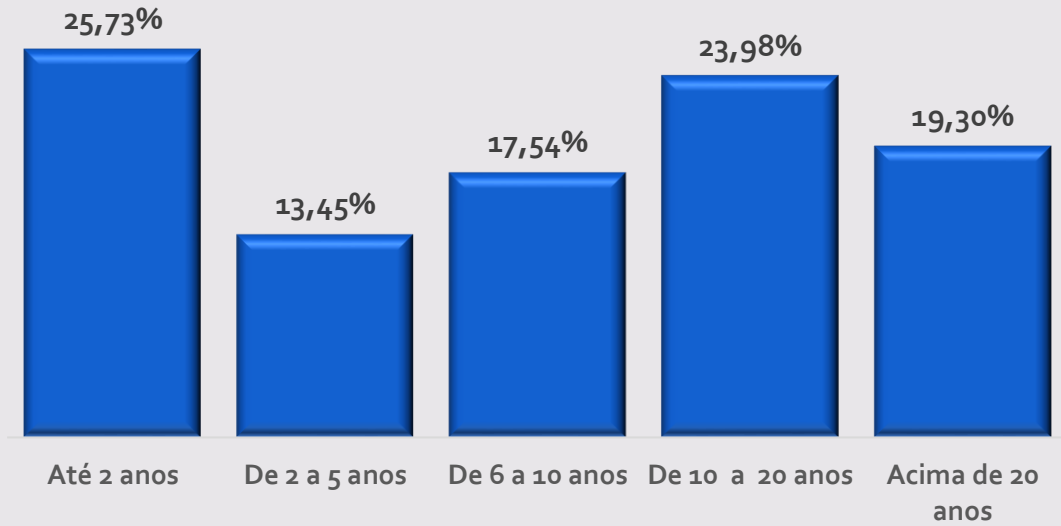


Gráfico 17 – Empresa é matriz ou filial?

Fonte: Fecomércio RN

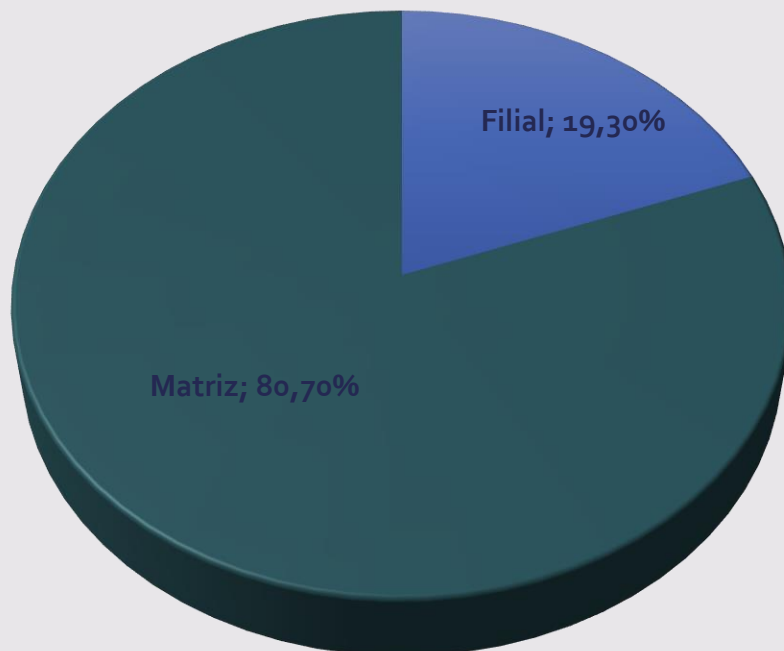
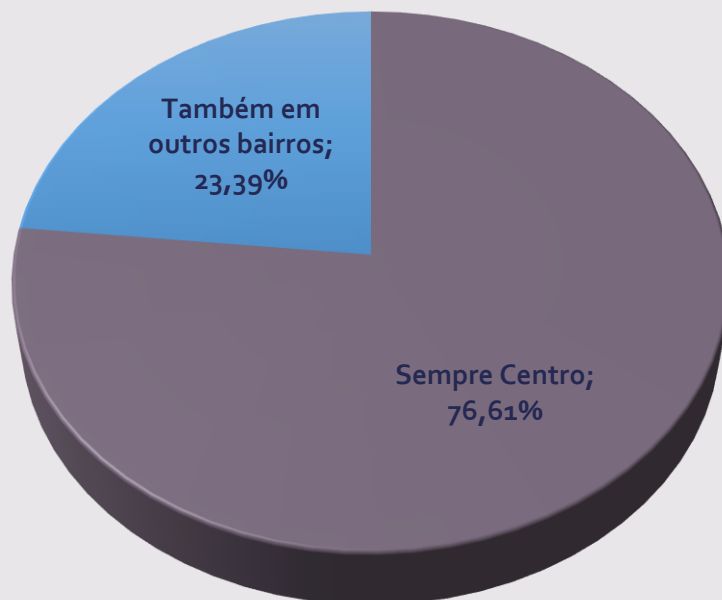


Gráfico 18 – Sempre atuou no Centro ou também em outros bairros?
Fonte: Fecomércio RN



DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

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

Marcelo Fernandes de Queiroz

DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE DA FECOMÉRCIO RN

Luciano Kleiber

Diretor

Lívia Aires

Assessora Técnica

Ágata Menezes

Estagiária

EQUIPE DE PESQUISA DA FECOMÉRCIO RN

Tiago Chacon Fontoura

Estatístico

Maria Glória

Jacqueline Aires

Maria Eduarda

Josiel Soares

Rogério Antunes

Pesquisadores