

PERCEPÇÕES E HÁBITOS DO SANTISTA QUANTO À FREQUÊNCIA AO CENTRO HISTÓRICO DA CIDADE

INTRODUÇÃO

O NESE - Núcleo de Pesquisas e Estudos Socioeconômicos da Universidade Santa Cecília está portanto disponibilizando os dados pertinentes ao projeto idealizado pelo Santos e Região Convention & Visitors Bureau para identificar os hábitos da população residente na cidade de Santos quanto à frequência no Centro Histórico (região compreendida pelo projeto Alegria Centro), visando às atividades de lazer, compras e outras, bem como identificar razões ou motivações para que a frequência não ocorra, ou ainda identificar o que deseja a população para que o Centro Histórico se torne mais freqüentado.

O formulário utilizado nesta pesquisa foi desenvolvido em conjunto com entidades de classe e demais interessados, de forma a atender aos vários anseios. Foi elaborado com perguntas abertas e fechadas e as entrevistas foram realizadas em locais de grande concentração de munícipes, como feiras, shopping's, mercados, equipamentos de lazer etc.

ASPECTOS METODOLÓGICOS

Este documento apresenta as opiniões da população residente em Santos, com idade superior a 17 anos, sendo abrangidos todos os bairros da cidade onde foram realizadas 600 entrevistas de forma presencial.

A fim de validar o cálculo da amostra aleatória total utilizada, foram escolhidas características correlatas da população em estudo, onde cada item de semelhança entre os componentes desta população possuía a mesma probabilidade de ser incluído neste cálculo e na aplicação da amostra definida em campo, de forma a preservar sua representatividade sobre o todo (o universo em estudo). Em todo o processamento dos formulários de pesquisa preenchidos, utilizou-se o software SPSS, banco de dados com recursos estatísticos, voltado para a coleta de dados e tratamento das informações.

Aspectos pessoais

O tópico “aspectos pessoais” demonstra as características comuns do entrevistado. Aborda temas específicos que facilitarão sua identificação nos itens: sexo, faixa etária, grau de instrução, renda familiar média mensal, tempo médio de residência na cidade e classe econômica.

Tempo médio de residência na cidade

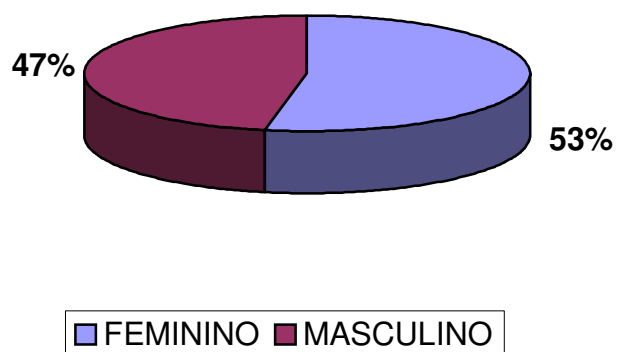
	Frequência	Percentual
22 a 32 anos	167	27,83
33 a 43 anos	119	19,83
01 a 10 anos	115	19,17
11 a 21 anos	96	16,00
44 a 54 anos	70	11,67
55 a 65 anos	18	3,00
Acima de 65 anos	14	2,33
Não Informou	1	0,17
Total	600	100,00

Sexo dos pesquisados

A amostra foi realizada em 600 pessoas, sendo 318 do sexo feminino (53%) e 282 do sexo masculino (47%), ou seja, um equilíbrio entre os sexos participantes, também por decorrência das características da cidade que detém maior número de mulheres do que homens.

	Frequência	Percentual
FEMININO	318	53,00
MASCULINO	282	47,00
Total	600	100

Sexo dos Pesquisados

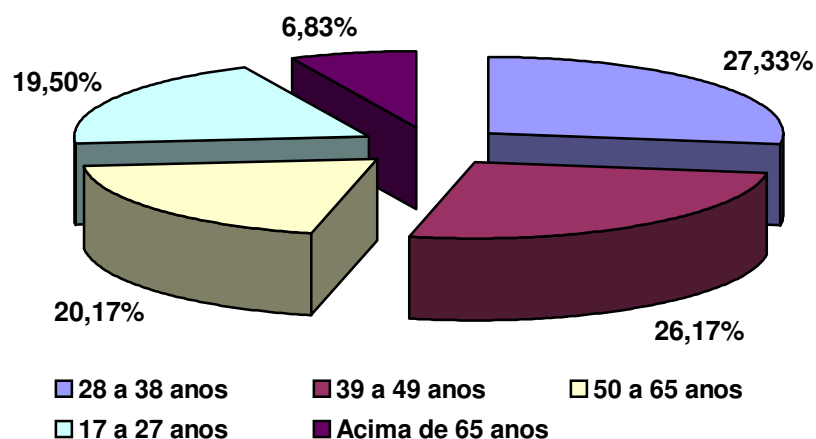


IDADE

A faixa etária dos entrevistados foi estabelecida como inicial aos 17 anos, devido à necessidade de abranger um público heterogêneo em que o mais jovem tenha oportunidade de se manifestar sobre o tema e por ser um personagem interessado e determinante nas atividades de lazer, bem como identificar os interesses deste tipo de público. A faixa etária de maior predominância está entre os 28 e 38 anos.

Faixa de idades	Frequência	Percentual
28 a 38 anos	164	27,33
39 a 49 anos	157	26,17
50 a 65 anos	121	20,17
17 a 27 anos	117	19,50
Acima de 65 anos	41	6,83
Total	600	100

Faixa Etária dos Pesquisados



Grau de Instrução

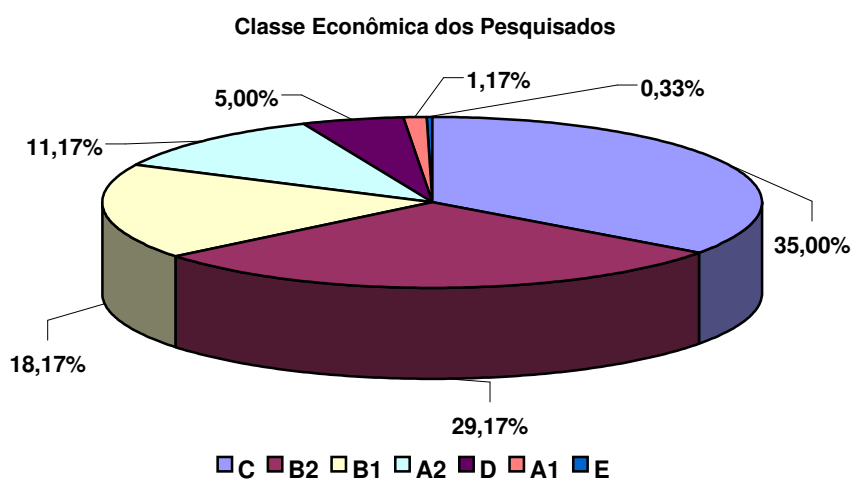
A maior frequência está no grau de instrução médio completo com 34,7%, vindo, na seqüência, o superior completo com 22,67%, o fundamental incompleto também foi bastante importante e surpreendeu pela alta frequência.

Situação da escolaridade	Frequência	Percentual
Analfabeto	3	0,50
Fundamental incompleto	125	20,83
Fundamental completo	44	7,33
Médio incompleto	23	3,83
Médio completo	208	34,67
Superior incompleto	39	6,50
Superior completo	136	22,67
Pós-graduado incompleto	4	0,67
Pós-graduado completo	13	2,17
Mestrado incompleto	1	0,17
Mestrado completo	3	0,50
Doutorado completo	1	0,17
Total	600	100

Classificação Econômica

As classes econômicas mais identificadas foram a C e B, que representaram a maioria dos entrevistados. As classes de mais posses A1 e A2 atingem a 12% da amostra.

	Freqüência	Percentual
C	210	35,00
B2	175	29,17
B1	109	18,17
A2	67	11,17
D	30	5,00
A1	7	1,17
E	2	0,33
Total	600	100



A amostra identificou que os participantes em sua maioria mulheres, residem na cidade há mais de 10 anos (mais de 80%), predominantemente com escolaridade entre o ensino médio completo e superior completo e idades bem variadas entre os dezessete anos e a mais de 65%, tendo maior freqüência entre os 28 e 38 anos. Quanto à classe econômica, predominou a classe C, mas seguida da classe B, totalizando, entre as duas classes, 82% da amostra.

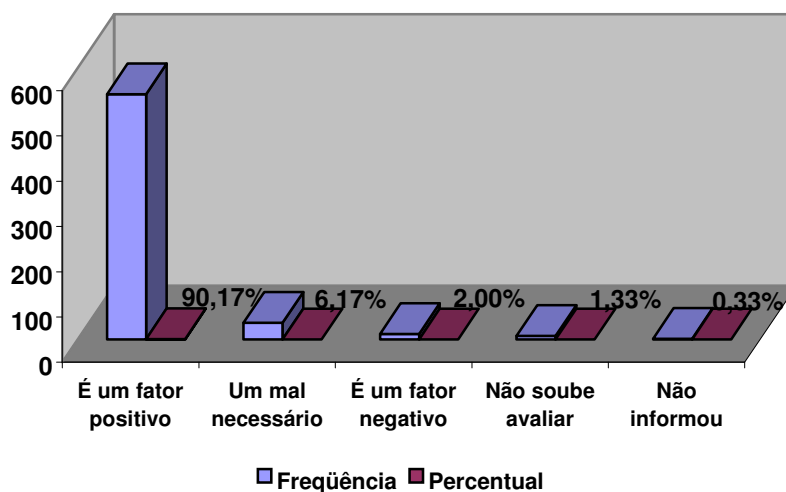
A importância do turismo segundo o munícipe

A população, em sua maioria, está consciente da importância do turismo de que é um fator positivo a vinda do turista, entretanto 6% ainda têm ressalvas e 2% acham que o turista representa um fator negativo.

Em relação aos turistas que visitam a cidade, o (a) Sr. (a). considera que?

	Frequência	Percentual
É um fator positivo	541	90,17
Um mal necessário	37	6,17
É um fator negativo	12	2,00
Não soube avaliar	8	1,33
Não informou	2	0,33
Total	600	100

A importância do turismo segundo o munícipe



Quanto ao principal gerador de renda da cidade, o comércio e o porto têm na população os principais motivadores, o turismo aparece em terceiro lugar com apenas 8,8%.

Qual é, no seu entendimento, o principal gerador de emprego e renda atualmente na cidade?

	Frequência	Percentual
Comércio	249	41,50
Porto	227	37,83

Turismo	53	8,83
Serviços	24	4,00
Indústria	23	3,83
Setor público	14	2,33
Outros	9	1,50
Não informou	1	0,17
Total	600	100

Outros quais?

	Freqüência	Percentual
Não soube informar	2	22,22
Nenhum	6	66,67
O Trabalho voltado para o idoso	1	11,11
Total	9	100

DADOS CARACTERÍSTICOS RELATIVOS À CIDADE

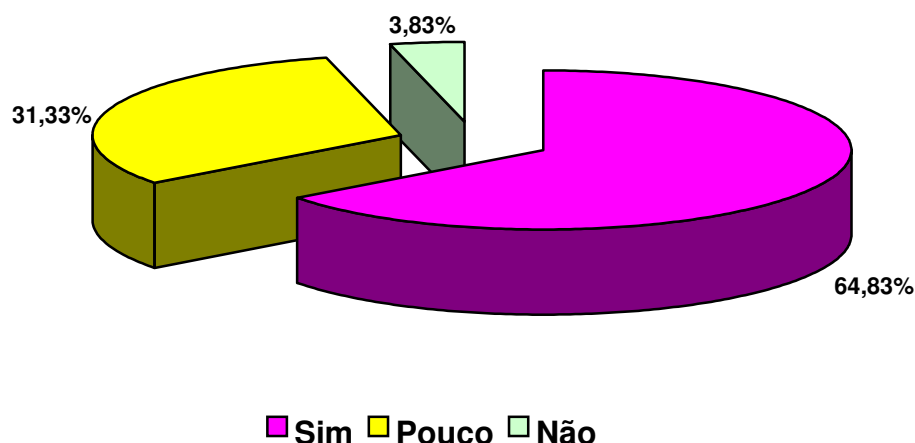
Freqüência em pontos turísticos

Ao serem perguntados sobre o conhecimento dos pontos turísticos de Santos, a maioria afirmou ter conhecimento, mas 31% admitem conhecer pouco e quase 4% afirmam não conhecer.

O (a) Sr (a) conhece os pontos turísticos de Santos?

	Freqüência	Percentual
Sim	389	64,83
Pouco	188	31,33
Não	23	3,83
Total	600	100

Conhece os pontos turísticos de Santos



No entanto, ao serem perguntados sobre o ponto turístico que mais atrai turista, foram citados, em primeiro lugar, a praia e o aquário por quase 82% dos respondentes, em terceiro, com apenas 4,67%, o centro histórico. Os pontos turísticos do centro, de forma específica, foram citados por poucas pessoas como bonde, Bolsa do café, Monte serrat, Engenho dos Erasmos. Na realidade, pode-se afirmar que os pontos turísticos são efetivamente pouco conhecidos da grande maioria da população. Citações como Museu Pelé são exemplos da falta total de conhecimento.

Qual ponto turístico o (a) Sr. (a). acha que mais está atraindo turista?

	Freqüência	Percentual
Praia	339	56,50
Aquário	156	26,00
Centro histórico	28	4,67
Não informou	18	3,00
Bonde	16	2,67
Bolsa do café	7	1,17
Monte Serrat	7	1,17
Coliseu	3	0,50
Eventos	3	0,50
Orquidário	3	0,50
Engenho dos Erasmos	2	0,33
Gonzaga	2	0,33

Museu Pelé	2	0,33
Rua XV de Novembro	2	0,33
Igreja do Valongo	1	0,17
Jardins da praia	1	0,17
Museu do mar	1	0,17
Negócios	1	0,17
Organização da cidade	1	0,17
Passeios de escunas	1	0,17
Pier do pescador	1	0,17
Pinacoteca	1	0,17
Porto	1	0,17
Sambódromo	1	0,17
Shopping	1	0,17
Vila Belmiro	1	0,17
Total	600	100

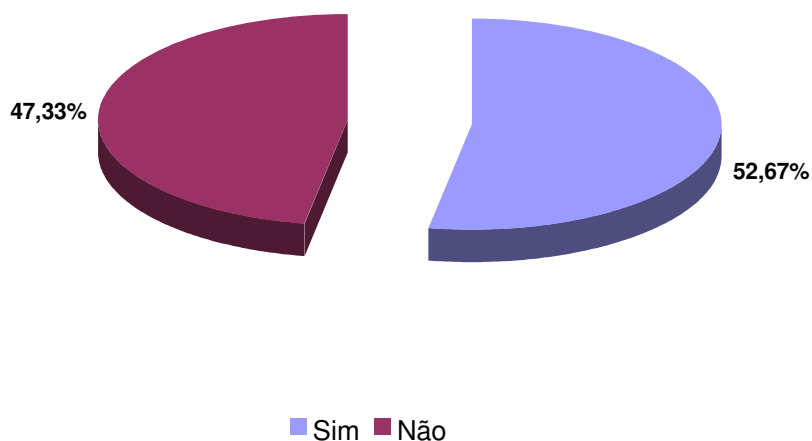
Alegra Centro

O projeto Alegra Centro está tendo sua popularidade avaliada neste quesito, onde quase 53% dos entrevistados afirmam conhecer o projeto.

O (a) Sr (a) já ouviu ou leu sobre o Alegra Centro?

	Freqüência	Percentual
Sim	316	52,67
Não	284	47,33
Total	600	100

Já ouviu ou leu sobre o Alegria Centro?



No entanto ao serem questionados sobre a finalidade do Alegria Centro 14,55% dos que já ouviram falar não souberam responder, os demais deram respostas que permitem avaliar o baixo nível de conhecimento da abrangência programa.

Se sim, qual a finalidade?

	Freqüência	Percentual
Restaurar o centro	155	49,05
Não sabe	46	14,55
Incentivar o turismo	32	10,13
Atrair pessoas para o centro	30	9,49
Divulgação do centro	13	4,11
Lazer	10	3,16
Desenvolver o comércio e o turismo	6	1,90
Relembrar a história de santos	5	1,58
Atração cultural	3	0,95
Atrair turistas	3	0,95
Eventos	3	0,95
Atrair negócios	2	0,63
Gerar empregos	2	0,63
Incentivar o alcoolismo	2	0,63
Atrair pessoas da terceira idade	1	0,32
Conservar os patrimônios	1	0,32
Não lembra	1	0,32
Reformar a Rua XV de Novembro	1	0,32
Total	316	100

Pontos positivos do Alegria Centro

A avaliação favorável do Alegria Centro é grande quando evidenciados os pontos positivos, apesar de quase 11% dos que afirmaram conhecer o Alegria Centro não terem emitido opinião, o que pode evidenciar que na realidade poderiam ter afirmado que não conhecem o Alegria Centro. Das manifestações favoráveis, destacam-se a expectativa da preservação e melhora na freqüência e do potencial de freqüência no centro.

Com relação ao Alegria Centro o (a) Sr. (a). pode citar um ponto positivo?

	Freqüência	Percentual
Não ouviu falar sobre o Alegria Centro	284	47,33
Restauração dos pontos turísticos/centro	53	8,83
Não tem opinião	65	10,84
Incentivo ao turismo	29	4,83
Lazer	16	2,67
Preservação da história da cidade	16	2,67
Atraiu as pessoas para o centro	12	2,00
Movimentação no centro	12	2,00
Bolsa do café	10	1,67
Divulgação do centro histórico	10	1,67
Valorização cultural e patrimonial - cidade	10	1,67
Eventos	9	1,50
Melhorou o comércio	9	1,50
Lucro para o comércio	8	1,33
Coliseu	7	1,17
Embelezamento do centro	6	1,00
Gerador de empregos	6	1,00
Conservação do centro	4	0,67
Happy hour	4	0,67
Melhorou o centro	4	0,67
Nada	4	0,67
Entretenimento	3	0,50
Sexta-feira na XV	3	0,50
Preservação do patrimônio	2	0,33
Acabou com o vandalismo no centro	1	0,17
Bom para terceira idade	1	0,17
Conservação dos imóveis	1	0,17
Diminuiu o fluxo do trânsito	1	0,17
Hospitalidade	1	0,17
Incentivo ao comércio	1	0,17
Integração da cidade	1	0,17
Ocupação da área abandonada	1	0,17
Ponto de encontro	1	0,17
Reabertura do teatro	1	0,17

Restaurantes	1	0,17
Segurança	1	0,17
Ter orgulho de ser santista	1	0,17
Trouxe alegria para a cidade	1	0,17
Total	600	100

Pontos Negativos do Alegria Centro

Fica clara a dificuldade em apontar pontos negativos quanto ao programa Alegria Centro, sendo a resposta principal a de que nenhum ponto é negativo. A percepção quanto à falta de segurança já é evidenciada neste quesito.

Com relação ao Alegria Centro O Sr. (a) pode citar um ponto negativo?

	Freqüência	Percentual
Não ouviu falar sobre o Alegria Centro	284	47,33
Nenhum	99	16,50
Não tem opinião	99	16,50
Segurança	21	3,50
Má divulgação	17	2,83
Demora da revitalização	9	1,50
Falta de incentivo	8	1,33
Falta de divulgação	8	1,33
Não abrangeu todos os pontos	7	1,17
Falta de investimento	6	1,00
A centralização do projeto	5	0,83
Estacionamento	4	0,67
A falta de apoio governamental	3	0,50
Prostituição	3	0,50
Altos preços nos estabelecimentos	2	0,33
Desvalorização do centro	2	0,33
Horário de funcionamento do comércio	2	0,33
Lentidão do projeto	2	0,33
Impostos dos comerciantes	2	0,33
A falta de apoio privado	1	0,17
Arruaça	1	0,17
Camelô	1	0,17
Comércio ruim	1	0,17
Expulsão dos moradores do centro	1	0,17
Falta de atrações	1	0,17
Falta de habilidade com o turista	1	0,17
Happy hour diário	1	0,17
Localização	1	0,17
Mendigos	1	0,17
Meninos de rua	1	0,17
Não ter boa aparência	1	0,17
Gasto do dinheiro público	1	0,17

Prédios em ruínas	1	0,17
Programação só nos finais de semana	1	0,17
Reduzir a área de atuação	1	0,17
Só depender do turismo	1	0,17
Total	600	100

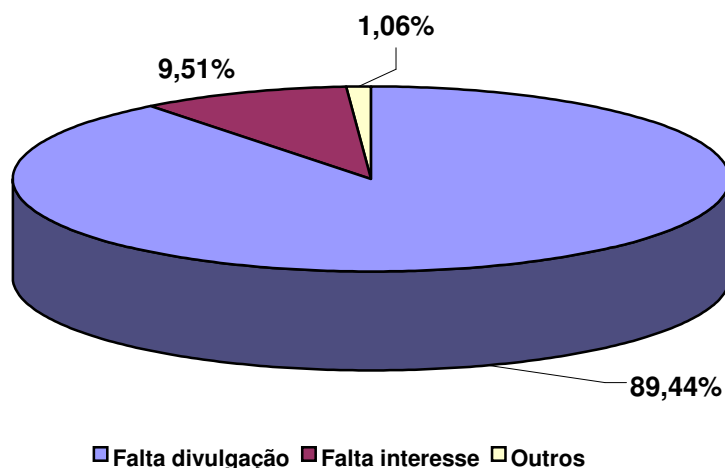
Por que não teve conhecimento do Alegria Centro

Dos que afirmaram não ter conhecimento do Alegria Centro, a motivação foi a falta de divulgação o que deve exigir das autoridades, uma ação no sentido de melhor informar sobre o projeto.

Por qual motivo o (a)Sr (a) não teve conhecimento do Alegria Centro?

	Frequência	Percentual
Falta divulgação	254	89,4
Falta interesse	27	9,5
Outros	3	0,1
Total	284	100

Por qual motivo não teve conhecimento do Alegria Centro?



Já foi alguma vez ao centro histórico de Santos?

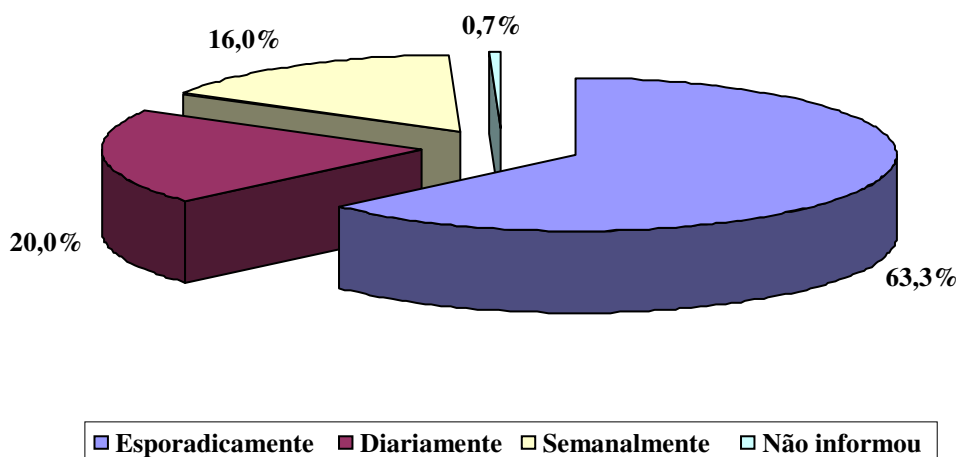
Todos os munícipes afirmaram já ter ido ao centro de Santos, ou seja, 100% dos entrevistados confirmam ter ido ao centro da cidade.

Freqüência com que o munícipe vai ao centro da Cidade

A maioria dos munícipes, 63,3%, afirmou que vai ao centro da Cidade esporadicamente, e 20% confirmam que vão ao centro diariamente, estes 20% correspondem a quase 84.000 pessoas, o que representa um grande potencial para o comércio.

	Freqüência	Percentual
Esporadicamente	380	63,33
Diariamente	120	20,00
Semanalmente	96	16,00
Não informou	4	0,67
Total	600	100

FREQÜENTAM O CENTRO



Razões para ir ao centro da cidade

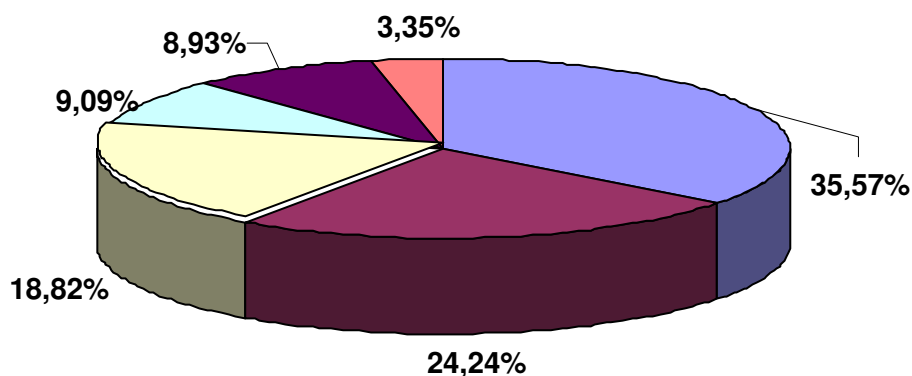
O que mais motiva a população de Santos a freqüentar o centro da cidade são as compras (35,6%), o que equivalente a quase 172.000 pessoas, seguido de 24,2% dos que afirmaram “a trabalho”. Cruzando esta informação com o item anterior, ou seja, com os que vão diariamente ao centro, pode-se concluir que 20% trabalham efetivamente na

cidade e 4,2% têm por decorrência da profissão necessidade de ir ao centro, mesmo que não diariamente. Para o lazer - foi citado por 9% - e trabalho e lazer por 3,35%.

Que razões o (a) fazem ir ao centro da cidade? (Múltipla escolha)

	Freqüência	Percentual
Fazer compras	223	35,57
Trabalho	152	24,24
Ir a repartições públicas	118	18,82
Lazer	57	9,09
Trabalho/lazer/compras	56	8,93
Trabalho e lazer	21	3,35
Total	627	100

Razões para frequentar o Centro



- Fazer compras
- Ir a repartições públicas
- Trabalho/lazer/compras
- Trabalho
- Lazer
- Trabalho e lazer

O que motiva as pessoas a freqüentar o centro da Cidade

A maioria afirma que faltam atrativos para freqüentar o centro da cidade, e aproximadamente 25% acham que está bom.

O que o (a) Sr. (a) acha do centro histórico de Santos como motivação para freqüência?

	Freqüência	Percentual
Faltam atrativos	394	65,67
Está bom	149	24,83
Não informou	15	2,50
Poderia estar melhor	11	26,19
Nada	6	14,29
Falta divulgação	4	9,52
Falta segurança	4	9,52
Falta investimento	3	7,14
Faltam promoções	3	7,14
Faltam atrações	2	4,76
Faltam eventos	2	4,76
Não conhece	2	4,76
Falta infra-estrutura	1	2,38
Falta movimentação	1	2,38
Falta tempo	1	2,38
Prolongar o horário para o público	1	2,38
Só vai a negócios	1	2,38
Total	600	100

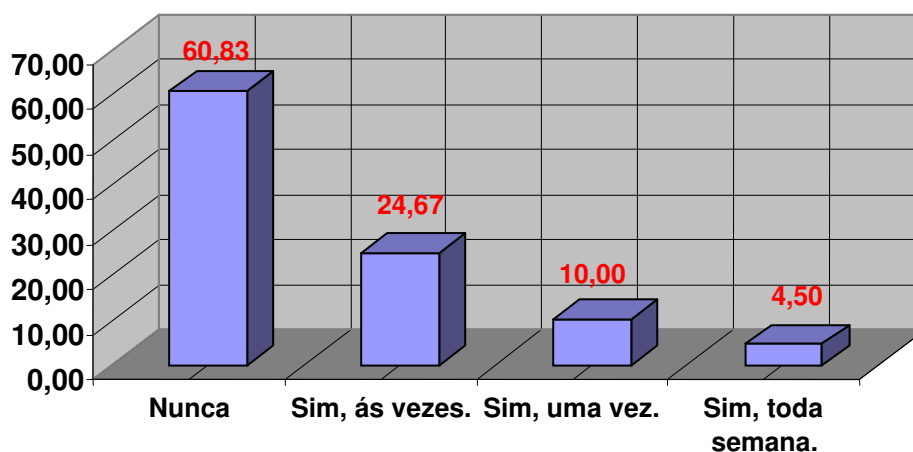
Freqüência noturna ao centro histórico

A maioria da população nunca foi ao centro histórico à noite - 60,8%, o que equivale a aproximadamente 249.000 pessoas. Portanto há grande potencial a ser desenvolvido para este grupo. Apenas 4,5% afirmam que freqüentam toda a semana e, às vezes, quase 25% dos munícipes.

O (a) Sr. (a) já foi ao centro histórico no período noturno?

	Freqüência	Percentual
Nunca	365	60,83
Sim, às vezes.	148	24,67
Sim, uma vez.	60	10,00
Sim, toda semana.	27	4,50
Total	600	100

Já foram ao centro histórico à noite



Motivação para ir ao centro histórico

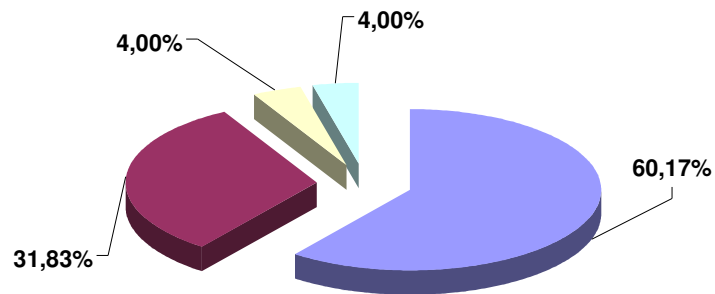
Ao serem questionados sobre a motivação para ir ao centro histórico no período noturno a maioria, 60%, não conseguiram identificar, possivelmente por não o frequentarem.

Dos que citaram um motivo predominou o happy hour.

O que o (a) motivou a ir ao centro histórico no período noturno?

	Frequência	Percentual
Não informaram	361	60,17
Happy hour	191	31,83
Restaurantes	24	4,00
Outros	24	4,00
Total	600	100,00

**O que motivou a ir ao Centro histórico no
Período Noturno?**

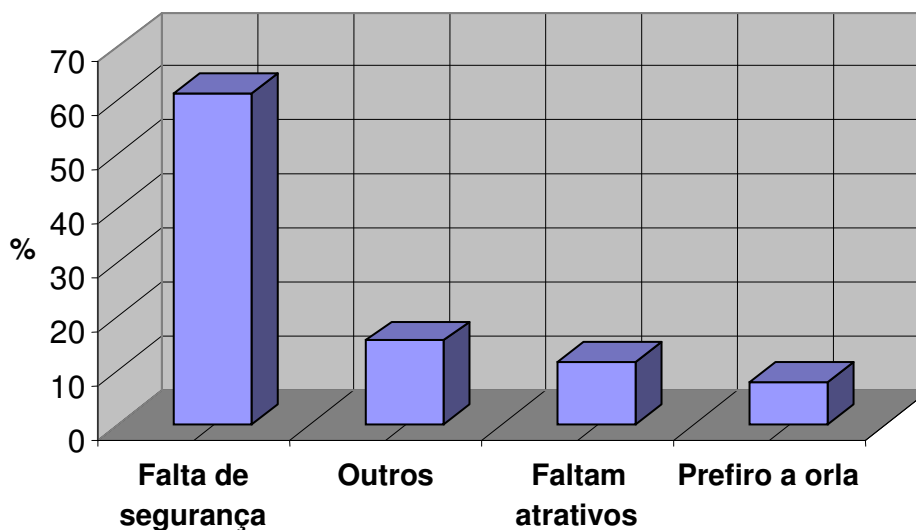


Como fator de desmotivação, a segurança foi citada pela maioria, 61%, devendo considerar-se que possivelmente vários que assim se manifestaram provavelmente não tenham intenção de ir ao centro no período noturno. A quantidade de respostas superou o número de entrevistados pelo fato de alguns apontarem 2 motivos.

O que o (a) desmotiva a ir ao centro histórico durante o período noturno?

	Freqüência	Percentual
Falta de segurança	400	61,26
Outros	101	15,47
Faltam atrativos	76	11,64
Prefiro a orla	52	7,96
Transporte regular	24	3,68
Total	653	100

Porque não frequentam o centro à noite



Foi possibilitado a cada entrevistado eleger três itens que julgassem faltar para que as pessoas frequentassem noturnamente o centro, sendo perguntado – “O que falta no centro histórico para que as pessoas o frequentem mais no período **noturno**?” Na opção “A” a segurança foi apontada por 52% dos entrevistados. Nesta primeira alternativa, 11% não conseguiram apontar nenhuma proposta, seguido de 10% elegendo a divulgação. Na opção “B”, novamente a segurança aparece como primeiro item de sugestão, e na opção “C”, a divulgação.

Opção (a)

	Freqüência	Percentual
Segurança	312	52,00
Não sabe	71	11,83
Divulgação	61	10,17
Eventos	36	6,00
Atrações	17	2,83
Estacionamento	11	1,83
Transporte	10	1,67
Casas noturnas	7	1,17
Não conhece	7	1,17
Retirar a prostituição	7	1,17
Não informou	6	1,00

Revitalização	6	1,00
Iluminação	5	0,83
Lazer	5	0,83
Nada	5	0,83
Melhores estabelecimentos	4	0,67
Incentivo	4	0,67
Shopping	3	0,50
Cinemas	2	0,33
Variedades	2	0,33
Acabar com o preconceito	1	0,17
Ampliação da área de atuação	1	0,17
Arborização	1	0,17
Atividades 24 horas	1	0,17
Bares temáticos	1	0,17
Boa aparência	1	0,17
Comércio	1	0,17
Hipermercado	1	0,17
Infra-estrutura	1	0,17
Mais restaurante	1	0,17
Motivação	1	0,17
Ônibus turístico	1	0,17
Organização	1	0,17
Pagode	1	0,17
Parque de diversões	1	0,17
Promoções	1	0,17
Restaurar os imóveis	1	0,17
Retirar os usuários de drogas	1	0,17
Seletivo até mais tarde	1	0,17
Total	600	100

Opção (b)

	Freqüência	Percentual
Não informou	235	39,17
Não sabe	71	11,83
Segurança	46	7,67
Divulgação	38	6,33
Iluminação	32	5,33
Atrações	30	5,00
Eventos	29	4,83
Transporte	23	3,83
Estacionamento	17	2,83
Retirar a prostituição	9	1,50
Não conhece	7	1,17
Casas noturnas	6	1,00
Lazer	6	1,00
Variedades	5	0,83
Boa aparência	4	0,67
Comércio aberto por mais tempo	4	0,67

Limpeza	4	0,67
Melhorar o comércio	4	0,67
Promoções	3	0,50
Cinema	2	0,33
Investimento	2	0,33
Movimentação	2	0,33
Restaurar o centro	2	0,33
Teatros	2	0,33
Ampliação da área de atuação	1	0,17
Bares	1	0,17
Conservação	1	0,17
Exposições de fotografias	1	0,17
Infra-estrutura	1	0,17
Integração com porto	1	0,17
Melhores praças	1	0,17
Menos bêbados	1	0,17
Menos happy hour	1	0,17
Ônibus turístico	1	0,17
Organização	1	0,17
Prefere a orla	1	0,17
Restaurantes	1	0,17
Retirar os andarilhos	1	0,17
Retirar os cortiços	1	0,17
Sanitários	1	0,17
Variedades musicais	1	0,17
Total	600	100

Opção (c)

	Frequência	Percentual
Não informou	435	72,50
Não sabe	71	11,83
Divulgação	12	2,00
Estacionamento	10	1,67
Eventos	8	1,33
Iluminação	7	1,17
Não conhece	7	1,17
Atrações	6	1,00
Segurança	5	0,83
Retirar a prostituição	4	0,67
Bares	3	0,50
Lazer	3	0,50
Variedades	3	0,50
Casas noturnas	2	0,33
Cinemas	2	0,33
Hábito de freqüentar	2	0,33
Promoções	2	0,33

Retirar andarilho	2	0,33
Shopping	2	0,33
Bares familiares	1	0,17
Boa aparência	1	0,17
Boa localização	1	0,17
Conforto	1	0,17
Conservação	1	0,17
Limpeza	1	0,17
Melhorar o comércio	1	0,17
Movimentação	1	0,17
Nada	1	0,17
Prolongar o horário de funcionamento	1	0,17
Restaurante	1	0,17
Roteiro turístico	1	0,17
Teatro de rua	1	0,17
Transporte	1	0,17
Total	600	100

A exemplo do item anterior; também foi possibilitado a cada entrevistado eleger três itens que julgassem faltar para que as pessoas frequentassem durante o período diurno o centro, sendo perguntado – “**O que falta no centro histórico para que as pessoas o frequentem mais no período diurno?**” na opção “A”, a melhoria do comércio foi apontada por 18% dos entrevistados. Nesta primeira alternativa, 16,5% não conseguiram apontar nenhuma proposta, seguido de 11,8% elegendo a segurança. Na opção “B”, a divulgação aparece como primeiro item de sugestão. Nota-se que os entrevistados tinham muito mais opções para o período noturno do que para o diurno e uma grande dificuldade em opinar tanto que na opção “C” 95% não conseguiram apontar nada.

Opção (a)

	Frequência	Percentual
Melhorar o comércio	108,00	18,00
Não sabe	99,00	16,50
Segurança	71,00	11,83
Divulgação	69,00	11,50
Nada	35,00	5,83
Eventos	28,00	4,67
Tempo	28,00	4,67
Shopping	20,00	3,33
Não informou	17,00	2,83
Atrações	16,00	2,67
Estacionamento	14,00	2,33

Transporte mais barato	10,00	1,67
Boa aparência	9,00	1,50
Lojas atualizadas	9,00	1,50
Lazer	7,00	1,17
Incentivo	6,00	1,00
Promoções	6,00	1,00
Restauração dos imóveis	6,00	1,00
Dinheiro	4,00	0,67
Variedades	4,00	0,67
Limpeza	3,00	0,50
Novas lojas	3,00	0,50
Boa localização	2,00	0,33
Empregos	2,00	0,33
Guias turísticos	2,00	0,33
Hipermercado	2,00	0,33
Lojas de grife	2,00	0,33
Melhorar o centro	2,00	0,33
Aproximar o comercio do centro histórico	1,00	0,17
Aumentar o trajeto dos bondes	1,00	0,17
Bons restaurantes	1,00	0,17
Comércio aberto nos fins de semana	1,00	0,17
Hábito de freqüentar	1,00	0,17
Infra-estrutura	1,00	0,17
Lojas populares	1,00	0,17
Movimentação	1,00	0,17
Não conhece	1,00	0,17
Ônibus turístico	1,00	0,17
Prolongar o horário de funcionamento	1,00	0,17
Restaurantes	1,00	0,17
Retirar os cortiços	1,00	0,17
Retirar os menores de rua	1,00	0,17
Reurbanização	1,00	0,17
Rodízio de carnes	1,00	0,17
Total	600	100

Opção (b)

	Frequência	Percentual
Não informou	325	54,17
Não sabe	99	16,50
Divulgação	30	5,00
Eventos	24	4,00
Segurança	21	3,50
Melhorar o comércio	19	3,17
Atrações	6	1,00
Dinheiro	6	1,00

Estacionamento	6	1,00
Incentivo	6	1,00
Melhorar o centro	6	1,00
Transporte	5	0,83
Boa aparência	4	0,67
Guias turísticos	3	0,50
Lazer	3	0,50
Lojas atualizadas	3	0,50
Retirar a prostituição	3	0,50
Shopping	3	0,50
Limpeza	2	0,33
Tempo	2	0,33
Arrumar as calçadas	1	0,17
Bancos	1	0,17
Bares	1	0,17
Cinema	1	0,17
Cultura	1	0,17
Desenvolvimento	1	0,17
Esportes	1	0,17
Farmácias	1	0,17
Hipermercado	1	0,17
Infra-estrutura	1	0,17
Investimento nas lojas	1	0,17
Mais prestador de serviços	1	0,17
Melhorar o atendimento ao cliente	1	0,17
Movimentação	1	0,17
Não conhece	1	0,17
Prolongar o horário do expediente	1	0,17
Promoções	1	0,17
Residências	1	0,17
Restauração dos imóveis	1	0,17
Restaurante	1	0,17
Retirada das atividades	1	0,17
Retirar os andarilhos	1	0,17
Retirar os cortiços	1	0,17
Retirar os menores de rua	1	0,17
Total	600	100

Opção (c)

	Frequência	Percentual
Não informou	470	78,33
Não sabe	99	16,50
Segurança	4	0,67
Divulgação	3	0,50
Estacionamento	3	0,50
Lazer	3	0,50

Atrações	2	0,33
Boa aparência	2	0,33
Melhorar o comércio	2	0,33
Cinemas	1	0,17
Criação de uma mascote	1	0,17
Educação ambiental	1	0,17
Fim da General Câmara	1	0,17
Informações	1	0,17
Mais prestador de serviço	1	0,17
Movimentação	1	0,17
Não conhece	1	0,17
Promoções	1	0,17
Restauração	1	0,17
Retirar os andarilhos	1	0,17
Shopping	1	0,17
Total	600	100

Avaliação específica sobre algumas propostas apresentadas

Foram elaboradas propostas com vistas a incrementar alternativas para os frequentadores do centro e foi solicitado aos entrevistados para que atribuíssem uma nota aos quesitos sendo dada a seguinte informação **“Dê uma nota de 0 a 5 para os itens a seguir: nota 0 se não pretender utilizar, e 5, se utilizar com certeza”**

Os resultados obtidos apresentam alto nível de aprovação para a maioria dos quesitos, destacando-se o horário dos seletivos até 22h. O item com menor aprovação foi o relativo a academia de ginástica, no entanto, considerando que somente parte da população tem realmente interesse ou pratica atividade em academia, pode-se considerar elevado o grau de certeza apresentado.

a) Boa livreria no centro

	Frequência	Percentual
5	342	57,00
3	76	12,67
4	64	10,67
0	51	8,50
2	45	7,50
1	22	3,67
Total	600	100

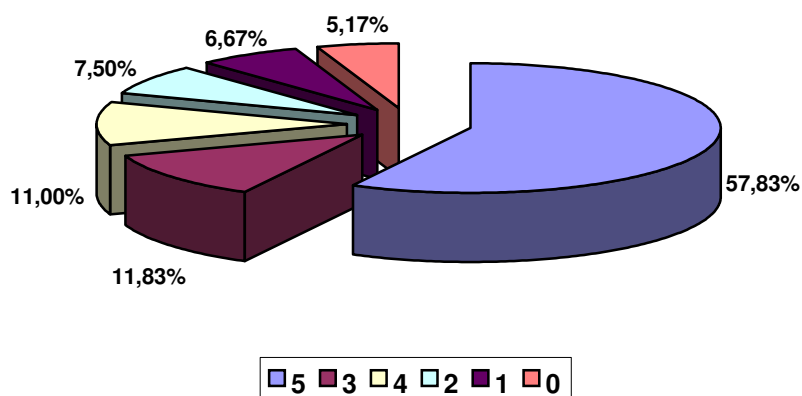
b) Academia de ginástica no centro

	Frequência	Percentual
5	211	35,17
0	129	21,50
3	83	13,83
4	64	10,67
1	60	10,00
2	53	8,83
Total	600	100

c) Lojas comerciais do centro abertas até no mínimo 19:00 h

	Frequência	Percentual
5	347	57,83
3	71	11,83
4	66	11,00
2	45	7,50
1	40	6,67
0	31	5,17
Total	600	100

Lojas Comerciais do centro abertas até no mínimo 19:00h



d) Seletivos no centro no período noturno até 22 h

	Frequência	Percentual
5	370	61,67
0	58	9,67
4	55	9,17
1	40	6,67
2	38	6,33
3	37	6,17

Não Informou	2	0,33
Total	600	100

e) Curso de Idiomas no centro

	Frequência	Percentual
5	249	41,50
0	104	17,33
3	74	12,33
4	64	10,67
2	55	9,17
1	54	9,00
Total	600	100

f) Cursos de informática no centro

	Frequência	Percentual
5	262	43,67
0	101	16,83
3	71	11,83
4	56	9,33
2	55	9,17
1	54	9,00
Não Informou	1	0,17
Total	600	100

g) Bonde circulando a noite

	Frequência	Percentual
5	293	48,83
4	50	8,33
3	67	11,17
2	42	7,00
1	46	7,67
0	102	17,00
Total	600	100

Conclusão

De forma geral, os entrevistados apresentaram boa receptividade à pesquisa realizada, colaborando e tendo interesse em responder. Os resultados mostram que boa parte dos entrevistados efetivamente não tem conhecimento sobre o Alegria Centro, nem do nome e muito menos de suas possibilidades, alternativas e objetivos. Dessa forma, é possível que empreendedores estejam perdendo oportunidades por falta de informação, o que exige algumas medidas corretivas e notadamente da promoção da divulgação dos benefícios.

Quanto à frequência ao centro histórico ou simplesmente ao centro da cidade, há a vinculação imediata com a falta de segurança, notadamente à noite. Verifica-se ainda que a maioria nunca frequentou o centro no período noturno. Os que o fazem têm como motivação os eventos da Rua XV.

Quanto à frequência diurna, o comércio é bem citado, e a violência menos citada, sendo que na pesquisa espontânea, poucos conseguiram dar sugestões práticas para a frequência aumentar no centro, entretanto na pesquisa estimulada as sugestões apresentadas, tiveram grande aceitação.

A falta de atrativos no centro é uma citação que causa dúvidas, pois a falta de divulgação dos atrativos já existentes pode estar comprometendo o interesse na região notadamente à noite, uma vez que vários restaurantes de bom nível já estão instalados no local e apenas 4% disseram ter como motivação os restaurantes para ir ao centro e se considerada a classe A em seu conjunto chega a 12% do público, ou seja, não seria por limitação financeira.

Para concluir, podemos afirmar que tanto o Alegria Centro como os restaurantes e demais negócios, têm carências quanto à divulgação e marketing, pois a população, em geral, tem pouco conhecimento destas alternativas.