PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE SÃO PAULO

GABINETE DO PREFEITO

OFÍCIO AO LEGISLATIVO

Ofício ATL SEI nº 053321193

Ref.: Ofício SGP-23 nº 1018/2021

Senhor Presidente

Reportando-me ao ofício acima referenciado, em atenção ao Requerimento RDS nº 1213/2021, de autoria do Vereador Eduardo Suplicy, encaminho a essa Presidência cópia das informações prestadas pela Secretaria Municipal das Subprefeituras a respeito de possíveis irregularidades na execução do contrato de concessão de obra pública do denominado "Circuito das Compras".

Na oportunidade, renovo a essa Presidência meus protestos de apreço e consideração.

BRUNA BORGHETTI CAMARA FERREIRA ROSA
Chefe de Gabinete
Casa Civil

Ao

Excelentíssimo Senhor

MILTON LEITE

Digníssimo Presidente da Câmara Municipal de São Paulo

Documento assinado eletronicamente por **Bruna Borghetti Camara Ferreira Rosa**, **Chefe de Gabinete**, em 05/11/2021, às 19:41, conforme art. 49 da Lei Municipal 14.141/2006 e art. 8º, inciso I do Decreto 55.838/2015

A autenticidade deste documento pode ser conferida no site http://processos.prefeitura.sp.gov.br, informando o código verificador **053321193** e o código

Matéria DOCREC 1007/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 1213/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516.

Matéria DOCREC 1007/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 1213/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516.

PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE SÃO PAULO

SECRETARIA MUNICIPAL DAS SUBPREFEITURAS

Secretária Executiva do Circuito das Compras

Rua São Bento, 405, 24º andar - São Paulo/SP - CEP 01011-100

Telefone:

PROCESSO 6010.2021/0002874-8

Encaminhamento SMSUB/GAB-SECC Nº 053285172

São Paulo, 08 de outubro de 2021.

Interessada: Câmara Municipal de São Paulo / Vereador Eduardo Suplicy**.**

Ref.: Ofício SGP23 nº:1.018

Objeto*: Requerimento RDS nº 1213/2021, solicitando informações acerca de possíveis irregularidades na execução do contrato de concessão de obra pública do denominado "Circuito das Compras".*

PREF/CASA CIVIL/ATL II

Prezado Senhor Assessor Técnico Chefe,

Com cordiais cumprimentos e em atenção ao ofício acima referenciado, vimos pelo presente apresentar os devidos esclarecimentos versando atender aos questionamentos referentes à concessão de obra pública Circuito das Compras.

I) Quais os tipos de estabelecimentos comerciais que poderão ser instaladas no centro popular de compras?

Resposta: Os tipos de estabelecimentos comerciais que poderão ser instalados serão os boxes, lojas, praça de alimentação, estacionamento e terminal de ônibus, estacionamento de automóveis, centros de apoio aos compradores, sistema de transporte de passageiros, do sistema logístico de compras, hotel e salas comerciais. Além disso, a concessionária poderá empreender outras atividades geradoras de receitas acessórias, denominadas Projetos Associados, conforme definido no Contrato de Concessão, como por exemplo, clínicas médicas, e odontológicas, escolas de idioma, escola de informática, centro cultural, teatro e cinema.

II) Quais os critérios para o ingresso de comerciantes (boxes e lojas) no futuro Circuito Popular das Compras?

Matéria DOCREC 1007/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 1213/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516.

Resposta: O critério aplicado deu-se mediante sorteio dos comerciantes que atuavam na feira da madrugada provisória (Nova Feira da Madrugada), conforme determinado na cláusula 15.4 do Contrato de Concessão nº 013/2015/SDTE. Este sorteio teve a projeção de realocar definitivamente os comerciantes permissionários, que estão cadastrados e contemplados no anexo VIII do Contrato de Concessão nº 013/2015/SDTE e os não permissionários, que são considerados como aqueles que não integram a lista de comerciantes do anexo VIII do Contrato de Concessão, mas que possuem contrato de locação vigente, que tenha por objeto espaço localizado na Nova Feira da Madrugada e desde que cumpram integralmente as condições do regulamento do sorteio acima mencionado.

III) Quantos estabelecimentos comerciais serão instalados no futuro Circuito Popular das Compras? Quantos serão os boxes e quantas serão as lojas?

Resposta: Serão instalados os seguintes estabelecimentos comerciais:

1. 4.000 boxes;
2. 1.260 unidades de lojas além de outras 124 unidades no Boulevard, somando um total de 1.384 unidades;
3. 19 Lojas Satélites;
4. 73 Quiosques;
5. 37 lojas na Praça de Alimentação que contará com 1.829 lugares;
6. Terminal de ônibus + 03 pavimentos de lojas;
7. 02 estacionamentos, sendo 01 coberto e outro descoberto;
8. 207m² de Área locável e depósito.

Contabilizando no total, serão construídos 4.000 boxes, 1.260 unidades de lojas além de outras 124 unidades no Boulevard somando na totalidade 1.384 unidades, 19 lojas satélites e 37 lojas na Praça de Alimentação que contará com 1.829 lugares.

IV) Qual a área total do empreendimento? Quantos metros quadrados serão reservados aos boxes? As lojas ocuparão quantos metros quadrados? Qual a metragem reservada a outros estabelecimentos comerciais, tais como lanchonetes, bares e restaurantes?

Resposta: Para fins de identificação, o "Pátio do Pari" é dividido em Área Norte e Área Sul. Na Área Norte se encontra situada a chamada "Feira da Madrugada", constituída pelo Centro de Compras localizado na Rua Monsenhor Andrade, nº 987, Brás.

A Área do Terreno em que está sendo construído o Centro Popular de Compras conta com 65.358,36 m², e a Área Construída do referido centro contará com 189.586,83 m² distribuída da seguinte forma:

1) Terminal = 43.656,58m²;

2) Térreo = 35.672,61m²;

3) Mezanino Térreo = 1.532,60m²;

4) 1º Pavimento = 32.764,83m²;

5) Mezanino 1º Pavimento = 702,72m²

Matéria DOCREC 1007/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 1213/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516.

6) 2° Pavimento = 32.562,63m²;

7) Mezanino 2º Pavimento = 642,42m²

8) 3º Pavimento = 32.157,43m²;

9) Cobertura = 6.738,64m²

10) Platibanda = 3.156,36m²

V) Qual o valor total de luvas (ou cessão de direito de uso) cobrados até o momento dos comerciantes, por tipo de estabelecimento comercial? Quantos estabelecimentos comerciais já pagaram as luvas?

Resposta: Esclarecemos que os valores cobrados pela Concessionária aos comerciantes, incluindo o valor do aluguel, bem como o referente à cessão de direito de uso, atendem expressamente indicado no Contrato de Concessão e o mínimo estipulado no Plano de Negócios de Referência elaborado pela Municipalidade, sendo cobrado a título de aluguel o valor estipulado pela Municipalidade, conforme as cláusulas 15.2 e 32.1 do Contrato de Concessão.

Importante mencionar que a cobrança em questão se trata na realidade da Cessão de Direito De Uso para as lojas instaladas no Centro Popular de Compras, previsto expressamente no Plano de Negócios de Referência, elaborado pelo Poder Público e divulgado com o Edital de Concorrência (Anexo VI do Edital), que tem por objetivo demonstrar a viabilidade econômica e financeira do projeto e, portanto, segmenta a regularidade de tal cobrança.

Feitos os devidos esclarecimentos, informamos que com relação à cessão de direito de uso, a cobrança foi instituída em face de 80% das lojas já comercializadas.

VI) Qual o valor do aluguel médio de cada tipo de estabelecimento que se instalará no Circuito das Compras?

Resposta: Conforme a Cláusula 32 do Contrato de Concessão nº 013/2015/SDTE, na subcláusula 32.1, a concessionária deverá ter como valor máximo a cobrança de aluguel dos boxes do centro popular de compras R$360,00 (trezentos e sessenta reais) por metro quadrado. Este valor será reajustado anualmente, pelo Índice de Preços ao Consumidor – IPC, apurado pela Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas – FIPE, a partir da data base da proposta comercial, ou por outro índice que venha a substituí-lo, conforme subcláusula 32.3. Por fim, os demais valores eventualmente cobrados na operação do Circuito das Compras estarão sujeitos ao regime de direito privado, constituindo preços de mercado fixados por conta e risco da concessionária, conforme subcláusula 32.4.

VII) Qual a taxa de inadimplência dos comerciantes ocupantes de boxes a partir da assinatura do contrato de concessão de obra pública e da gestão transitória da concessionária da Feira da Madrugada? Quantos contratos de locação foram rescindidos por falta de pagamento até o momento?

Resposta: Comunicamos que a concessionária prestou esclarecimentos sobre este tópico, informando que não houve por parte da concessionária nenhuma rescisão de contrato de locação da Feira da Madrugada Provisória e/ou do Centro Popular de Compras em face de ausência de pagamento dos comerciantes, atitude esta que foi mantida inclusive durante os períodos em que houve a suspensão

Matéria DOCREC 1007/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 1213/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516.

de atividades comerciais impostas pelo Município e Estado de São Paulo no decorrer da Pandemia da Covid-19.

No atinente a impactos econômico-financeiros, é relevante mencionar que o fechamento da Feira Provisória (Amarelão) por meses e o seu retorno com restrição acentuada de público em estrito atendimento às determinações Municipais e Estaduais em face da Pandemia da COVID-19 reduziu o faturamento dos comerciantes.

Vale reforçar que em razão deste cenário econômico durante e pós pandemia, verifica-se que o comércio, em termos gerais, tem sofrido severa recessão de maneira que os índices de consumos indicam retração e, diversos comerciantes não têm conseguido obter renda adequada para sustentação de suas atividades, optando pelo seu encerramento, ou as realizando de forma mais restrita, fazendo com que as receitas dos comerciantes e do empreendimento sejam diretamente afetadas, inclusive impactando nos índices de inadimplemento.

Todavia, a Concessionária, sempre atenta às necessidades dos Comerciantes e com o objetivo de fomentar suas atividades – durante o período em que as atividades comerciais foram autorizadas pelo Poder Público, tem mantido as campanhas e ações de marketing com vistas a atrair o maior número possível de visitantes ao empreendimento, mesmo diante da atual conjuntura político-econômica e das restrições de circulação de pessoas para atendimento à determinações estaduais e municipais. Ainda, alinhado com o Poder Concedente, a cobrança dos aluguéis dos Comerciantes da Feira da Madrugada Provisória foram suspensos durante o fechamento da Feira Provisória em face das restrições do Município e Estado de São Paulo, comprovando a atuação destas Concessionária no intento de adotar todas as medidas necessárias à sustentação do comércio popular, conferindo infraestrutura adequada aos comerciantes e aos visitantes, assim como instituindo campanhas e ações de fomento das respectivas atividades.

VIII) Qual o diálogo que a Prefeitura de São Paulo e a concessionária têm feito com os comerciantes, não apenas sobre a inadimplência e rescisão contratual, mas de suas reais necessidades nesta fase de transição e no futuro Circuito das Compras?

Resposta: Conforme Decreto nº 58.789 de 6 de junho de 2019 em seu artigo 2º, II, a presente SMSUB – *Secretaria Municipal das Subprefeituras* detém competência exclusiva em acompanhar a execução, atestar o cumprimento, aplicar sanções e representar o Município de São Paulo no âmbito do Contrato de Concessão nº 013/2015/SDTE firmado com a concessionária Circuito de Compras SPE S.A.

No que diz respeito a assuntos atrelados aos contratos firmados entre a concessionária e os comerciantes, bem como qualquer outro tipo de vinculação, seja comunicativo ou negocial, esta relação é amparada por regulamentação alusiva ao direito privado entre as partes, na qual não convém a esta Secretaria intervir, pois fugiria do escopo da atuação deste ente público.

Todavia, a Concessionária implementou o Serviço de Atendimento ao Comerciante (SAC) com o intuito de manter comunicação com os comerciantes da Feira da Madrugada Provisória, de forma a manter o tratamento isonômico com os comerciantes do local sem qualquer intermediação, conforme previsto no contrato de concessão. As demandas realizadas são compartilhadas com a prefeitura por meio de relatórios trimestrais, conforme cláusula 23 previsto contratualmente.

IX) Com a pandemia de COVID – 19, houve algum tipo de possibilidade de suspensão do pagamento ou renegociação de eventuais dívidas dos comerciantes? Como o estado de emergência que vivemos afetou a participação dos comerciantes no Circuito de Compras?

Matéria DOCREC 1007/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 1213/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516.

Resposta: Em estrito atendimento às determinações Municipais e Estaduais, a Concessionária suspendeu as atividades comerciais realizadas na Feira Provisória por diversos meses. Considerando a impossibilidade de regular funcionamento do empreendimento e, por consequência, do exercício de atividades pelos comerciantes que mantinham contrato de locação com a Concessionária, as cobranças relacionadas a referidos instrumentos contratuais foram suspensas, de modo a minimizar os prejuízos pelos comerciantes suportados.

O estado de emergência declarado pelo Município de São Paulo através do Decreto Municipal nº 59.285, de 16 de março de 2020 afetou o funcionamento do empreendimento do circuito das compras. A concessionária adotou todas as providências necessárias visando o atendimento das determinações legais, permitindo o acesso à Feira da Madrugada somente os comerciantes e seus funcionários, viabilizando a manutenção das atividades da Feira da Madrugada somente por vias digitais.

Além disso, com a publicação do Decreto Municipal acima referido, a Prefeitura de São Paulo promoveu em 26/03/2020 a suspensão do Alvará nº 6066.2020/0001865-7, que autoriza o funcionamento do Circuito de Compras, suspendendo todas as atividades comerciais realizadas no empreendimento, mantendo apenas as atividades voltadas à segurança, limpeza, manutenção, zeladoria e conservação das instalações, que voltou a funcionar apenas em setembro de 2020.

Portanto, devido às restrições de funcionamento dos comércios impostos pelo Município, com o intuito de reduzir a disseminação da covid -19 e da suspensão do alvará de funcionamento, as atividades realizadas pelos comerciantes no empreendimento tiveram de ser interrompidas.

X) Quantos comerciantes já foram desligados do Circuito das Compras por inadimplência nesta fase de transição?

Resposta: Conforme já esclarecido anteriormente, foi informado de que não houve por parte da concessionária nenhuma rescisão de contrato de locação da Feira da Madrugada Provisória e/ou do Centro Popular de Compras em face de ausência de pagamento dos comerciantes.

XI) Quais as fiscalizações em andamento para a averiguação de cobrança indevida de luvas dos boxes?

Resposta: Conforme já esclarecido anteriormente, a cobrança indevida de luvas que está sendo mencionado por este questionamento na realidade trata-se da Cessão de Direito De Uso para as lojas instaladas no Centro Popular de Compras, previsto expressamente no Plano de Negócios de Referência, elaborado pelo Poder Público e divulgado com o Edital de Concorrência (Anexo VI do Edital), que tem por objetivo demonstrar a viabilidade econômica e financeira do projeto e, portanto, segmenta a regularidade de tal cobrança.

XII) Como não há autorização do "Tô Legal" na região do Brás, alguma medida ou proposta da Prefeitura em relação a regularização dos ambulantes do entorno da Feira da Madrugada?

Resposta: Até o presente momento, a legislação que trata de assuntos relacionados a regularização de ambulantes é o Decreto nº 58.831, de 1 de julho de 2019, no qual institui o sistema "Tô legal", estabelecendo procedimentos para a outorga da permissão e da autorização de comércio e prestação de serviços de âmbito público.

Matéria DOCREC 1007/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 1213/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516.

Este dispositivo determina que a autorização deve ser solicitada pelo próprio interessado através do Portal da Prefeitura de São Paulo na internet, conforme orientação expressa no texto legal.

Além disto, de acordo com a mesma legislação, compete ao Subprefeito local deliberar quanto às vias e logradouros públicos que poderão ser utilizados para o comércio e prestação de serviços.

Ademais, em conformidade com o Princípio da Legalidade previsto no artigo 37 da Constituição Federal, a administração pública somente poderá atuar em consonância com as legislações vigentes, se submetendo à obediência, cumprimento e prática delas.

Diante da exposição da legislação que versa sobre a regularização de ambulantes, bem como do princípio constitucional que rege a gestão pública, não há qualquer outra medida a ser tomada para atender a demanda presente deste questionamento.

XIII) Qual a previsão de implantação do programa habitacional para a construção de 720 unidades habitacionais populares na região do empreendimento?

Resposta: O cumprimento da obrigação de construir 720 unidades habitacionais populares na região do empreendimento necessita de distribuição conjunta de encargos com as demais Secretarias, considerando que o assunto transcende a competência desta Pasta. Além disso, a SPU/SP – Secretaria do Patrimônio da União de São Paulo está dentro das tratativas, já sendo respondido o questionamento do cumprimento desta obrigação, aguardando a manifestação deste órgão até o presente momento.

XIV) Encaminhar os estudos elaborados pela municipalidade na fase de licitação sobre o potencial econômico do empreendimento durante todo o período de vigência da concessão.

Resposta: Conforme solicitado, anexamos aos autos (doc. 053284927) os estudos elaborados pela Municipalidade referente ao potencial econômico do empreendimento.

XV) Encaminhar informações sobre eventual atraso pela concessionária no pagamento dos valores devidos ao município de são Paulo, bem como das medidas que estão sendo tomadas.

Resposta: A presente *SMSUB – Secretaria Municipal das Subprefeituras* notificou no dia 02 de março de 2021 a concessionária Circuito das Compras solicitando que seja realizado o pagamento dos valores devidos a título de Parcela de Compensação e de Outorga do ano de 2021. No entanto, conforme já exposto acima, a concessionária apresentou alegações que demonstraram que as dificuldades trazidas pela pandemia causada pela COVID – 19 afetaram o empreendimento, inviabilizando o pagamento integral do valor devido na data de vencimento estipulado contratualmente, solicitando prorrogação para efetuar o pagamento. Desta forma, foi concedido por esta Secretaria o pedido de prorrogação do prazo de pagamento do valor devido pelo período de 09 (nove) meses, alterando o seu vencimento de 20 de janeiro de 2021 para o dia 20 de outubro de 2021, com suas respectivas atualizações e correções monetárias.

Atenciosamente,

Matéria DOCREC 1007/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 1213/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516.

Marina Stangherlin

Assessora Especial II

Coordenadora da Secretaria Executiva do Circuito das Compras

SMSUB/GAB

Documento assinado eletronicamente por **Marina Stangherlin**, **Assessor(a) Especial II**, em 08/10/2021, às 13:02, conforme art. 49 da Lei Municipal 14.141/2006 e art. 8º, inciso I do Decreto 55.838/2015

A autenticidade deste documento pode ser conferida no site http://processos.prefeitura.sp.gov.br, informando o código verificador **053285172** e o código CRC **B2DB5831**.

Matéria DOCREC 1007/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 1213/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516.

do Proc.
autuado por Diego Marinetto em 08/11/2021 14:10:07.

fl. 3.889

2013 - 0.363.235-3

Maria P. B. Abreu
Assessora Técnica
RF 817.440.7
SDTE/AJ

PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE SÃO PAULO

Secretaria Municipal do Desenvolvimento Trabalho e Empreendedorismo – SDTE

Edital de Concorrência Pública nº 01-B/SDTE/2014

Processo nº 2013-0.363.235-3

Maria Cristina P. B. Abreu
Assessora Técnica
RF 817.440.7
SDTE/AJ

Concessão de obra pública para a construção, implantação, operação, manutenção e exploração econômica do Circuito das Compras no Município de São Paulo

Edital – Anexo III – Estudo de mercado

MINUTA

Matéria DOCREC 1007/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 1213/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516.

do Proc.
autuado por Diego Marinetto em 08/11/2021 14:10:07.
2013 - 0.363.235-3
fls. 105
fl. 3.890
Cristina P. B. Abreu
Técnica
RF 817.440.7
SDTE/AJ

Estudo de mercado

1. INTRODUÇÃO 4

2. METODOLOGIA APLICADA 5

2.1. Pesquisas Qualitativas de Mercado 5
2.1.1. Técnica de amostragem utilizada 5
2.1.2. Roteiros de Pesquisa Qualitativa 6

2.2. Pesquisas Quantitativas de Mercado 18
2.2.1. Técnica de Amostragem utilizada 21
2.2.2. Descrição das amostras 22
2.2.3. Modelo de Sensibilidade de Preços 25
2.2.4. Roteiros de Pesquisa Quantitativa 27

3. PESQUISA QUALITATIVA DE MERCADO 74

3.1. Principais Conclusões 74

3.2. Principais Resultados para Turistas de Compras 79
3.2.1. Pontos Positivos Destacados 82
3.2.2. Pontos Negativos Destacados 83
3.2.3. O que falta na região 84
3.2.4. Os motivos de vinda aos Centros de Compras 85
3.2.5. Acompanhantes para compras 86
3.2.6. Dificuldades para realizar compras 87
3.2.7. Pontos positivos para realizar compras 89
3.2.8. Locais de realização das compras 90
3.2.9. Qualidade dos produtos 91
3.2.10. O que as lojas poderiam oferecer aos Compradores 92
3.2.11. Quantidade de sacolas e formas de transporte 93
3.2.12. Fluxo de vinda dos Compradores 95
3.2.13. Percepção sobre o Projeto 96

Matéria DOCREC 1007/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 1213/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516.

Fls. n.º _____ do Proc.
autuado por Diego Marinetto em 08/11/2021 14:10:07.
fls. 106
fl. 3.891
2013 - 0.367 235 - 3
Maria Cristina P. B. Abreu
Assessoria Técnica
RF 817 440.7
SDTE/AJ

3.3. Principais Resultados para Lojistas **99**
3.3.1. Pontos Positivos Destacados 106
3.3.2. Pontos Negativos Destacados 107
3.3.3. O que falta na região 108
3.3.4. Serviços oferecidos 109
3.3.5. Segurança 110

3.4. Principais Resultados para Motoristas e Guias **111**
3.4.1. Fluxo de viagem 113
3.4.2. Estacionamento 114
3.4.3. Atividades durante a permanência na cidade 116
3.4.4. Organização das bagagens nos ônibus 117
3.4.5. Pernoite 118
3.4.6. Serviços agregados aos estacionamentos 119
3.4.7. Passageiros 120

4. PESQUISA QUANTITATIVA DE MERCADO **121**

4.1. Principais Resultados para Compradores **121**
4.1.1. Critérios de Segmentação 121
4.1.2. Resultados das Pesquisas 122
4.1.3. Resultados das Pesquisas - Turistas de Compras e Público Geral 123
4.1.4. Sensibilidade a Preço dos TURISTAS DE COMPRAS 149

4.2. Principais Resultados para Lojistas e Camelôs **169**
4.2.1. Contexto e Percepções 169
4.2.2. Principais Resultados da Pesquisa 170
4.2.3. Sensibilidade a Preço dos Camelôs 182

4.3. Principais Resultados para Motoristas e Guias **185**
4.3.1. Contexto e Percepções 185
4.3.2. Principais Resultados da Pesquisa 186

Matéria DOCREC 1007/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 1213/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516.

autuado por Diego Marinetto em 08/11/2021 14:00:07.

Pl. 3.892 2013-0.363.235-3

Cristina P. B. Abreu
Assessoria Técnica
RF 817.440.7
SDTE/AJ

fl. 243

PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE SÃO PAULO

Secretaria Municipal do Desenvolvimento Trabalho e Empreendedorismo – SDTE

Edital de Concorrência Pública nº 01-B/SDTE/2014

Processo nº 2013-0.363.235-3

1. Introdução

Com o objetivo de agregar confiabilidade ao estudo e melhor compreender as necessidades e visões dos turistas de compra, guias e motoristas de ônibus fretados, lojistas e camelôs, foram realizadas pesquisas de mercado em parcerias com a Urban Systems[1] e a TNS Research Brasil[2], dois institutos de pesquisa de mercado independentes. As informações contidas neste estudo não são de responsabilidade da Prefeitura Municipal de São Paulo, refletindo, apenas, a opinião dos entrevistados.

O presente Anexo possui caráter meramente indicativo e exemplificativo, e suas conclusões foram consideradas no estudo de viabilidade econômico-financeira (ex. estimativa de demanda e preço unitário para os principais serviços oferecidos). Os licitantes não estão vinculados a elas, tendo liberdade para realizar suas próprias pesquisas de mercado para subsidiar seus estudos de viabilidade econômico-financeira.

As pesquisas tiveram como público alvo turistas de compra (pessoas físicas e jurídicas) que frequentam a região central de São Paulo (Brás, Bom Retiro, 25 de Março e adjacências, Santa Ifigênia e adjacências), motoristas de ônibus fretados e guias de turismo de compra, lojistas da região central mencionada, e camelôs da Rua Oriente e adjacências e da Rua 25 de Março. Para tanto, as pesquisas foram divididas em duas etapas:

1. Pesquisas Qualitativas com Pessoas Físicas e Pessoas Jurídicas, nas quais foram entrevistados 3 públicos distintos (Compradores, Camelôs e Motoristas e Guias), com um total de 104 pessoas com perfis determinados;
2. Pesquisas Quantitativas com Pessoas Físicas e Pessoas Jurídicas, nas quais foram entrevistados 3 públicos (Compradores, Camelôs e Motoristas e Guias), com um total de 505 pessoas com perfis determinados pelos respectivos segmentos.

[1] Urban Systems é uma empresa especializada em análise de dados demográficos em mapas digitais, para dimensionamento e levantamento de tendências em mercados e cidades, coletando dados qualitativos e quantitativos de mercado.

[2] TNS Research International Brasil é uma subsidiária britânica de sua matriz especializada em pesquisas de mercado, a qual possui escritórios em mais de 80 países. No Brasil, a unidade possui mais de 20 anos de experiência na prestação de serviços de pesquisa de mercado para as principais marcas presentes no país. Também caracterizam-se pelo pioneirismo em análise e conhecimento de mercado emergentes.

Matéria DOCREC 1007/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 1213/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516.

autuado por Diego Marinetto em 08/11/2021 14:10:07.

Maria Cristina R. D. Abreu
Assistente Técnica
RF 817.440.7
SDTE/AJ

A seguir será descrita a metodologia utilizada nas pesquisas, demonstrando os resultados e materiais usados em cada uma das etapas.

2. Metodologia Aplicada

2.1. Pesquisas Qualitativas de Mercado

Nas Pesquisas Qualitativas foi utilizada a técnica da entrevista em profundidade. Esta técnica permite a obtenção de informações detalhadas, estabelecendo uma compreensão ampla sobre o problema objeto da análise, assim como a criação de hipóteses sobre o comportamento dos indivíduos.

As entrevistas em profundidade acontecem individualmente e, consequentemente, permitem a análise de posições individuais sobre o assunto em questão, e uma compreensão mais profunda da pessoa entrevistada. Além disto, limita o poder de influência dos formadores de opinião e evita a cristalização de posturas fixas em torno de um tema.

As Pesquisas Qualitativas foram realizadas pela empresa independente de pesquisa de mercado Urban Systems e seguiram roteiros pré-determinados para atender os diferentes seguimentos, que podem ser vistos na íntegra no item 2.3 deste Anexo:

1. Turistas de compras;
2. Motoristas e guias de turismo de compras;
3. Lojistas.

2.1.1. Técnica de amostragem utilizada

As entrevistas individuais realizadas neste estudo consideram uma amostra de 104 pessoas, divididas em três segmentos:

- Turistas de compras (57 pessoas): foram entrevistados consumidores das lojas de 5 regiões, divididas em Pari, Brás, Sé, Santa Ifigênia e Bom Retiro, que relataram

Matéria DOCREC 1007/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 1213/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516.

autuado por Diego Marinetto em 08/11/2021 14:10:07.

Cristina P. B. Abreu
Assessoria Técnica
RF 817.440.7
SDTE/AJ

seus hábitos de consumo e preferências, e opinaram sobre a vocação das regiões sob produtos avulsos, sem detalhamento.

- Motoristas e guias de turismo de compras (22 pessoas): foram entrevistados motoristas de vans e ônibus fretados e guias de turismo, que repassaram sua visão como profissionais intermediários do processo de compras em relação aos seus clientes, considerando os mesmos hábitos citados acima. Também emitiram opiniões sobre produtos avulsos na região central da cidade.
- Lojistas (25 pessoas): foram entrevistados lojistas divididos em 4 regiões (Brás, Sé, Bom Retiro e Santa Ifigênia), que forneceram um olhar sobre suas respectivas regiões, além de opinarem sobre a criação de um CIRCUITO DAS COMPRAS integrando outros produtos estimulados.
- **Total de formadores de opinião: 104 pessoas**

2.1.2. Roteiros de Pesquisa Qualitativa

Roteiro de Pesquisa – Turistas de Compras

1. Perfil do entrevistado.

- Nome. Idade.
- Profissão. Cidade de origem (+ bairro).
- Qual o valor médio gasto por dia com as compras.
- Frequência de vinda.
- Contato.

2. Avaliação – compreender as opiniões gerais sobre a região. (aquecimento)

- Opinião geral sobre a região:
  - Pontos positivos.
  - Pontos negativos.
- O que falta na região:
  - Segurança. (por quê? O que faz se sentir assim?)

Matéria DOCREC 1007/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 1213/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516.

autuado por Diego Marinetto em 08/01/2021 14:10:07.

Maria Cristina P. B. Abreu
Assessoria Técnica
RF 817.440.7
SDTE/AJ

- O que poderia ser diferente. (como)
- O que motiva a vinda ao Centro de São Paulo.
- Comente sobre a qualidade dos produtos encontrados.

3. Compradores – hábitos de consumo e deslocamento.

- Características gerais:
  - Quem vem junto. (parentes, amigos, guias, agentes)
  - De onde vem (exemplo: hotel, direto da cidade de residência).
  - Horário de início e término das compras.
  - Horário em que vai embora da cidade – p/ os que não são da capital.
  - Tempo de permanência.
  - Relato do dia a dia nas compras.
  - Pontos positivos e negativos.
- Dificuldades:
  - Nota paulista (hábito).
  - Lojas x galerias x shopping x camelôs.
  - Relato geral sobre as lojas frequentadas.
- Pontos positivos e negativos da estrutura. (física)
- Pontos positivos e negativos do atendimento.
- O que oferecem de serviços.
  - Opinião sobre eles.
  - O que poderiam oferecer.
  - Como seria diferente – o que faria ficar mais tempo.
- Relatos sobre as sacolas de compras de outras lojas. (carrega consigo)
  - Quantidade.
  - Dificuldades.

Matéria DOCREC 1007/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 1213/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516.

Documento Anexo III do Edital - Estudo de Mercado (053284927) SEI 6010.2021/0002874-8 / pg. 16

autuado por Diego Marinetto em 08/11/2021 14:10:07.

Maria Cristina P. B. Abreu
Assessora Técnica
RF 817.440.7
SDTE/AJ

- Como isso poderia ser diferente.
- Como são transportadas para o destino final (no carro ou ônibus).
- Ocupa todo o espaço possível.
- Leva em partes a compra p/ o transporte x carrega o dia todo x usa algum serviço de carregamento ou da loja.

▪ Fluxo de vinda (mensal).
- Dias da semana.
- Onde vai (principal) – trajeto.
- Para qual fim a compra.

▪ Opinião sobre a limpeza, segurança. (se houver percepção de diferença, perguntar sobre cada local/ rua).

▪ Meio de transporte utilizado:
- Opinião.
- Tempo de permanência.

▪ Deslocamento entre regiões:
- Onde mais vai (destinos)
- Os meios de transporte utilizados.
- Dificuldades de locomoção.
- Onde mais gostaria de ir.
- Motivos por que não vai a outras regiões.
- O que poderia ser feito para que se deslocasse.

▪ Serviços que mais utilizam:
- Onde comem.
- Opinião sobre as opções ofertadas.
- Gasto médio com alimentação/ dia.
- Teatros, museus, parques, praças...

▪ Hospedagem.

Matéria DOCREC 1007/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 1213/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516.

Documento Anexo III do Edital - Estudo de Mercado (053284927) SEI 6010.2021/0002874-8 / pg. 17

autuado por Diego Marinetto em 08/11/2021 14:10:07.

Cristina P. B. Abreu
Assessora Técnica
RF 817.440.7
SDTE/AJ

- Onde e por quê?
- Gasto médio.
- Pontos positivos e negativos.
- O que poderia ser diferente.
- O que motivaria a ficar mais tempo na cidade.

4. Vocação – verificar aceitação, sugestões e comentários.

- Sugestão da criação de:
  - "Guarda Volumes" (um local para guardar as compras)
    - Como imagina.
  - Serviços de carregamento das compras.
    - Como imagina.
    - O que pensa sobre: carregador e compras seguem o cliente.
    - O que pensa sobre: compras vão direto pro ônibus.
  - Estacionamentos exclusivos para ônibus de turismo. (terminal)
  - Rua de pedestre (calçadões), com restrição de circulação de veículo motorizado.
    - Opinião geral.
  - Centro de compras – camelôs.
    - Sugestão de localização.
    - Opinião sobre uso, como poderia ser.
  - Hotéis.
    - Tipo (padrão, citar referência).
    - Serviços oferecidos.
  - Veículos menores para deslocamentos em percursos determinados. (circular)

Matéria DOCREC 1007/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 1213/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516.

Documento Anexo III do Edital - Estudo de Mercado (053284927) SEI 6010.2021/0002874-8 / pg. 18

autuado por Diego Marinetto em 08/11/2021 14:10:07.

Maria Cristina P. B. Abreu
Assessora Técnica
RF 817.440.7
SDTE/AJ

- Empresarial (salas/ lajes).
- Centro de apoio ao turista.
  - O que é conforto?
  - O que poderia ser feito para dar mais conforto p/ você?
  - O que é praticidade?
  - Quais são os itens que agregam valor.
  - Como pensa praticidade x conforto?

Roteiro de Pesquisa – Motoristas e guias de turismo de compras

1. Perfil do entrevistado.

- Nome, idade e cidade de residência.
- Nome da empresa.
- Contato.

2. Avaliação – compreender as opiniões gerais sobre São Paulo. (aquecimento)

- Opinião geral sobre a cidade.
  - Pontos positivos.
  - Pontos negativos.
  - O que poderia ser diferente. (como)

3. Trabalho – fluxos, locais de uso.

- Características gerais:
  - Quantidade de vezes que vem à São Paulo por mês.
  - Dia da semana.
  - Quem organiza.
  - Destino <-> Trajeto. (descrever e mapear)
  - Relação com a Polícia rodoviária.

Matéria DOCREC 1007/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 1213/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516.

Documento Anexo III do Edital - Estudo de Mercado (053284927) SEI 6010.2021/0002874-8 / pg. 19

autuado por Diego Marinetto em 08/11/2021 14:10:07.

fl. 3899
Maria Cristina P. B. Abreu
Assessoria Técnica
RF 817.440-7
SDTE/AJ

- Itinerário e horário de chegada a S. Paulo.
  - Para em algum lugar no caminho. (p/ embarque ou desembarque)
- Itinerário e horário de saída de S. Paulo.
  - Para em algum lugar no caminho. (p/ embarque ou desembarque)
  - Faz parada intermediária na cidade => onde + itinerário.
  - Passageiros desembarcam no estacionamento ou são deixados próximos a algum lugar?
  - Frequência de vinda à cidade.
  - Local onde estacionam os ônibus fretados.
- Pontos positivos.
- Pontos negativos/ problemas enfrentados.
  - O que poderia ser diferente. (como)
  - Relatos sobre segurança.
- O que faz durante esse período (entre chegada e partida):
  - Onde almoçam.
  - Críticas gerais das condições.
  - Qual o valor gasto.
  - Onde faz as necessidades fisiológicas. (banheiro, banho)
- Críticas, dificuldades.
- Como é o funcionamento do reembolso (prestação de conta, traz dinheiro).
  - Há valor máximo. Qual?
- Modelo de ônibus.
  - Ocupação máxima.
  - Ocupação regular. (quantidade média com que o ônibus vem a S. Paulo)

Matéria DOCREC 1007/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 1213/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516.

Documento Anexo III do Edital - Estudo de Mercado (053284927) SEI 6010.2021/0002874-8 / pg. 20

Fls n.º ____ do Proc.
autuado por Diego Marinetto em 08/11/2021 14:10:07.

fl. 3.900 2013 - 0.363.235-3

Maria Cristina P. B. Abreu
Assessoria Técnica
RF 817.440.7

- Bagagens:
  - Volume de bagagem por passageiros.
  - Como identifica bagagem de cada passageiro.
  - Como as mercadorias vêm armazenadas.
  - Existência de taxa por volume extra
  - Como funciona a organização no bagageiro. (Quem ajuda, quem faz).
  - Existem casos em que as pessoas mandam compras por fretados, sem levar consigo.
  - Tempo médio para carregar a bagagem e passageiros
- Local de pernoite:
  - Pontos positivos e negativos.
  - Valor médio gasto.
  - O que poderia ser agregado de serviço para melhorar o dia a dia.

4. Hábitos x passageiros – observações.

- Características gerais:
  - A maioria percebida – mulheres x homens.
  - Onde eles vão?
  - Regularidade/ "clientes".
  - Voltam para o ônibus para deixar compras – como isso funciona?
- Principais reclamações ouvidas.
  - Como é a organização em relação a eles?
    - Cumprimentos e descumprimentos. (horários, tipo de bens transportados)

Matéria DOCREC 1007/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 1213/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516.

Fls. n. _____ do Proc.
autuado por Diego Marinetto em 08/11/2021 14:10:07.

Maria Cristina P. B. Abreu
Assessora Técnica
RF 817.940.7
SDTE/AJ

fl. 252

- O funcionamento das movimentações de cargas sem passageiros (encomendas)
  - São acompanhados por agentes? Como funciona.

5. Vocação – verificar aceitação, sugestões e comentários.

- Criação de estacionamentos exclusivos para ônibus de turismo. (terminal)
  - Opinar e descrever como imaginaria.
  - Itens/ espaços necessários e desejados.
  - Opinião sobre a proibição da circulação na região.
  - Quais serviços poderiam ser oferecidos ligados à manutenção - espontâneo:
  - Apresentação de algumas opções: mecânicos, borracharia, abastecimento, óleo, limpeza, etc.
  - Quais serviços poderiam ser oferecidos para o dia a dia - espontâneo:
    - Algumas opções: lotérica, banho, banheiro, alimentação, banca, farmácia.
  - Sugestão de localização.
    - Por quê?
- Criação de:
  - "Guarda Volumes" (um local para guardar as compras).
  - Serviço para coleta de compras nas lojas, evitando carregar durante o dia. (levando ao destino: ônibus, hotel)
  - Rua de pedestres (calçadões), com restrição de circulação de veículo motorizado.
  - Centro de compras – camelôs.
    - Sugestão de localização.

Matéria DOCREC 1007/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 1213/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516.

Documento Anexo III do Edital - Estudo de Mercado (053284927) SEI 6010.2021/0002874-8 / pg. 22

Fls. n.º _____ do Proc.
autuado por Diego Marinetto em 08/11/2021 14:10:07.

Maria Cristina P. B. Abreu
Assessora Técnica
RF 817.440.7
SDTE

- Hotéis.
- Empresarial (salas/ lajes).
- Centro de apoio ao turista.
  - O que é conforto?
  - O que poderia ser feito para dar mais conforto p/ você?
  - O que é praticidade?
  - Quais são os itens que agregam valor.
  - Como pensa praticidade x conforto?

Roteiro de Pesquisa – Lojistas

1. Perfil do entrevistado.

- Características gerais:
  - Nome, idade e cargo.
  - Tipo de loja e localização.
  - Nome da empresa.
  - Tempo de existência da loja.
  - Clientes por dia (média).
  - Ticket médio/ dia. (tentar)
  - Nº de funcionários.
  - Contato.

2. Avaliação – compreender as opiniões gerais sobre a região. (aquecimento)

- Opinião sobre a região – característica principal.
  - Pontos positivos.
  - Pontos negativos.
  - O que poderia ser diferente. (como)

Matéria DOCREC 1007/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 1213/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516.

Documento Anexo III do Edital - Estudo de Mercado (053284927) SEI 6010.2021/0002874-8 / pg. 23

autuado por Diego Marinetto em 08/11/2021 14:10:07.

fl. 3.903 2013 - 0.36 235 - 3

Maria Cristina P. B. Abreu
Assessora Técnica
RF 817.440.7

fl. 254

PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE SÃO PAULO

Secretaria Municipal do Desenvolvimento Trabalho e Empreendedorismo – SDTE

Edital de Concorrência Pública nº 01-B/SDTE/2014

Processo nº 2013-0.363.235-3

- O que falta.

- O que ajudaria a impulsionar as vendas.
- Do que os clientes reclamam.
  - Segurança. (por quê? O que faz se sentir assim?)
- Perfil do usuário:
  - Perfil dos usuários dos dias de fluxo mais intenso.
  - Meses de fluxo mais intenso.

3. Loja – fluxos, funcionalidade, descrição do espaço interno e estoque, serviços usados.

- Características gerais de funcionamento das lojas:
  - Área interna da loja (espaço p/ venda).
  - Tamanho – m².
  - Descrição do local.
  - Área de estoque.
  - Capacidade – tamanho da área m².
- Armazenagem de estoques:
  - Como o material está armazenado. (caixas, sacos, container).
  - Localização. (por exemplo: nos fundos, atrás, galpões).
    - Em caso de não ser no mesmo local da loja – relatar
      - Como é feito o transporte do material.
      - De quanto em quanto tempo leva p/ a loja.
      - Periodicidade, dia e horário.
  - O que facilitaria esse fluxo.
  - De quanto em quanto tempo recebe mercadoria p/ o depósito.
  - De onde vem (cidade, estado ou região).
  - Como são trazidos para a loja. (descrever a ação)

Matéria DOCREC 1007/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 1213/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516.

Documento Anexo III do Edital - Estudo de Mercado (053284927) SEI 6010.2021/0002874-8 / pg. 24

autuado por Diego Marinetto em 08/11/2021 14:10:07.

Maria Cristina P. B. Abreu
Assessoria Técnica
RF 817.440.7
SDTE/AJ

- Meio de transporte – local de estacionamento.
- Meio de transporte utilizado para movimentar mercadorias – local de estacionamento.
- Horário e periodicidade.
- Avaliação:
  - Pontos positivos.
  - Pontos negativos.
- O que facilitaria esse fluxo?
- Existência de previsão de novos investimentos ou investimentos recentes feitos.
  - Se não houver – o que impede.

- Participação em associações comerciais:
  - Participa de alguma associação (qual) – comente.
  - Paga alguma taxa, mensalidade?
  - Serviços que recebe da associação.
  - Motivos para participar da associação.
  - Serviços oferecidos da loja (comente facilidade e dificuldades – no que obtiver):
- Oferta de serviços gerais de apoio:
  - Estacionamento – convênio, entregador/ carregador, táxi.
  - Oferece guarda volume.
- Serviços de entrega.
  - Como funciona. (meio de transporte, dia e horário)
  - Existência de transportadora – entrega em outras cidades.
- Do que os clientes reclamam.
- O que poderia oferecer aos clientes e que fariam que eles comprassem mais.

Matéria DOCREC 1007/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 1213/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516.

Documento Anexo III do Edital - Estudo de Mercado (053284927) SEI 6010.2021/0002874-8 / pg. 25

autuado por Diego Marinetto em 08/11/2021 17:00:07.
Fls. 120
2013-0.363.235-3
Maria Cristina P. B. Abreu
Assessora Técnica
RF 817.440.7
SDTE/AJ

fl. 3.905

~~fl. 256~~

3. Hábitos x compradores – observações.

- Características gerais dos compradores:
  - A maioria percebida – mulheres x homens.
  - Em média saem com quantas sacolas / pacotes.
  - Utilização do programa Nota Fiscal Paulista.
  - Onde mais eles vão – que outras ruas/ regiões frequentam.
  - Do que reclamam.
  - Como eles se comportam com as demais compras que carregam.
    - Qual a percepção do lojista em relação a isso.
    - Como isso poderia ser diferente.
  - Tempo de permanência na cidade – o que mais usufruem além do comércio.
  - Fazem uso de passeios ou atividades de lazer (teatros, museus, restaurantes)

4. Vocação – verificar aceitação, sugestões e comentários.

- Sugestão de criação de:
  - "Guarda Volumes" (um local para guardar as compras).
  - Serviços de carregamento das compras.
    - Como imagina isso.
    - O que pensa sobre: carregador e compras seguem o cliente.
    - O que pensa sobre: compras vão direto pro ônibus.
    - Depósitos centralizados. (conversar sobre)
  - Sistema de menor impacto no fluxo de pedestres.
  - Proibição do fluxo de cargas no horário comercial.

Matéria DOCREC 1007/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 1213/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516.

Documento Anexo III do Edital - Estudo de Mercado (053284927) SEI 6010.2021/0002874-8 / pg. 26

Fls. nº _____ do PTOC.
autuado por Diego Marinetto em 08/11/2021 14:10:07.

Maria Cristina P. B. Abreu
Assessora Técnica
RF 817.440.7
SDTE/AJ

- Estacionamentos exclusivos para ônibus de turismo. (terminal)
- Rua de pedestre (calçadões), com restrição de circulação de veículo motorizado.
    - Opinião geral.
- Centro de compras – camelôs.
    - Sugestão de localização.
- Hotéis.
- Empresarial (salas/ lajes).
- Centro de apoio ao turista.
    - O que é conforto?
    - O que poderia ser feito para dar mais conforto p/ você?
    - O que é praticidade?
    - Quais são os itens que agregam valor.
    - Como pensa praticidade x conforto?

2.2. Pesquisas Quantitativas de Mercado

Para as Pesquisas Quantitativas optou-se pela técnica *Survey*, ou Pesquisa Ampla, realizadas através de questionários estruturados. Esta é uma técnica que apresenta as mesmas questões para todos os entrevistados, garantindo o anonimato, e que contém questões para atender as finalidades específicas da pesquisa.

Especificamente, a metodologia de coleta de dados utilizada no projeto foi a face a face, ou seja, as entrevistas foram realizadas pessoalmente.

Matéria DOCREC 1007/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 1213/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516.

Documento Anexo III do Edital - Estudo de Mercado (053284927) SEI 6010.2021/0002874-8 / pg. 27

autuado por Diego Marinetto em 08/11/2021 14:10:07.

Para a abordagem e realização das pesquisas, foram definidas algumas ruas inseridas nas principais regiões comerciais abrangidas pelo projeto CIRCUITO DAS COMPRAS, conforme tabela abaixo:

Tabela 1: Pontos de coleta para entrevistas de campo (pesquisa quantitativa)

[redacted]	BOM RETIRO	SÉ
R. Oriente	R. José Paulino	R. Vinte e Cinco de Março
R. Xavantes	R. da Graça	R. Barão de Duprat
R. Maria Marcolina	R. Silvia	Ladeira Porto Geral
R. João Theodoro	R. Aimorés	R. Santa Ifigênia
R. Silva Teles	R. dos Italianos	
R. Barão de Ladário	R. Marmoré	
R. Casimiro de Abreu	R. Sólon	
R. Miller		

Fonte: TNS Research, 2010.

A seguir, seguem os mapas ilustrando as regiões de abrangência das entrevistas de campo.

Matéria DOCREC 1007/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 1213/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516.

autuado por Diego Marinetto em 08/11/2021 14:56:07.

fl. 3.908

2013 - 0.363.235-3

PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE SÃO PAULO

Secretaria Municipal do Desenvolvimento Trabalho e Empreendedorismo – SDTE

Maria Cristina P. B. Abreu
Assessora Técnica
RF 817.440.7
SDTE/AJ

Edital de Concorrência Pública nº 01-B/SDTE/2014

Processo nº 2013-0.363.235-3

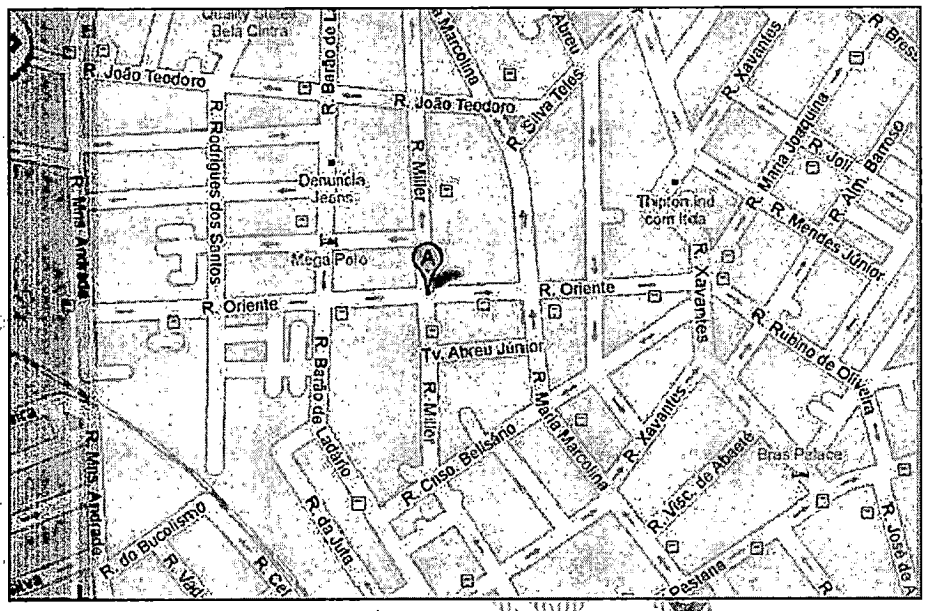


Figura 1: Região do Brás

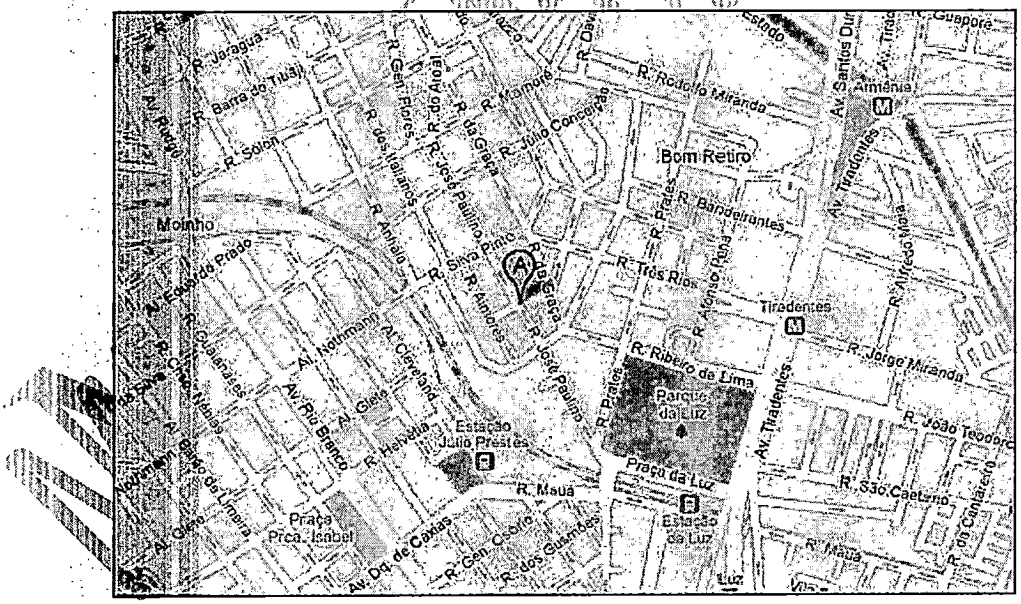


Figura 2: Região do Bom Retiro

Matéria DOCREC 1007/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 1213/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516.

Documento Anexo III do Edital - Estudo de Mercado (053284927) SEI 6010.2021/0002874-8 / pg. 29

autuado por Diego Marinetto em 08/11/2021 14:10:07.

Maria Cristina P.B. Abreu
Assessoria Técnica
RF 817.440.7
SDTE/AJ

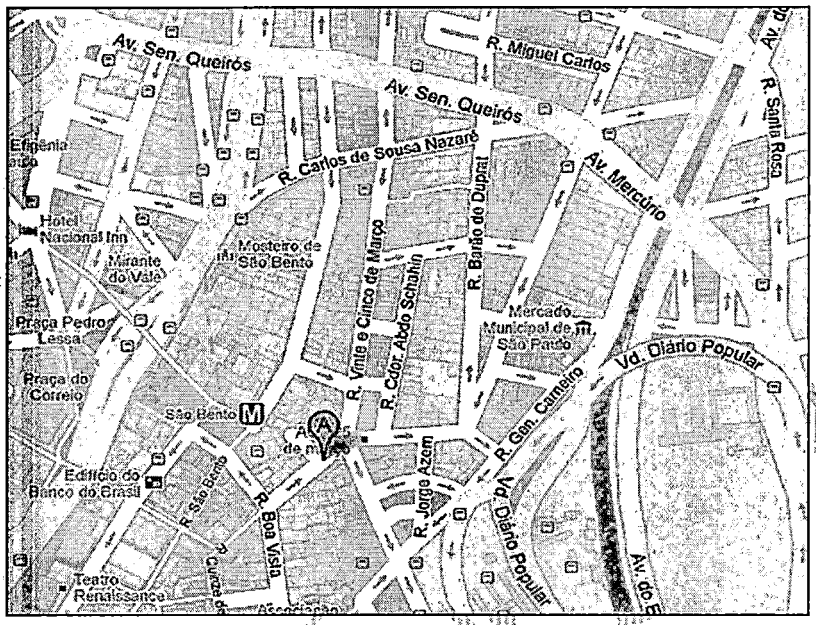


Figura 3: Região da 25 de Março

2.2.1. Técnica de Amostragem utilizada

Quando a população possui características que permitem a criação de subconjuntos, as amostras extraídas por amostragem simples são menos representativas. Nesse caso, é utilizada a amostragem estratificada.

Como a população se divide em subconjuntos, convém que o sorteio dos elementos leve em consideração tais divisões, para que os elementos da amostra sejam proporcionais ao número de elementos desses subconjuntos, desta forma cada público foi tratado em específico:

Turistas de compra:

O universo considerado para o grupo contém as seguintes características fundamentais:

- Homens e mulheres de 21 a 55 anos,
- Classes A, B, C, D e E (Critério Brasil),

Matéria DOCREC 1007/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 1213/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516.

Fls. nº autuado por Diego Marinetto em 08/11/2021 14:10:07. do Proc.
fls. 125
2013 - 0.36 2 5 - 3
Maria Cristina P. B. Abreu
Assessoria Técnica
RF 817.440.7
SDTE/AJ

- Presentes diariamente nas regiões de compra de São Paulo, nas ruas de interesse do estudo (vide Tabela 1)

Motoristas e guias de turismo de compra:

O universo considerado para o grupo dos motoristas e guias, tem como característica fundamental ser composto por profissionais atuantes no segmento de turismo de compras abordados nas regiões de interesse e que desempenham as funções de motoristas de veículos fretados ou guias turísticos na prestação de serviços para os turistas de compras.

Dessa forma, os motoristas e guias foram entrevistados através de questionário único, pois é comum a função de guia ser exercida pelo próprio motorista do ônibus.

Comerciantes (camelôs):

Categoria na qual 90% dos representantes não têm garantia de trabalho, já que trabalham sob a ilegalidade e, atualmente, não há licença da prefeitura para esta atividade na região.

2.2.2. Descrição das amostras

O tamanho da total das amostras foi definido em 755 entrevistas entre todos os segmentos, e calculado utilizando-se uma aproximação por amostragem aleatória simples, considerando amostras com populações infinitas, segundo a seguinte fórmula:

$$n = \frac{Z(\alpha)^2 pq}{d^2}$$

Onde,

n é o tamanho da amostra para uma população infinita

Matéria DOCREC 1007/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 1213/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516.

autuado por Diego Marinetto em 08/11/2021 14:10:07.
2013 - 0.363.235 - 3
fls. 126

Maria Cristina P.B. Abreu
Assessoria Técnica
RF 817.440.7
SDTE/AJ

Z(α) é o valor tabelado da distribuição normal

p é a proporção estimada da população para um dado atributo

(Considerou-se p = 0,5)

q = (1-p)

E é a tolerância máxima de erro (variância) para o tamanho da amostra

(Considerou-se d = 0,05)

Dessa forma, definiu-se a seguinte distinção entre o universo dos Compradores:

- Turistas de Compras- Compostos por aqueles que vêm de regiões de fora da Região Metropolitana de São Paulo e utilizam ônibus fretado como transporte; e
- Público Geral- que representam os compradores pertencentes à RMSP.

Para este estudo, o grupo dos Turistas de Compras se subdivide em: Atacadistas, Varejistas e Sacoleiros. Essa distribuição garante que a amostragem seja uma representação fidedigna da população observada e atende às necessidades do projeto.

Considerando o tamanho do universo dos Turistas de Compras como sendo composto pela quantidade diária de pessoas que chegam às regiões de compras através de fretados temos a seguinte premissa:

Segundo a pesquisa volumétrica e classificatória realizada pela LOGIT em 2010, tem-se que o número médio de ônibus fretados que chegam às regiões, especificamente com o propósito de trazer pessoas para realizarem compras nas regiões compreendidas pelo projeto, é de 384 ônibus por dia. Considerando que um ônibus trás consigo uma média de 35 passageiros por viagem (Pesquisa Quantitativa TNS, 2010), tem-se um universo total de Turistas de Compras estimado em 13.452 pessoas por dia.

Dessa forma, a amostra total utilizada para o projeto corresponde a aproximadamente 6% do universo total. Em cima desse valor de amostra, foram definidas amostras mínimas de 125 para cada segmento de Compradores como forma de obter um erro aceitável e conseqüente

Matéria DOCREC 1007/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 1213/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516.

significância estatística, pois quanto menor for a amostra utilizada frente ao seu universo, maior é o erro associado e conseqüentemente, menor é a precisão dos resultados.

Entretanto, a amostra escolhida melhor representa o desenho que atende às necessidades de representatividade e leitura para o projeto, bem como a viabilidade da realização dos trabalhos de campo das pesquisas.

Considerando as amostras por segmento, temos que o erro associado a cada respectivo grupo:

SEGMENTO	TAMANHO DA AMOSTRA ENTREVISTADA	ERRO ASSOCIADO
Atacadistas	127 entrevistas	8,7 p.p.
Sacoleiros	128 entrevistas	8,7 p.p.
Varejistas	124 entrevistas	8,8 p.p.
Turista Geral	126 entrevistas	8,7 p.p.
Camelôs	125 entrevistas	8,8 p.p.
Guias de Viagens	63 entrevistas	12,3 p.p.
Motoristas	62 entrevistas	12,4 p.p.
TOTAL	755 entrevistas	3,6 p.p.

Fonte: TNS Research, 2010.

Matéria DOCREC 1007/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 1213/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516.

autuado por Diego Marinetto em 08/11/2021 14:10:07.

O erro amostral indicado neste documento considera uma amostragem probabilística a 95% de confiança. No entanto, como a última etapa deste estudo é não probabilística, existem erros não amostrais associados ao processo que não podem ser calculados em razão de sua natureza.

2.2.3. Modelo de Sensibilidade de Preços

Ainda para dar suporte às pesquisas, foi realizada pela TNS Research uma análise de precificação chamada Modelo de Sensibilidade de Preço (*Price Sensitivity Model* - PSM). Neste modelo, a sensibilidade de preço refere-se não ao preço absoluto, mas sim a um valor percebido do serviço. As expectativas de demanda, preços do consumidor e tolerâncias são medidas por um conjunto de questões de percepção de preço, por meio das seguintes perguntas:

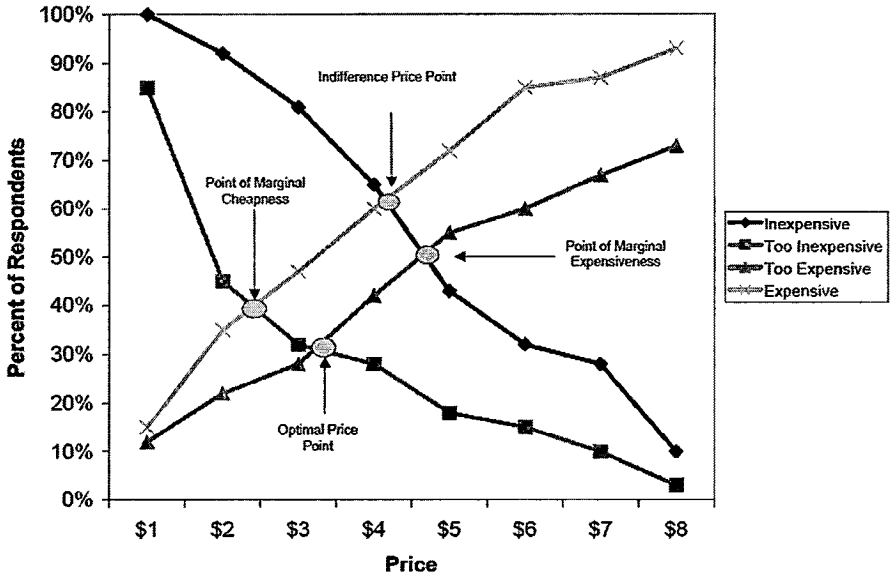
- *Qual o preço tão barato que duvidaria da qualidade?* Preço considerado para o serviço como sendo tão barato que se questionaria a qualidade do mesmo a ponto de não comprá-lo;
- *Qual o preço barato, mas que não duvidaria da qualidade?* Preço considerado para o serviço como sendo barato, mas não se duvidaria da qualidade do mesmo;
- *Qual o preço caro, mas compraria mesmo assim?* Preço considerado para o serviço como sendo caro, mas não impediria a compra do mesmo;
- *Qual o preço tão caro, que não compraria?* Preço considerado para o serviço como sendo muito caro, de forma a não comprá-lo.

As respostas para as perguntas mencionadas acima são tabeladas e para cada preço indicado, é calculado o percentual de consumidores que definem o preço como pertencente a uma das quatro categorias mencionadas acima. Os preços e percentuais de consumidores de cada categoria são plotados, de forma que os pontos de interseção das quatro curvas servem como indicativos da percepção de valor dos consumidores em relação ao serviço sendo testado.

Matéria DOCREC 1007/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 1213/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516.

autuado por Diego Marinetto em 08/11/2021 14:10:07.

Maria Cristina P. B. Abreu
Assessor Técnica
RF 817.440.7
SDTE/AJ



Sendo assim, o ponto em que as curvas correspondentes às categorias "barato" e "caro" se interceptam é considerado o Ponto Indiferença de Preços (PI); o ponto no qual as curvas das categorias "muito barato" e "muito caro" se interceptam é considerado o Ponto Ideal de Preços (PIP).

Essa metodologia de análise de percepções de valores dos consumidores (também conhecida como Modelo Van Westendorp) foi adotada por se adequar às condições de escopo dos estudos e porque tende a apresentar resultados conservadores quanto ao potencial de precificação.

O Plano de Negócio de Referência considera três pontos de receita: Ponto de Máximo Compradores, Ponto de Indiferença e Ponto Ótimo. As variáveis estimadas de demanda e preço para cada um dos pontos são definidas como:

Pontos	Demanda estimada	Preço Estimado
Ponto de Máximo Compradores	% Compradores = Máx {100% – [(% dos que acham Caro) +	Preço de maior demanda

Matéria DOCREC 1007/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 1213/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516.

autuado por Diego Marinetto em 08/11/2021 14:10:07.

	(% dos que acham Barato)]} [3]	
Ponto de Indiferença	Demanda correspondente ao Ponto de Indiferença (PI)	Preço correspondente ao Ponto de Indiferença (PI)
Ponto Ótimo de preços	Demanda correspondente ao Ponto Ideal de Preços (PIP)	Preço correspondente ao Ponto Ideal de Preços (PIP)

2.2.4. Roteiros de Pesquisa Quantitativa

Roteiro de Pesquisa – Turistas de compras

0510B/10 - "CIRCUITO DAS COMPRAS" **Setembro – 2010**											Nº do Questionário
DIAS DA SEMANA	**2. feira**	**3. feira**	**4. feira**	**5. feira**	**6. feira**	**sábado**	**PERÍODO**	**1** (0 A 6 H)	**2** (06:01 A 12h)	**3** (12:01 A 18h)	**4** (18:01 A 24H)
Região	**1** 25 de Março		**2** Brás	**3** Bom Retiro	**4** Sta Ifigênia		**Segmento**	**1** Sacoleiros	**2** Atacadistas	**3** Varejistas	**4** Turista Geral
NOME DO(A) ENTREVISTADO(A):											
RUA(Av)							Nº		COMPLEMENTO		
BAIRRO:							ZONA:		CIDADE:		
E-MAIL:									TEL. RES.: (DDD:)		
CÓDIGO BAIRRO:							CEP				CELULAR: (DDD:)
											TEL.COM: (DDD)
"Bom tarde/Bom dia. Eu trabalho para .....,uma empresa especializada em pesquisa de mercado. No momento estamos realizando um estudo sobre hábitos de compra e gostaria de lhe fazer algumas perguntas. Para sua tranqüilidade,não estamos tentando lhe vender nada											

[3] Dentre as leituras (Muito Barato, Barato, Caro e Muito Caro), a demanda possível para cada valor de preço é dada por: % Possível = 100%- [(% dos que acham Muito Caro) + (% dos que acham Muito Barato)]. A demanda possível exclui apenas compradores que acham o preço do serviço ou muito caro, de forma a não comprá-lo ou muito barato, de forma a questionar a qualidade do mesmo a ponto de, também, não comprá-lo. Já a demanda estimada para o cenário otimista corresponde ao valor máximo de % Compradores = 100% – [(% dos que acham Caro) + (% dos que acham Barato)] dentre todos os preços testados. Esta demanda estimada exclui, adicionalmente, compradores que acham o serviço Muito Caro ou Muito Barato. Note que os extremos Muito Caro e Muito Barato estão contidos, respectivamente, nos grupos Caro e Barato.

Matéria DOCREC 1007/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 1213/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516.

Fls. n.º _____ do Proc.
autuado por Diego Marinetto em 08/11/2021 14:10:07.

fl. 3916

2013 - 0.363 235 - 3

Maria Cristina P. B. Abreu
Assessora Técnica
RF 817.140.7
SDTE/AJ

fl. 267

PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE SÃO PAULO

Secretaria Municipal do Desenvolvimento Trabalho e Empreendedorismo – SDTE

Edital de Concorrência Pública nº 01-B/SDTE/2014

Processo nº 2013-0.363.235-3

.Suas respostas serão tratadas de forma consolidada,ou seja,não será possível identificá-lo como respondente individual da pesquisa. Podemos contar com a sua colaboração?

MINUTA SEM VALOR

Matéria DOCREC 1007/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 1213/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516.

Fls. 11 _____ do Proc.
autuado por Diego Marinetto em 08/11/2021 14:10:07.
2013 - 0.363.235 - 3

fl. 3917

Maria Cristina P. B. Abreu
Assessora Técnica
RF 817.440.7
SDTE/AJ

fl. 264

PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE SÃO PAULO

Secretaria Municipal do Desenvolvimento Trabalho e Empreendedorismo – SDTE

Edital de Concorrência Pública nº 01-B/SDTE/2014

Processo nº 2013-0.363.235-3

R.1 Sexo (anotar sem perguntar)
- Masculino 1
- Feminino 2

R.2. Moradia atual

Cidade	Estado

R.3. Qual a sua idade? R3.(**R.U.**)

ESPECIFICAR: _____

- 18 a 24 anos 1
- 25 a 34 anos 2
- 35 a 44 anos 3
- 45 a 55 anos 4
- 56 a 65 anos 5
- Acima de 65 6

R.4. Renda Familiar Mensal **(CARTÃO A)**

R.5. E sua renda mensal individual? R.4**(RU)** R5**(RU)**

	Familiar	Individ
Mais de R$ 9.733 (A1)	1	1
R$ 6.563 a R$ 9.733 (A2)	2	2
R$ 3.479 a R$ 6.562 (B1)	3	3
R$ 2.012 a R$ 3.478 (B2)	4	4
R$ 1.194 a R$ 2.011 (C1)	5	5
R$ 726 a R$ 1.193 (C2)	6	6
R$ 484 a R$ 725 (D)	7	7
Recusa	99	99

R.6. **(CARTÃO R6)** Com que finalidade está aqui nessa região? **(RU)**

- Fazer compras para mim/família/amigos 1
- Fazer compras para revenda, em uma loja em SP 2
- Fazer compras para revenda, em uma loja fora de SP 3
- Fazer compras para revenda, em uma BANCA/BOX/PORTA A PORTA em SP4
- Fazer compras para revenda, em uma BANCA/BOX /PORTA A PORTA fora de SP 5
- Trabalho aqui ou não foi as compras **(ENCERRE)** 6
- Outros – Especifique: _____

R.6A. **(CARTÃO R6A)** Você me disse que veio à essa região para fazer compras. Como você chegou até aqui?**(RU)**

- Ônibus fretado 1
- Micro-onibus fretado 2
- Van/ perua/ lotação fretados 3
- Van/ perua/ lotação comum 4
- Carro 5
- Moto 6
- Ônibus comum/ Circular 7

R.7. **(CARTÃO R7)(APENAS P/ CÓD. 2 OU 3 NA R.6)**: Como é esta loja que você possui? **(RU)**

- Loja própria, com até 10 funcionários 1
- Loja própria, de 11 a 25 funcionários 2
- Loja própria, de 25 a 50 funcionários 3
- Loja própria, com mais de 50 funcionários 4
- Não sou proprietário da loja 5
- Outros – Especifique:

R.8. Com que freqüência você vem a _____ **(CITAR REGIÃO EM QUE ESTÁ SITUADO)**/ arredores **para fazer compras**? **(RU)**

- Todos os dias 1
- 4 a 6 vezes por semana 2
- 2 a 3 vezes por semana 3
- 1 vez por semana 4
- Uma vez a cada 15 dias 5
- Uma vez por mês 6
- Uma vez a cada 2-3 meses 7
- Uma vez a cada 6 meses 8
- Menos que isso 9
- É a primeira vez que venho 10
- Outros –especifique: _____

R.8A. Quantos dias você está ou estará em São Paulo para as compras na _____**(CITAR REGIÃO EM QUE ESTÁ SITUADO)**? **(RU)**

- 1 dia ..... 1**(P.P.R8C)**
- 2 dias 2
- 3 dias 3
- 4 dias 4
- 5 dias 5
- Mais que isso – Especifique: _____

R.8B. Onde você ficará hospedado durante o período em que estará em São Paulo para as compras na _____**(CITAR REGIÃO EM QUE ESTÁ SITUADO)**? **(RU)**

- Hotel nos arredores dessa região 1
- Hotel em outra região 2
- Casa de parentes 3
- Casa de amigos 4
- Outros – Especifique: _____

R.8B1. Em que região você ficará hospedado durante o período em que estará em São Paulo para as compras na _____**(CITAR REGIÃO EM QUE ESTÁ SITUADO)**? **(RU)**

- Especifique: _____

Matéria DOCREC 1007/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao BDS 1213/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516.

Documento Anexo III do Edital - Estudo de Mercado (053284927) SEI 6010.2021/0002874-8 / pg. 38

autuado por Diego Marinetto em 08/11/2021 14:10:07.

Maria Cristina P. B. Abreu
Assessor Técnica
RF 317.949.7
SDTE/AJ

PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE SÃO PAULO

Secretaria Municipal do Desenvolvimento Trabalho e Empreendedorismo – SDTE

Edital de Concorrência Pública nº 01-B/SDTE/2014

Processo nº 2013-0.363.235-3

R.8C. Vamos imaginar que você tivesse que se hospedar aqui na região ou nos arredores. Vou lhe dar algumas opções e gostaria que você me dissesse qual ou quais delas você prefere. **(RM)**

- Um quarto apenas para mim/ sozinho..... 1
- Dividiria com alguém conhecido ou da própria excursão 2
- Dividiria com alguém desconhecido..... 3

PARA CÓD 2,3 EM Q8C

R.8C1. Levando em consideração uma estrutura coletiva de hospedagem, ou seja, um quarto com várias camas e um banheiro coletivo com algumas pias, sanitários e chuveiros, com quantas pessoas você estaria disposto a dividir o quarto? Por favor, considere que quanto mais pessoas no quarto, maior seria sua economia, pois você estaria dividindo a diária do hotel. **(RU)**

- Apenas uma pessoa 1
- Duas pessoas 2
- Três pessoas 3
- Quatro pessoas 4
- Cinco pessoas 5
- Seis pessoas 6
- Outros. Esp: _____

R.9. **(CARTÃO R9)** Nós entrevistamos algumas pessoas nas regiões do Centro de São Paulo que nos deram algumas faixas de valores que costumam gastar durante o dia de compras. Em média, quanto dinheiro você costuma gastar a cada vez que você vem fazer compras na _____ **(CITAR REGIÃO EM QUE ESTÁ SITUADO)**? **(RU)**

- Até R$ 100,00 1
- De R$ 100,00 a R$ 500,00 2
- De R$ 501,00 a R$ 1.000,00 3
- De R$ 1.001,00 a R$ 1.500,00 4
- De R$ 1.501,00 a R$ 2.500,00 5
- De R$ 2.501,00 a R$ 3.500,00 6
- De R$ 3.501,00 a R$ 5.000,00 7
- De R$ 5.001,00 a R$ 10.000,00 8
- De R$ 10.001,00 a R$ 25.000,00 9
- De R$ 25.001,00 a R$ 50.000,00 10
- De R$ 50.001,00 a R$ 100.000,00 11
- De R$ 100.001,00 a R$ 250.00,00 12
- Acima de R$ 250.000,00 13
- Não responde/ Recusa 99

R.9A. Aqui na _____ **(CITAR REGIÃO EM QUE ESTÁ SITUADO)** as pessoas costumam utilizar uma sacola para armazenar suas compras. Em média, quantas dessas sacolas você costuma encher por dia quando você vem fazer compras? **(RU)**

- Menos de uma sacola..... 1
- Uma sacola 2
- Duas sacolas 3
- Três sacolas 4
- Quatro sacolas..... 5
- Cinco sacolas 6
- Mais de cinco sacolas..... 7
- Não uso sacolas. Esp:_____
- Não responde/ Recusa 99

ATENÇÃO ENTREVISTADOR PARA OS CRITÉRIOS DE CLASSIFICAÇÃO

- SE CÓD 1 NA R6: VAREJISTA

- SE CÓD 2/3 NA R6: ATACADISTA

- SE CÓD 4/5 NA R6: SACOLEIRO

- SE TODOS NA R6 + TODOS NA R6A, EXCETO CÓD 1,2,3: PÚBLICO GERAL

R.10 – De que cidade e estado você partiu para estar aqui hoje em seu dia de compras? **(ESPONTÂNEA)**

Cidade: _____

Estado: _____

R.11 – E qual será seu destino após o fim do seu dia de compras, ou seja, para qual cidade e estado você irá? **(ESPONTANEA)**

Cidade: _____

Estado: _____

(SOMENTE PARA QUEM DISSE CÓD 1 ou 2 ou 3 EM R.6A)

R.12 – Na viagem até o CIRCUITO DAS COMPRAS você costuma realizar paradas programadas, ou seja, já sai do seu ponto de origem sabendo que irá parar em alguns lugares? **(RU)**

- Sim 1
- Não 2

APENAS PARA QUEM DISSE SIM (CÓD 1) EM R.12. CASO CONTRÁRIO PULE PARA A Q1

R.13 – Onde você costuma parar?**(RU)**

Matéria DOCREC 1007/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 1213/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://spregisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516.

Documento Anexo III do Edital - Estudo de Mercado (053284927) SEI 6010.2021/0002874-8 / pg. 39

fls nº
autuado por Diego Marinetto em 08/11/2021 no Proc.
fls. 134

fl. 3919

2013 - 0.363.235-3

Maria Cristina P. B. Abreu
Assessora Técnica
RF 817.440.7
SDTE/AJ

PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE SÃO PAULO

Secretaria Municipal do Desenvolvimento Trabalho e Empreendedorismo – SDTE

Edital de Concorrência Pública nº 01-B/SDTE/2014

Processo nº 2013-0.363.235-3

COMPRAS EM GERAL

Vamos falar agora sobre o seu hábito de compras em geral. Por favor, gostaria que você considerasse como **compras:** roupas, acessórios, tecidos, artigos para o lar, artigos de bazar, presentes, eletroeletrônicos, fantasias, etc. e não levasse em consideração os gastos com locomoção, refeições, alimentos e remédios.

1. **(CARTÃO PRODUTOS)** Desta lista de produtos quais você costuma comprar? **RM**

2. Em **média**, quanto você **costuma gastar** cada vez que faz a compra deste(s) produto(s)? **(PERGUNTAR PARA CADA PRODUTO CITADO NA P.1 ➔ ARREDONDAR O VALOR, DESCONSIDERE OS CENTAVOS) RM**

3. Que produtos você comprou **hoje (nesta vinda)** a região do(a) _____ **(CITAR REGIÃO EM QUE ESTÁ LOCALIZADO)/** arredores? **(RM)**

4. Quanto você gastou **hoje (nesta vinda)** na região do(a) _____ **(CITAR REGIÃO EM QUE ESTÁ LOCALIZADO)/** arredores na compra deste produtos? **(RU)**

	Comprou hoje/nesta vinda a Região			
	P.1	**P.2**	**P.3**	**P.4**
	Produto	Gasto médio	Produto	Gasto médio
Acessórios (bolsas, cintos, etc.)	1		1	
Armarinhos / aviamento (linha, lã, fitas, botões, etc.)	2		2	
Artigos de festas (aniversários, carnaval, festa junina / natal, etc)	3		3	
Artigos de decoração (porta retratos, vasos, etc)	4		4	
Artigos descartáveis (pratos, copos, sacos, sacolas, etc)	5		5	
Artigos esportivos	6		6	
Bijouterias peças para montagem	7		7	
Bijouterias prontas	8		8	
Brindes	9		9	
Brinquedos	10		10	
Cama mesa e banho	11		11	
Celulares	12		12	
Eletroeletrônicos	13		13	
Embalagens	14		14	
Fantasias	15		15	

Matéria DOCREC 1007/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 1213/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516.

Fls nº _____ do Proc.
autuado por Diego Marinètto em 08/11/2021 14:10:07.

Maria Cristina P. B. Abreu
Assessoria Técnica
RF 817.440.7
SDTE/AJ

PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE SÃO PAULO

Secretaria Municipal do Desenvolvimento Trabalho e Empreendedorismo – SDTE

Edital de Concorrência Pública nº 01-B/SDTE/2014

Processo nº 2013-0.363.235-3

Jogos / games	16		16	
Lingerie / roupa íntima	17		17	
Meias	18		18	
Óculos	19		19	
Papelaria	20		20	
Relógios	21		21	
Roupas infantis	22		22	
Roupas femininas	23		23	
Roupas masculinas	24		24	
Perfumes / cosméticos	25		25	
Tecidos para roupas	26		26	
Tecidos para confecção	27		27	
Panelas	28		28	
Utensílios domésticos (potes, panelas, talheres, etc.)	29		29	
Outros (especificar)				
Outros (especificar)				
Outros (especificar)				
Vou comprar, ainda não comprei			**99 PPP5**	

AVALIAÇÃO DA INFRA ESTRUTURA ATUAL

Vamos falar agora sobre alguns de seus hábitos de compra...

5. Quando você vem fazer compras nessa região, você costuma ficar em apenas um lugar ou circula pelas regiões próximas? **(ESPONTÂNEA – EXPLORAR)**

Fico apenas em uma região	1
Circulo pelas regiões próximas	2

PARA QUEM CITOU CÓD 2 NA Q5– CIRCULA PELAS REGIÕES PRÓXIMAS. CASO CONTRÁRIO PULE PARA P7

6. Você me disse que durante seu dia de compras você costuma circular pelas regiões próximas a _____ **(CITAR REGIÃO EM QUE O(A) ENTREVISTADO(A) SE ENCONTRA)**. Qual é o trajeto que você costuma fazer durante um dia, ou seja, por quais regiões costuma passar? **(ESPONTÂNEA – EXPLORAR)**

Matéria DOCREC 1007/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 1213/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516.

do Proc.
autuado por Diego Marinetto em 08/11/2021 14:10:07.
2013 - 0.363.235 - 3 fls. 136

fl. 3.921

Maria Cristina P.B. Abreu
Assessoria Técnica
RF 817.440.7
SDTE/AJ

fl. 272

7. Durante o seu dia de compras você certamente passa por vários locais e utiliza alguns serviços. Quais são esses locais/ estruturas e serviços aos quais você tem acesso durante seu dia de compras? **(RM - ESPONTÂNEA)**
8. **(CARTÃO 8)** E dessas estruturas que vou lhe mostrar agora, quais são os locais/ estruturas e serviços aos quais você tem acesso durante seu dia de compras? **(RM - ESTIMULADA)**
9. Você paga para utilizar cada um desses espaços ou serviços? **(RU)**

APENAS PARA QUEM DISSE SIM (CÓD 1) NA Q9. CASO CONTRÁRIO PULE PARA Q11

10. Se você paga, qual é o valor médio pago por cada um desses serviços? **(RU)**

APENAS PARA OS CÓDIGOS CITADOS EM Q7/Q8

11. **(CARTÃO 11)** Pensando em uma nota de 1 a 10, onde quanto mais próximo de 1 significa que você está "extremamente insatisfeito" e quanto mais próximo de 10 significa que você está "extremamente satisfeito", qual é a nota que você daria para...

	Q7	Q8	Q9		Q10	Q11 - NOTAS									
	ESP	EST	SIM	NÃO	R$	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Banheiro	1	1	1	2		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Estacionamento	2	2	1	2		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Praça de Alimentação	3	3	1	2		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Hospedagem	4	4	1	2		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Duchas	5	5	1	2		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Local para descanso	6	6	1	2		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Lan House	7	7	1	2		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Local para entretenimento	8	8	1	2		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Lojas/ Galerias	9	9	1	2		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Caixa eletrônico/ bancos	10	10	1	2		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Provadores	11	11	1	2		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Outros. Esp:			1	2		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Outros. Esp:			1	2		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Outros. Esp:			1	2		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

Matéria DOCREC 1007/2021 - Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 1213/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516

autuado por Diego Marinetto em 08/11/2021 14:10:07.

fl. 3.922

2013 - 0.363.235 - 3

Maria Cristina P. B. Abreu
Assessor Técnico
RF 81.140.7
SDTE/AJ

fl. 273

PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE SÃO PAULO

Secretaria Municipal do Desenvolvimento Trabalho e Empreendedorismo – SDTE

Edital de Concorrência Pública nº 01-B/SDTE/2014

Processo nº 2013-0.363.235-3

Outros. Esp:			1	2		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

11A. O que você acha que falta na região _____ **(CITAR A REGIÃO ENTREVISTADA)** para atender todas as suas necessidades atuais? **(ESPONTANEA – EXPLORAR)**

MINUTA

Matéria DOCREC 1007/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 1213/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516.

Fls. nº ____ do Proc.
autuado por Diego Marinetto em 08/11/2021 14:10:07.
2013 - 0.363.235-3

fl. 3.923

Maria Cristina P. B. Abreu
Assessora Técnica
RF 81.440.7
SDTE/AJ

PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE SÃO PAULO

Secretaria Municipal do Desenvolvimento Trabalho e Empreendedorismo – SDTE

Edital de Concorrência Pública nº 01-B/SDTE/2014

Processo nº 2013-0.363.235-3

11B. E existe alguma coisa que essa região deveria ter para que você tivesse vontade de voltar mais vezes ou de ficar mais tempo por aqui? **(ESPONTANEA – EXPLORAR)**

Por favor, eu gostaria que o(a) Sr(a) prestasse bastante atenção ao texto que eu lerei agora para responder as próximas questões. Para seu maior conforto eu vou lhe entregar um cartão com esse texto caso o(a) Sr(a) prefira ler novamente.

➔ **Cartão 1:** Existe um projeto que conta com uma grande infra-estrutura, que abrange toda o CIRCUITO DAS COMPRAS da região Central de São Paulo: Brás, Bom Retiro, 25 de março e Santa Ifigênia.

Este projeto oferecerá um centro de apoio com conforto e variadas opções de serviços, especialmente para quem utiliza os fretados, como: estacionamento seguro exclusivo para ônibus fretados, um shopping popular, um shopping de atacado, banheiros privativos, duchas, serviços de entrega e armazenagem de carga, local para descanso e entretenimento, acesso à internet, opções de alimentação, além de acesso entre essas regiões através de ônibus circulares.

12. Pensando nessa informação que eu acabei de lhe dar, o quanto essa nova proposta seria interessante para o(a) Sr(a)? **(RU)**

Nada Interessante	1
Um pouco Interessante	2
Indiferente	3
Muito Interessante	4
Não sabe/ Não responde	5

13. Porque o(a) Sr(a) acha que essa nova proposta seria _____ **(LER A RESPOSTA DA P12)**? **(ESPONTANEA – EXPLORAR)**

Agora veja o mapa que eu vou lhe entregar com algumas referências dos espaços e locais que essa nova estrutura estaria localizada e eu gostaria de lhe fazer algumas perguntas sobre ele.

MAPA 1 ➔ ALTERNATIVA A

Matéria DOCREC 1007/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 1213/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516.

Documento Anexo III do Edital - Estudo de Mercado (053284927) SEI 6010.2021/0002874-8 / pg. 44

autuado por Diego Marinetto em 08/11/2021 14:10:07.

Maria Cristina P. B. Abreu
Assessor Técnica
RF 817.440.7
SDTE/AJ

14. Agora que o(a) Sr(a) teve mais referências sobre como seria essa nova estrutura e pensando nas informações que eu já havia lhe passado, o quanto essa nova proposta seria interessante para o(a) Sr(a)? **(LER AS OPÇÕES - RU)**

Nada Interessante	1
Um pouco Interessante	2
Indiferente	3
Muito Interessante	4
Não sabe/ Não responde	5

15. (CARTÃO 15) Por favor, vamos pensar na alternativa do cartão que acabamos de ver. Agora vou lhe mostrar algumas opções de serviços que poderiam estar disponíveis para você nesse novo espaço. Por favor, gostaria que você me dissesse quais dessas opções você considera importantes para você pensando em um dia típico de compras e nas suas necessidades atuais. **(ESTIMULADA - RM)**

ATENÇÃO ENTREVISTADOR ➔ ACEITAR APENAS DAS OPÇÕES ESCOLHIDAS EM Q15

16. Você me disse que _____ **(LER AS OPÇÕES ESCOLHIDAS EM Q15)** são as opções de serviços mais importantes para você no seu dia típico de compras. Por favor, agora me diga de 1 a 5 quais são as opções de sua escolha na ordem em que você acredita que elas importam para você. **(RU)**

	Q15	Q16
Shopping Popular (ex: boxes de compra)	1	
Shopping de Atacado (ex: com lojas)	2	
Banheiro	3	
Estacionamento Seguro	4	
Praça de Alimentação	5	
Hospedagem	6	
Duchas	7	
Local para descanso	8	
Lan House	9	
Local para entretenimento	10	
Guarda-Volumes	11	
Transporte das compras até o terminal/ estacionamento	12	
Envio das compras até o destino final via transportadora	13	
Ônibus circulares entre as regiões do Brás, Bom Retiro e 25 de março	14	
Centro de informação	15	
Caixa eletrônico	16	
Cartão de crédito/ fidelidade	17	

Matéria DOCREC 1007/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 1213/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516.

autuado por Diego Marinetto em 08/11/2021 14:10:00
do Proc.
2013 - 0.363.235 - 3
fls. 140
Maria Cristina P. B. Abreu
Assessoria Técnica
RF 8[illegible].440.7
SDTE/AJ

fl. 3925

fl. 276

PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE SÃO PAULO

Secretaria Municipal do Desenvolvimento Trabalho e Empreendedorismo – SDTE

Edital de Concorrência Pública nº 01-B/SDTE/2014

Processo nº 2013-0.363.235-3

AVALIAÇÃO PREÇO

Hoje em dia grande parte dos locais que você freqüenta durante o seu dia de trabalho exige algum tipo de pagamento. Eu gostaria de saber o quanto você pagaria para usar estes serviços...

Taxa de Entrada (Circular + Centro de Apoio VIP)

LER: Eu tenho aqui uma lista de valores **(MOSTRAR CARTÃO T1)** e gostaria de fazer algumas perguntas sobre este produto.

PENSANDO EM UMA TAXA DE ENTRADA PARA UMA ESTRUTURA QUE CONTEMPLA CIRCULAR + CENTRO DE APOIO VIP...

17. Qual o valor a ser pago por esse serviço que você consideraria **BARATO DEMAIS,** a ponto de desconfiar da qualidade dele **(MOSTRAR CARTÃO)**? **(RU)**

SE A(O) RESPONDENTE INDICAR O PREÇO MAIS BARATO DA LISTA LER APENAS PARA CONFIRMAR: Sabemos que o valor de R$ 3,00 **(VERIFICAR VALOR DE ACORDO COM TABELA)** é o mais barato da lista. Em sua opinião, abaixo deste valor é que esse serviço seria barato demais?

18. Você apontou _____ **(RESPOSTA EM Q17)** como sendo barato demais para esse serviço. Mas, qual destes valores é **BARATO**, mas não **BARATO DEMAIS**? **(RU)**

ENTREVISTADOR: PREÇO EM Q18 NÃO PODE SER MENOR QUE O PREÇO EM Q17. SE FOREM IGUAIS, PEDIR ESCLARECIMENTOS.

19. Agora vamos pensar ao contrário. Sabemos que R$ _____ **(VERIFICAR VALOR DE ACORDO COM TABELA)** é o valor mais caro da lista, mas na sua opinião, que valor você acha **CARO DEMAIS** a ponto que você nem pensaria em utilizá-lo? **(RU)**

SE A RESPONDENTE INDICAR O PREÇO MAIS ALTO DA LISTA DIGA: Acima deste valor é que esse serviço começa a ser caro demais?

20. Você me disse que a partir de _____ **(RESPOSTA DE Q19)** esse serviço seria caro demais, mas a partir de qual valore você acha **CARO**, mas não **CARO DEMAIS**? **(RU)**

ENTREVISTADOR: PREÇO DE Q20 NÃO PODE SER MAIOR QUE O PREÇO EM Q19. SE FOREM IGUAIS, PEDIR ESCLARECIMENTO.

Matéria DOCREC 1007/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 1213/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516.

autuado por Diego Marinetto em 08/11/2021 14:10:07.

fl. 3926

2013 - 0.363.235-3

Maria Cristina P. B. Abreu
Assessor Técnica
RF 817.440.7
SDTE/AJ

PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE SÃO PAULO

Secretaria Municipal do Desenvolvimento Trabalho e Empreendedorismo – SDTE

Edital de Concorrência Pública nº 01-B/SDTE/2014

Processo nº 2013-0.363.235-3

TAXA DE ENTRADA (CIRCULAR + CENTRO DE APOIO VIP)	Q17 – BARATO DEMAIS	Q18 - BARATO	Q19 – CARO DEMAIS	Q20 - CARO
	R$	R$	R$	R$
R$ 3,00	3	3	3	3
R$ 3,50	4	4	4	4
R$ 4,00	5	5	5	5
R$ 4,50	6	6	6	6
R$ 5,00	7	7	7	7
R$ 5,50	8	8	8	8
R$ 6,00	9	9	9	9
R$ 6,50	10	10	10	10
R$ 7,00	11	11	11	11
R$ 7,50	12	12	12	12
R$ 8,00	13	13	13	13
R$ 8,50	14	14	14	14
R$ 9,00	15	15	15	15
R$ 9,50	16	16	16	16
R$ 10,00	17	17	17	17

Guarda-volumes/ Malex (R$/ hora)

LER: Eu tenho aqui uma lista de valores **(MOSTRAR CARTÃO M1)** e gostaria de fazer algumas perguntas sobre este produto.
PENSANDO EM UM GUARDA-VOLUMES/MALEX QUE SERIA COBRADO POR HORA...

21. Qual o valor a ser pago por esse serviço que você consideraria **BARATO DEMAIS,** a ponto de desconfiar da qualidade dele **(MOSTRAR CARTÃO)**? **(RU)**

SE A(O) RESPONDENTE INDICAR O PREÇO MAIS BARATO DA LISTA LER APENAS PARA CONFIRMAR: Sabemos que o valor de R$ _____ **(VERIFICAR VALOR DE ACORDO COM TABELA)** é o mais barato da lista. Em sua opinião, abaixo deste valor é que esse serviço seria barato demais?

22. Você apontou _____ **(RESPOSTA EM Q21)** como sendo barato demais para esse serviço. Mas, qual destes valores é **BARATO**, mas não **BARATO DEMAIS**? **(RU)**
ENTREVISTADOR: PREÇO EM Q22 NÃO PODE SER MENOR QUE O PREÇO EM Q21. SE FOREM IGUAIS, PEDIR ESCLARECIMENTOS.

23. Agora vamos pensar ao contrário. Sabemos que R$ _____ **(VERIFICAR VALOR DE ACORDO COM TABELA)** é o valor mais caro da lista, mas na sua opinião, que valor você acha **CARO DEMAIS** a ponto que você nem pensaria em utilizá-lo? **(RU)**

SE A RESPONDENTE INDICAR O PREÇO MAIS ALTO DA LISTA DIGA: Acima deste valor é que esse serviço começa a ser caro demais?

Matéria DOCREC 1007/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 1213/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516.

DOC.
autuado por Diego Marinetto em 08/11/2021 14:10:07.

Ana P. B. Abreu
RF 317.846.7
SDTE/AJ

24. Você me disse que a partir de _____ **(RESPOSTA DE Q23)** esse serviço seria caro demais, mas a partir de qual valore você acha **CARO**, mas não **CARO DEMAIS**? **(RU)**

ENTREVISTADOR: PREÇO DE Q24 NÃO PODE SER MAIOR QUE O PREÇO EM Q23. SE FOREM IGUAIS, PEDIR ESCLARECIMENTO.

MALEX (R$/ HORA)	Q21 – BARATO DEMAIS	Q22 - BARATO	Q23 – CARO DEMAIS	Q24 - CARO
	R$	R$	R$	R$
R$ 1,00	1	1	1	1
R$ 1,50	2	2	2	2
R$ 2,00	3	3	3	3
R$ 2,50	4	4	4	4
R$ 3,00	5	5	5	5
R$ 3,50	6	6	6	6
R$ 4,00	7	7	7	7
R$ 4,50	8	8	8	8
R$ 5,00	9	9	9	9
R$ 5,50	10	10	10	10
R$ 6,00	11	11	11	11
R$ 6,50	12	12	12	12
R$ 7,00	13	13	13	13
R$ 7,50	14	14	14	14
R$ 8,00	15	15	15	15
R$ 8,50	16	16	16	16
R$ 9,00	17	17	17	17
R$ 9,50	18	18	18	18
R$ 10,00	19	19	19	19

Hospedagem em Hotel

LER: Eu tenho aqui uma lista de valores **(MOSTRAR CARTÃO H1)** e gostaria de fazer algumas perguntas sobre este produto.

PENSANDO EM UMA DIÁRIA DE HOTEL...

25. Qual o valor a ser pago por esse serviço que você consideraria **BARATO DEMAIS,** a ponto de desconfiar da qualidade dele **(MOSTRAR CARTÃO)**? **(RU)**

SE A(O) RESPONDENTE INDICAR O PREÇO MAIS BARATO DA LISTA LER APENAS PARA CONFIRMAR: Sabemos que o valor de R$_____**(VERIFICAR VALOR DE ACORDO COM TABELA)** é o mais barato da lista. Em sua opinião, abaixo deste valor é que esse serviço seria barato demais?

Matéria DOCREC 1007/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 12/3/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516.

Maria Cristina P. R. Abreu
Assessor Técnica
RF 8.174.40.7
SDTE/AJ

26. Você apontou _____**(RESPOSTA EM Q25)** como sendo barato demais para esse serviço. Mas, qual destes valores é **BARATO**, mas não **BARATO DEMAIS**? **(RU)**

ENTREVISTADOR: PREÇO EM Q26 NÃO PODE SER MENOR QUE O PREÇO EM Q25. SE FOREM IGUAIS, PEDIR ESCLARECIMENTOS.

27. Agora vamos pensar ao contrário. Sabemos que R$ _____ **(VERIFICAR VALOR DE ACORDO COM TABELA)** é o valor mais caro da lista, mas na sua opinião, que valor você acha **CARO DEMAIS** a ponto que você nem pensaria em utilizá-lo? **(RU)**

SE A RESPONDENTE INDICAR O PREÇO MAIS ALTO DA LISTA DIGA: Acima deste valor é que esse serviço começa a ser caro demais?

28. Você me disse que a partir de _____ **(RESPOSTA DE Q27)** esse serviço seria caro demais, mas a partir de qual valore você acha **CARO**, mas não **CARO DEMAIS**? **(RU)**

ENTREVISTADOR: PREÇO DE Q28 NÃO PODE SER MAIOR QUE O PREÇO EM Q27. SE FOREM IGUAIS, PEDIR ESCLARECIMENTO.

HOSPEDAGEM	Q25 – BARATO DEMAIS	Q26 - BARATO	Q27 – CARO DEMAIS	Q28 - CARO
	R$	R$	R$	R$
R$ 60,00	1	1	1	1
R$ 70,00	2	2	2	2
R$ 80,00	3	3	3	3
R$ 90,00	4	4	4	4
R$ 100,00	5	5	5	5
R$ 110,00	6	6	6	6
R$ 120,00	7	7	7	7
R$ 130,00	8	8	8	8
R$ 140,00	9	9	9	9
R$ 150,00	10	10	10	10

Transporte de Carga do Centro de Apoio ao Terminal (R$/sacola)

LER: Eu tenho aqui uma lista de valores **(MOSTRAR CARTÃO C1)** e gostaria de fazer algumas perguntas sobre este produto:

PENSANDO EM UM SERVIÇO DE TRANSPORTE DE CARGA DO CENTRO DE APOIO AO TERMINAL, CONSIDERANDO O PAGAMENTO POR SACOLA...

29. Qual o valor a ser pago por esse serviço que você consideraria **BARATO DEMAIS,** a ponto de desconfiar da qualidade dele **(MOSTRAR CARTÃO)**? **(RU)**

SE A(O) RESPONDENTE INDICAR O PREÇO MAIS BARATO DA LISTA LER APENAS PARA CONFIRMAR: Sabemos que o valor de R$_____**(VERIFICAR VALOR DE ACORDO COM TABELA)** é o mais barato da lista. Em sua opinião, abaixo deste valor é que esse serviço seria barato demais?

Matéria DOCREC 1007/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 12/3/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516.

do Proc.
autuado por Diego Marinetto em 08/11/2021 14:10:07.

Maria Cristina P B. Abreu
Assessor Técnica
RF 817.146.7
SDTE/AJ

30. Você apontou _____**(RESPOSTA EM Q29)** como sendo barato demais para esse serviço. Mas, qual destes valores é **BARATO**, mas não **BARATO DEMAIS**? **(RU)**

ENTREVISTADOR: PREÇO EM Q30 NÃO PODE SER MENOR QUE O PREÇO EM Q29. SE FOREM IGUAIS, PEDIR ESCLARECIMENTOS.

31. Agora vamos pensar ao contrário. Sabemos que R$ _____ **(VERIFICAR VALOR DE ACORDO COM TABELA)** é o valor mais caro da lista, mas na sua opinião, que valor você acha **CARO DEMAIS** a ponto que você nem pensaria em utilizá-lo? **(RU)**

SE A RESPONDENTE INDICAR O PREÇO MAIS ALTO DA LISTA DIGA: Acima deste valor é que esse serviço começa a ser caro demais?

32. Você me disse que a partir de _____ **(RESPOSTA DE Q31)** esse serviço seria caro demais, mas a partir de qual valore você acha **CARO**, mas não **CARO DEMAIS**? **(RU)**

ENTREVISTADOR: PREÇO DE Q32 NÃO PODE SER MAIOR QUE O PREÇO EM Q31. SE FOREM IGUAIS, PEDIR ESCLARECIMENTO.

TRANSPORTE DE CARGAS DO CENTRO DE APOIO AO TERMINAL	Q29 – BARATO DEMAIS	Q30 - BARATO	Q31 – CARO DEMAIS	Q32 - CARO
	R$	R$	R$	R$
R$ 3,00	1	1	1	1
R$ 4,00	2	2	2	2
R$ 5,00	3	3	3	3
R$ 6,00	4	4	4	4
R$ 7,00	5	5	5	5
R$ 8,00	6	6	6	6
R$ 9,00	7	7	7	7
R$ 10,00	8	8	8	8
R$ 11,00	9	9	9	9
R$ 12,00	10	10	10	10
R$ 13,00	11	11	11	11
R$ 14,00	12	12	12	12
R$ 15,00	13	13	13	13
R$ 16,00	14	14	14	14
R$ 17,00	15	15	15	15
R$ 18,00	16	16	16	16
R$ 19,00	17	17	17	17
R$ 20,00	18	18	18	18
R$ 21,00	19	19	19	19
R$ 22,00	20	20	20	20
R$ 23,00	21	21	21	21
R$ 24,00	22	22	22	22
R$ 25,00	23	23	23	23
R$ 26,00	24	24	24	24
R$ 27,00	25	25	25	25
R$ 28,00	26	26	26	26

Matéria DOCREC 1007/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 1213/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516.

autuado por Diego Marinetto em 08/11/2021 14:10:07.
2013 - 0.363.235 - 3 fls. 145

fl. 3930

Maria Cristina P. B. Abreu
Assessor Técnico
RF 817.440.7
SDTE/AJ

R$ 29,00	27	27	27	27
R$ 30,00	28	28	28	28

Praça de alimentação

33. Considerando seu gasto com alimentação durante seu dia de compras nessa região, qual é o valor médio gasto? **(ESPONTÂNEA)**

R$_____

34. Caso existisse uma praça de alimentação com vários tipos de comida, o quanto você estaria disposto a gastar? **(ESPONTÂNEA)**

R$_____

35. (CARTÃO 35) Agora pense na proposta que lhe apresentei e imagine que essa proposta virasse de fato uma realidade. Você.... **(RU por linha)**

	Certamente sim	Provavelmente sim	Não sabe se sim ou não	Provavelmente não	Definitivamente não
Viria **mais** vezes para comprar nessa região?	5	4	3	2	1
Aumentaria o volume de compras, ou seja, compraria mais produtos?	5	4	3	2	1

APENAS PARA QUEM DISSE QUE CERTAMENTE OU PROVAVELMENTE AUMENTARIA O VOLUME DE COMPRAS – CÓD 4 E 5 NA Q35

36. (CARTÃO 36) Você me disse que _____ **(CITAR RESPOSTA DA Q35)** aumentaria o seu volume de compras na região, ou seja, compraria mais produtos. Eu vou lhe dizer algumas razões que possivelmente podem influenciar nesse aumento das compras e gostaria que você me dissesse o quanto cada uma delas influenciaria utilizando uma escala de 1 a 10, sendo que quanto mais próximo de 1 menor a influência e mais perto de 10 maior a influência. **(RU POR LINHA)**

Facilidade de armazenamento das compras durante o dia	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Facilidade de transporte das compras	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Conforto da experiência de compra	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Infra-estrutura mais completa (banheiros, praça de alimentação, estacionamento)	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

Matéria DOCREC 1007/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 1213/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516.

autuado por Diego Marinetto em 08/11/2021 14:10:07.

fl - 3931

Maria Cristina P. B. Abreu
Assessor Técnica
RF 817.440.7
SDTE/AJ

Acesso a cartão de crédito/ fidelidade	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

37. Pensando em um dia típico de compras, quanto tempo em média você leva para comprar tudo o que precisava? **(RU)**

Menos de uma hora	1
Uma hora	2
Duas horas	3
Três horas	4
Quatro horas	5
Cinco horas	6
De 5 a 10 horas	7
De 10 a 15 horas	8
Mais de 15 horas	9

38. Possui cartão de crédito? **(RU)**

Sim	1
Não	2

APENAS PARA CÓD 1 – SIM – EM Q38. CASO CONTRÁRIO PULE PARA Q40.

39. Quantos cartões de crédito possui? **(RU)**

1	1
2	2
3	3
4 ou mais	4

40. Estaria interessado em realizar suas compras com cartão de crédito? **(RU)**

Sim	1
Não	2

41. Como você costuma pagar as compras que você faz de produtos para revender?**(RM)**

42. E qual destas formas de pagamento você utiliza com mais freqüência na hora de fazer as suas compras de produtos para revender? **(RU)**

Matéria DOCREC 1007/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 1213/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516.

autuado por Diego Marinetto em 08/11/2021 14:10:07.

2013 - 0.363.235 - 3

fls. 147

fl. 3.932

Maria Cristina P. B. Abreu
Assessor Técnica
RF 817.440.7
SDTE/AJ

fl. 283

PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE SÃO PAULO

Secretaria Municipal do Desenvolvimento Trabalho e Empreendedorismo – SDTE

Edital de Concorrência Pública nº 01-B/SDTE/2014

Processo nº 2013-0.363.235-3

	Q63	Q64
Dinheiro	1	1
Cheque	2	2
Cartão de Crédito	3	3
Cartão de débito	4	4
Boleto bancário	5	5
Outros – Esp:_____		

43. (CARTÂO 43) Por favor, gostaria que você pensasse em todos os meios que as pessoas utilizam para conseguir dinheiro para realizar suas compras para revender, ou seja, para alimentar seu negócio. Eu vou lhe mostrar uma lista de opções e vou lhe pedir para apontar todas as maneiras que você costuma utilizar para conseguir dinheiro para fazer compras para revenda. **(RM – ATENÇÃO ENTREVISTADOR: EXPLORAR OUTROS, MAIS ALGUMA...)**

Empréstimo com conhecidos/ amigos/ parentes	1
Empréstimo em financeiras	2
Empréstimo em bancos	3
Cartão de crédito	4
Cheque especial	5
Cartão das lojas	6
Outros. Especificar _____	
Outros. Especificar _____	
Outros. Especificar _____	

Matéria DOCREC 1007/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 1213/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516.

autuado por Diego Marinetto em 08/11/2021 14:10:07.

2013 - 0.363.235 - 3 fls. 148

fl. 3933

PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE SÃO PAULO

Secretaria Municipal do Desenvolvimento Trabalho e Empreendedorismo – SDTE

Maria Cristina P. B. Abreu
Assessoria Técnica
RF 817.440.7
SDTE/AJ

Edital de Concorrência Pública nº 01-B/SDTE/2014

Processo nº 2013-0.363.235-3

PA. Trabalho: **(RU)**

- Trabalha fora Meio Período 1
- Trabalha fora Período Integral 2
- Não trabalha fora 3

PB. Em qual das seguintes situações você se enquadra? **(LEIA APENAS OS ITENS) – (RU)**

Tem rendimento

- Aposentado 1
- Empresário/ sócio/ dono de empresa 2
- Profissional liberal 3
- Autônomo/ free-lancer 4
- Assalariado 5
- Funcionário público/ militar 6
- Vive de rendas (que não aposentadoria) 7
- Outros (esp)_____

Não tem rendimento

- Dependente da família 8
- Dona de casa 9
- Estudante 10
- Desempregado 11

PC. (LEIA AS ALTERNATIVAS) Qual desses itens você possui? **(RM)**

* ... Computador 1
* ... Acesso Internet em casa 2
* ... Acesso Internet no trabalho 3
* ... Acesso Internet na escola 4
* ... Acesso Internet na casa de amigos/parentes 5
* ... Acesso Internet em lan house 6
* ... TV a cabo 7
* ... Celular pré-pago 8
* ... Celular pós-pago 9
* ... Lap Top 10
* ... TV LCD 11
* ... Casa própria 12
* ... Casa de praia/veraneio 13
* ... Nenhum 96

R.X - CRITÉRIO BRASIL 2008

	NT	1	2	3	4 ou +
TV em cores	0	1	2	3	4
Rádio	0	1	2	3	4
Automóvel	0	4	7	9	9
Empregada mensalista	0	3	4	4	4
Máquina lavar roupa	0	2	2	2	2
Banheiro	0	4	5	6	7
Videocassete/ DVD	0	2	2	2	2
Geladeira sem freezer	0	4	4	4	4
Geladeira duplex ou freezer	0	2	2	2	2

INSTRUÇÃO.... **B-Chefe** **C-Entrev.**

Família

. Analfabeto/ Primário Incompleto 0

. Primário Completo/ Ginásio Incompleto 1

. Ginásio Completo/ Colegial Incompleto 2

. Colegial Completo/ Superior Incompleto 4

. Superior Completo 8

CLASSE SOCIAL (SOMAR ITEM A+B) **(RU)**

. A1 (42-46) .....

. A2 (35-41) .....

. B1 (29-34) .....

. B2 (23-28) .....

. C1 (18-22) .....

. C2 (14-17) .....

. D (8-13) .....

Matéria DOCREC 10/07/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 1213/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://spdegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516.

autuado por Diego Marinetto em 08/1/2021 14:10:07.

2013-0.363.235-3

fls. 149

fl. 3934

Maria Cristina P. B. Abreu
Assessora Técnica
RF 317.450.7
SDTE/AJ

fl. 285

PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE SÃO PAULO

Secretaria Municipal do Desenvolvimento Trabalho e Empreendedorismo – SDTE

Edital de Concorrência Pública nº 01-B/SDTE/2014

Processo nº 2013-0.363.235-3

Muito obrigado (a) por sua atenção!

DECLARO SOB AS PENAS DA LEI QUE:

A) ESTA ENTREVISTA **NÃO** FOI REALIZADA COM PESSOA DAS MINHAS RELAÇÕES
B) AS INFORMAÇÕES AQUI CONTIDAS CORRESPONDEM FIELMENTE ÀS FORNECIDAS PELO(A) ENTREVISTADO (A)
C) ESTA ENTREVISTA FOI REALIZADA E VERIFICADA EM CONFORMIDADE COM AS EXIGÊNCIAS TÉCNICAS DA PRESENTE PESQUISA;
TENHO CONHECIMENTO E CONCORDO QUE DEVO MANTER SIGILO DE TODAS AS INFORMAÇÕES OBTIDAS

Entrevistador(a):	Crítica:	Verificação:
Data:	Data:	Data:

MINUTA DE EDITAL

Matéria DOCREC 1007/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 1213/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516.

autuado por Diego Marinetto em 08/11/2021 14:10:07.
2013 - 0.363 235 - 3 fls. 150

fl. 3935

Maria Cristina P. B. Abreu
Assessoria Técnica
RF 317.440.7
SDTE/AJ

PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE SÃO PAULO

Secretaria Municipal do Desenvolvimento Trabalho e Empreendedorismo – SDTE

Edital de Concorrência Pública nº 01-B/SDTE/2014

Processo nº 2013-0.363.235-3

Roteiro de Pesquisa – Motoristas e Guias

0510b/10 - "CIRCUITO DAS COMPRAS" Setembro - 2010										Nº do Questionário	
DIAS DA SEMANA	**2. feira**	**3. feira**	**4. feira**	**5. feira**	**6. feira**	**sábado**	**PERÍODO**	**1 (0 A 6 H)**	**2 (06:01 A 12h)**	**3 (12:01 A 18h)**	**4 (18:01 A 24H)**
Região		**1** 25 de Março	**2** Brás	**3** Bom Retiro		**4** Santa Ifigênia	**Segmento**	**1** Guias		**2** Motoristas	

NOME DO(A) ENTREVISTADO(A):		
RUA(Av)	Nº	COMPLEMENTO
BAIRRO:	ZONA:	CIDADE:
E-MAIL:		TEL. RESID. (DDD:)
CÓDIGO BAIRRO:	CEP	CELULAR: (DDD:)
		TEL.COM: (DDD)

"Bom tarde/Bom dia.Eu trabalho para .....,uma empresa especializada em pesquisa de mercado. No momento estamos realizando um estudo sobre hábitos de compra e gostaria de lhe fazer algumas perguntas. Para sua tranqüilidade,não estamos tentando lhe vender nada .Suas respostas serão tratadas de forma consolidada,ou seja,não será possível identificá-lo como respondente individual da pesquisa. Podemos contar com a sua colaboração?

Matéria DOCREC 1007/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado aos RDS 12/3/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516.

autuado por Diego Marinetto em 08/11/2021 10:10:07.

PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE SÃO PAULO

Secretaria Municipal do Desenvolvimento Trabalho e Empreendedorismo – SDTE

Edital de Concorrência Pública nº 01-B/SDTE/2014

Processo nº 2013-0.363.235-3

R.1 Sexo (anotar sem perguntar)

- Masculino 1
- Feminino 2

R.2. Moradia atual

Cidade	Estado

R.3. Qual a sua idade? **(R.U.)**

ESPECIFICAR: _____

- 18 a 24 anos 1
- 25 a 34 anos 2
- 35 a 44 anos 3
- 45 a 55 anos 4
- 56 a 65 anos 5
- Acima de 65..... 6

R.6. Com que freqüência você vem a essa região/ arredores? **(R.U.)**

- Todos os dias.....1
- 4 a 6 vezes por semana 2
- 2 a 3 vezes por semana 3
- 1 vez por semana.....4
- Uma vez a cada 15 dias 5
- Uma vez por mês 6
- Uma vez a cada 2-3 meses.....7
- Uma vez a cada 6 meses 8
- Menos que isso 9
- É a primeira vez que venho.....10
- Outros –especifique: _____

R.7. Em geral, quantas pessoas você traz a essa região a cada vez que você vem? **(R.U.)**

ESPECIFICAR: _____

- Menos de 10 pessoas 1
- De 11 a 20 pessoas 2
- De 21 a 30 pessoas 3
- De 31 a 40 pessoas 4
- De 41 a 50 pessoas.....5
- De 51 a 100 pessoas.....6
- Mais de 100 pessoas.....10

R.9 - Qual o meio de transporte que você costuma utilizar para chegar até essa região/ arredores? (R.M.)

- Ônibus de linha / urbano..... 1
- Ônibus intermunicipal 2
- Ônibus fretado 3
- Micro - onibus fretado..... 4
- Metrô 5
- Táxi 6
- Carro próprio..... 7
- Moto própria 8
- Van / perua / lotação (comuns) 9
- Van / perua / lotação (fretados) 10
- Outros (especificar) _____

ATENÇÃO: PARA SEGMENTO MOTORISTAS: CONSIDERAR APENAS ÔNIBUS FRETADO – R.9=CÓD.3, MICRO-ONIBUS FRETADO (CÓD 4) OU VAN/PERUA/LOTAÇÃO FRETADOS – R.9=CÓD 10

APENAS PARA MOTORISTAS E GUIAS QUE SE DESLOCAM DE ONIBUS OU MICRO ONIBUS FRETADOS (CÓD 3 OU 4)

R.10 – Qual é o modelo do _____ (CITAR RESPOSTA DE R9) que você utiliza em seu dia-a-dia de trabalho? (R.M.)

Marca: _____

Modelo: _____

R.11 – De que cidade e estado você partiu para estar aqui hoje cumprindo seu dia de trabalho? (ESPONTÂNEA)

Cidade: _____

Estado: _____

R.12 – E qual será seu destino após ter cumprido sua rotina de trabalhos hoje, ou seja, para qual cidade e estado você irá? (ESPONTANEA)

Cidade: _____

Estado: _____

R.13 – Nas viagens para transportar passageiros até o Centro de São Paulo você costuma realizar paradas programadas, ou seja, já sai do seu ponto de origem programando essas escalas?(RU)

- Sim.....1
- Não.....2

Matéria DOCREC 1007/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 1213/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516.

autuado por Diego Marinetto em 08/11/2021 14:10:07.

fl. 3937

Maria Cristina P. B. Abreu
Assistente Técnica
RF 8.7.449.7
SDTE/AJ

fl. 286

PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE SÃO PAULO

Secretaria Municipal do Desenvolvimento Trabalho e Empreendedorismo – SDTE

Edital de Concorrência Pública nº 01-B/SDTE/2014

Processo nº 2013-0.363.235-3

APENAS PARA QUEM DISSE SIM (CÓD 1) EM R.13. CASO CONTRÁRIO PULE PARA A Q1
R.14 – Onde você costuma parar?(RU)

- Postos rodoviários 1
- Restaurantes 2
- Cidades turísticas 3
- Postos de Combustível.....4
- Outros. Esp: _____
- Outros. Esp: _____

R.15 – Qual é a finalidade das paradas?(ESPONTANEA)

- Descanso/ Intervalo.....1
- Restaurantes 2
- Cidades turísticas 3
- Outros. Esp: _____
- Outros. Esp: _____

R.16 – Existe alguma medida máxima de carga/bagagem por passageiro? (RU)
- Sim 1
- Não.....2

APENAS PARA QUEM DISSE SIM (CÓD 1) EM R.16. CASO CONTRÁRIO PULE PARA A Q1
R.17 – E qual é essa medida?
- Peso .....1: _____KG
- Número de sacolas .....2: _____ Sacolas
- Outros. Esp: _____
- Outros. Esp: _____

AVALIAÇÃO DA INFRA ESTRUTURA ATUAL

Vamos falar agora sobre alguns hábitos do seu dia-a-dia...

4. Quando você traz turistas para essa região, você costuma ficar em apenas um lugar ou circula pelas regiões próximas? **(ESPONTÂNEA – EXPLORAR)**

Fico apenas em uma região	1
Circulo pelas regiões próximas	2

PARA QUEM CITOU CÓD 2 NA Q1 – CIRCULA PELAS REGIÕES PRÓXIMAS. CASO CONTRÁRIO PULE PARA P3

Matéria DOCREC 1007/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 1213/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516.

Documento Anexo III do Edital - Estudo de Mercado (053284927) SEI 6010.2021/0002874-8 / pg. 58

Fls. n.º_____ do Proc.
autuado por Diego Marinetto em 08/11/2021 14:10:07.

Maria Cristina P. B. Abreu
Assessor Técnica
RF 817.240.7
SDTE/AJ

5. Você me disse que durante seu dia de trabalho você costuma circular pelas regiões próximas a _____ **(CITAR REGIÃO EM QUE O(A) ENTREVISTADO(A) SE ENCONTRA)**. Quando você traz turistas para essa região, qual é o trajeto que você costuma fazer durante um dia? **(ESPONTÂNEA – EXPLORAR)**

6. Quais são os locais/ estruturas e serviços que você usa durante seu dia de trabalho?**(RM - ESPONTÂNEO)**

3A. Eu vou lhe falar algumas estruturas e gostaria que você me dissesse quais desses locais/ estruturas e serviços que você usa durante seu dia de trabalho?**(RM - ESTIMULADO)**

7. Você paga para utilizar cada um desses espaços ou serviços? **(RU)**

APENAS PARA QUEM DISSE SIM (CÓD 1) NA Q4. CASO CONTRÁRIO PULE PARA Q6.

8. Se você paga, qual é o valor médio pago por cada um desses serviços? **(RU)**

APENAS PARA OS CÓDIGOS CITADOS EM Q3/Q3A

9. Pensando em uma nota de 0 a 10, onde quanto mais próximo de 0 significa que você está "extremamente insatisfeito" e quanto mais próximo de 10 significa que você está "extremamente satisfeito", qual é a nota que você daria para...

	Q3	Q3A	Q4 - PAGA		Q5 –	Q6 - NOTAS								
	ESP	EST	SIM	NÃO	R$	1	2	3	4	5	6	7	8	10
Banheiro	1	1	1	2		1	2	3	4	5	6	7	8	10
Estacionamento	2	2	1	2		1	2	3	4	5	6	7	8	10
Praça de Alimentação	3	3	1	2		1	2	3	4	5	6	7	8	10
Alojamento	4	4	1	2		1	2	3	4	5	6	7	8	10
Duchas	5	5	1	2		1	2	3	4	5	6	7	8	10
Local para descanso	6	6	1	2		1	2	3	4	5	6	7	8	10
Lan House	7	7	1	2		1	2	3	4	5	6	7	8	10
Local para entretenimento	8	8	1	2		1	2	3	4	5	6	7	8	10
Caixa eletrônico	9	9	1	2		1	2	3	4	5	6	7	8	10
Outros. Esp: _____			1	2		1	2	3	4	5	6	7	8	10
Outros. Esp: _____			1	2		1	2	3	4	5	6	7	8	10
Outros. Esp: _____			1	2		1	2	3	4	5	6	7	8	10

Matéria DOCREC 1007/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 1213/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/Abrir?Documento?pID=334516.

autuado por Diego Marinetto em 08/11/2021 14:10:07.
2013 - 0.363 235 - 3
fls. 154
Maria Cristina P. B. Abreu
Assessora Técnica
RF 817.440.7
SDTE/AJ

6A. O que você acha que falta na região _____ (CITAR A REGIÃO ENTREVISTADA) para atender todas as suas necessidades atuais? **(ESPONTANEA – EXPLORAR)**

6B. E existe alguma coisa que essa região deveria ter para que você tivesse vontade de voltar mais vezes ou de ficar mais tempo por aqui? **(ESPONTANEA – EXPLORAR)**

Por favor, eu gostaria que você prestasse bastante atenção ao texto que eu lerei agora para responder as próximas questões. Para seu maior conforto eu vou lhe entregar um cartão com esse texto caso você prefira ler novamente.

➔ Cartão 1

Existe um projeto que conta com uma grande infra-estrutura, que abrange todo o CIRCUITO DAS COMPRAS da região Central de São Paulo: Brás, Bom Retiro, 25 de março e Santa Ifigênia.

Este projeto oferecerá um centro de apoio com conforto e variadas opções de serviços, especialmente para quem utiliza os fretados, como: estacionamento seguro exclusivo para ônibus fretados, um shopping popular, um shopping de atacado, banheiros privativos, duchas, serviços de entrega e armazenagem de carga, local para descanso e entretenimento, acesso à internet, opções de alimentação, além de acesso entre essas regiões através de ônibus circulares.

10. (CARTÃO 7) Pensando nesse projeto que eu acabei de lhe dar, o quanto essa proposta seria interessante para você? **(RU)**

Nada Interessante	1
Um pouco Interessante	2
Indiferente	3
Muito Interessante	4
Não sabe/ Não responde	5

11. Porque você acha que essa nova proposta seria _____ **(LER A RESPOSTA DA P7)**? **(ESPONTANEA - EXPLORAR)**

Matéria DOCREC 1007/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 1213/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516.

Fls. _____ do Proc.
autuado por Diego Marinetto em 08/11/2021 14:10:07.
2013 - 0.363 235 - 3 fls. 155
Maria Cristina P. B. Abreu
Assessora Técnica
RF 317.416-7
SDTE/AJ

fl. 3.940

Agora veja o mapa que eu vou lhe entregar com algumas referências dos espaços e locais nos quais essa nova estrutura estaria localizada e eu gostaria de lhe fazer algumas perguntas sobre eles.

MAPA 1 → ALTERNATIVA A

12. (CARTÃO 9) Agora que você conheceu um pouco mais sobre o projeto, o quanto essa proposta seria interessante para você? **(RU)**

Nada Interessante	1
Um pouco Interessante	2
Indiferente	3
Muito Interessante	4
Não sabe/ Não responde	5

13. (CARTÃO 10) Por favor, vamos pensar na proposta que acabamos de ver. Agora vou lhe mostrar algumas opções de serviços que poderiam estar disponíveis para você nesse novo espaço. Por favor, gostaria que você me dissesse quais dessas são as opções mais importantes para você pensando no seu dia-a-dia e nas suas necessidades atuais.

ATENÇÃO ENTREVISTADOR → ACEITAR APENAS DAS OPÇÕES ESCOLHIDAS EM Q10

14. Você me disse que _____ **(LER AS OPÇÕES ESCOLHIDAS EM Q10)** são as opções de serviços mais importantes para você no seu dia-a-dia. Por favor, agora me diga quais são as opções de sua escolha na ordem em que você acredita que elas importam para você. **(RU)**

	Q10	Q11
Banheiro	1	
Estacionamento para ônibus fretados/ micro-ônibus fretados	2	
Praça de Alimentação/ Refeitórios	3	
Hospedagem	4	
Duchas	5	
Local para descanso	6	
Lan House	7	
Alojamento para guias e motoristas	8	
Shopping	9	
Malex – local para armazenagem de carga	10	
Refeitório para guias e motoristas	11	
Espaço com serviços de manutenção e limpeza dos veículos	12	
Caixa eletrônico	13	

Matéria DOCREC 1007/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 1213/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516.

autuado por Diego Marinetto em 08/11/2021 14:10:07.

Maria Cristina P. B. Abreu
Assessor Técnico
RF 817.140.7
SDTE/AJ

PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE SÃO PAULO

Secretaria Municipal do Desenvolvimento Trabalho e Empreendedorismo – SDTE

Edital de Concorrência Pública nº 01-B/SDTE/2014

Processo nº 2013-0.363.235-3

AVALIAÇÃO PREÇO

Hoje em dia grande parte dos locais que você freqüenta durante o seu dia de trabalho exige algum tipo de pagamento. Eu gostaria de saber o quanto você pagaria para usar estes serviços...

Estacionamento para ônibus fretado

LER: Eu tenho aqui uma lista de valores **(MOSTRAR CARTÃO E1)** e gostaria de fazer algumas perguntas sobre este produto.

15. A partir de qual destes valores você acha que o valor a ser pago por esse serviço – o **ESTACIONAMENTO** - você acha que seria **BARATO DEMAIS**, a ponto de desconfiar da qualidade dele **(MOSTRAR CARTÃO)**? **(RU)**

SE A(O) RESPONDENTE INDICAR O PREÇO MAIS BARATO DA LISTA LER APENAS PARA CONFIRMAR: Sabemos que o valor de R$ 30,00 **(VERIFICAR VALOR DE ACORDO COM TABELA)** é o mais barato da lista. Em sua opinião, abaixo deste valor é que esse serviço seria barato demais?

16. Você apontou _____ **(RESPOSTA EM Q12)** como sendo barato demais para esse serviço. Mas, a partir de qual destes valores você acha que o valor pago por esse serviço – o **ESTACIONAMENTO** – começa a ser **BARATO**, mas não **BARATO DEMAIS**? **(RU)**
ENTREVISTADOR: PREÇO EM Q13 NÃO PODE SER MENOR QUE O PREÇO EM Q12. SE FOREM IGUAIS, PEDIR ESCLARECIMENTOS.

17. Agora vamos pensar ao contrário. Sabemos que R$ 110,00 **(VERIFICAR VALOR DE ACORDO COM TABELA)** é o valor mais caro da lista, mas na sua opinião, a partir de qual destes valores você acha que esse serviço – o **ESTACIONAMENTO** – já seria **CARO DEMAIS** a ponto que você nem pensaria em utilizá-lo? **(RU)**

SE A RESPONDENTE INDICAR O PREÇO MAIS ALTO DA LISTA DIGA: Acima deste valor é que esse serviço começa a ser caro demais?

Matéria DOCREC 1007/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 1213/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516.

autuado por Diego Marinetto em 08/11/2021 14:10:07.

fl. 3.942

2013 - 0.363 235 - 3

Maria Cristina P. B. Abreu
Assistente Técnica
RF 817.440.7
SDTE/AJ

fl. 3.943

PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE SÃO PAULO

Secretaria Municipal do Desenvolvimento Trabalho e Empreendedorismo – SDTE

Edital de Concorrência Pública nº 01-B/SDTE/2014

Processo nº 2013-0.363.235-3

18. Você me disse que a partir de _____ **(RESPOSTA DE Q14)** esse serviço seria caro demais, mas a partir de qual destes valores você acha que ele começa a ser **CARO**, mas não **CARO DEMAIS? (RU) ENTREVISTADOR: PREÇO DE Q15 NÃO PODE SER MAIOR QUE O PREÇO EM Q14. SE FOREM IGUAIS, PEDIR ESCLARECIMENTO.**

ESTACIONAMENTO PARA ÔNIBUS/ MICRO-ONIBUS/ VAN FRETADO	Q12 – BARATO DEMAIS	Q13 - BARATO	Q14 – CARO DEMAIS	Q15 - CARO
	R$	R$	R$	R$
R$ 30,00	1	1	1	1
R$ 35,00	2	2	2	2
R$ 40,00	3	3	3	3
R$ 45,00	4	4	4	4
R$ 50,00	5	5	5	5
R$ 55,00	6	6	6	6
R$ 60,00	7	7	7	7
R$ 65,00	8	8	8	8
R$ 70,00	9	9	9	9
R$ 75,00	10	10	10	10
R$ 80,00	11	11	11	11
R$ 85,00	12	12	12	12
R$ 90,00	13	13	13	13
R$ 95,00	14	14	14	14
R$ 100,00	15	15	15	15
R$ 105,00	16	16	16	16
R$ 110,00	17	17	17	17
ULTIMO CASO - ESPONTÂNEO				

Praça de alimentação

19. Considerando seu gasto com alimentação durante seu dia de compras nessa região, qual é o valor médio gasto? **(ESPONTÂNEA)**

R$_____

Matéria DOCREC 1007/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 1213/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516.

20. Caso existisse uma praça de alimentação com vários tipos de comida, o quanto você estaria disposto a gastar? **(ESPONTÂNEA)**

R$_____

Alojamento para guias e motoristas

LER: Eu tenho aqui uma lista de valores **(MOSTRAR CARTÃO H1)** e gostaria de fazer algumas perguntas sobre este produto.

21. A partir de qual destes valores você acha que o valor a ser pago por esse serviço – o **ALOJAMENTO** - você acha que seria **BARATO DEMAIS,** a ponto de desconfiar da qualidade dele **(MOSTRAR CARTÃO)**? **(RU)**

SE A(O) RESPONDENTE INDICAR O PREÇO MAIS BARATO DA LISTA LER APENAS PARA CONFIRMAR: Sabemos que o valor de R$ 20,00 **(VERIFICAR VALOR DE ACORDO COM TABELA)** é o mais barato da lista. Em sua opinião, abaixo deste valor é que esse serviço seria barato demais?

22. Você apontou _____ **(RESPOSTA EM Q18)** como sendo barato demais para esse serviço. Mas, a partir de qual destes valores você acha que o valor pago por esse serviço – o **ALOJAMENTO** – começa a ser **BARATO**, mas não **BARATO DEMAIS? (RU)**
ENTREVISTADOR: PREÇO EM Q19 NÃO PODE SER MENOR QUE O PREÇO EM Q18. SE FOREM IGUAIS, PEDIR ESCLARECIMENTOS.

23. Agora vamos pensar ao contrário. Sabemos que R$ 60,00 **(VERIFICAR VALOR DE ACORDO COM TABELA)** é o valor mais caro da lista, mas na sua opinião, a partir de qual destes valores você acha que esse serviço – o **ALOJAMENTO** – já seria **CARO DEMAIS** a ponto que você nem pensaria em utilizá-lo? **(RU)**

SE A RESPONDENTE INDICAR O PREÇO MAIS ALTO DA LISTA DIGA: Acima deste valor é que esse serviço começa a ser caro demais?

24. Você me disse que a partir de _____ **(RESPOSTA DE Q20)** esse serviço seria caro demais, mas a partir de qual destes valores você acha que ele começa a ser **CARO**, mas não **CARO DEMAIS**? **(RU)**

Matéria DOCREC 1007/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 1213/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516.

do Proc.
autuado por Diego Marinetto em 08/11/2021 14:10:07.
2013 - 0.363.235-3 fls. 159

fl. 3944

Maria Cristina P. B. Abreu
Assessoria Técnica
RF 814.040.7
SDTE/AJ

fl. 295

ENTREVISTADOR: PREÇO DE Q21 NÃO PODE SER MAIOR QUE O PREÇO EM Q20. SE FOREM IGUAIS, PEDIR ESCLARECIMENTO.

ALOJAMENTO PARA GUIAS E MOTORISTAS	Q18 – BARATO DEMAIS	Q19 - BARATO	Q20 – CARO DEMAIS	Q21 - CARO
	R$	R$	R$	R$
R$ 20,00	1	1	1	1
R$ 25,00	2	2	2	2
R$ 30,00	3	3	3	3
R$ 35,00	4	4	4	4
R$ 40,00	5	5	5	5
R$ 45,00	6	6	6	6
R$ 50,00	7	7	7	7
R$ 55,00	8	8	8	8
R$ 60,00	9	9	9	9
ULTIMO CASO - ESPONTÂNEO				

Duchas

LER: Eu tenho aqui uma lista de valores **(MOSTRAR CARTÃO D1)** e gostaria de fazer algumas perguntas sobre este produto.

25. A partir de qual destes valores você acha que o valor a ser pago por esse serviço – as **DUCHAS** - você acha que seria **BARATO DEMAIS,** a ponto de desconfiar da qualidade dele **(MOSTRAR CARTÃO)**? **(RU)**

SE A(O) RESPONDENTE INDICAR O PREÇO MAIS BARATO DA LISTA LER APENAS PARA CONFIRMAR: Sabemos que o valor de R$ 3,00 **(VERIFICAR VALOR DE ACORDO COM TABELA)** é o mais barato da lista. Em sua opinião, abaixo deste valor é que esse serviço seria barato demais?

26. Você apontou _____**(RESPOSTA EM Q22)** como sendo barato demais para esse serviço. Mas, a partir de qual destes valores você acha que o valor pago por esse serviço – as **DUCHAS** – começa a ser **BARATO**, mas não **BARATO DEMAIS**? **(RU)**

ENTREVISTADOR: PREÇO EM Q23 NÃO PODE SER MENOR QUE O PREÇO EM Q22. SE FOREM IGUAIS, PEDIR ESCLARECIMENTOS.

Matéria DOCREC 1007/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 1213/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516.

Documento Anexo III do Edital - Estudo de Mercado (053284927) SEI 6010.2021/0002874-8 / pg. 65

autuado por Diego Marinetto em 08/11/2021 14:10:07.

27. Agora vamos pensar ao contrário. Sabemos que R$ 10,00 **(VERIFICAR VALOR DE ACORDO COM TABELA)** é o valor mais caro da lista, mas na sua opinião, a partir de qual destes valores você acha que esse serviço – as **DUCHAS** – já seria **CARO DEMAIS** a ponto que você nem pensaria em utilizá-lo? **(RU)**

SE A RESPONDENTE INDICAR O PREÇO MAIS ALTO DA LISTA DIGA: Acima deste valor é que esse serviço começa a ser caro demais?

28. Você me disse que a partir de _____ **(RESPOSTA DE Q24)** esse serviço seria caro demais, mas a partir de qual destes valores você acha que ele começa a ser **CARO**, mas não **CARO DEMAIS**? **(RU)**
ENTREVISTADOR: PREÇO DE Q25 NÃO PODE SER MAIOR QUE O PREÇO EM Q24. SE FOREM IGUAIS, PEDIR ESCLARECIMENTO.

DUCHAS	Q22 – BARATO DEMAIS	Q23 - BARATO	Q24 – CARO DEMAIS	Q25 - CARO
	R$	R$	R$	R$
R$ 3,00	1	1	1	1
R$ 4,00	2	2	2	2
R$ 5,00	3	3	3	3
R$ 6,00	4	4	4	4
R$ 7,00	5	5	5	5
R$ 8,00	6	6	6	6
R$ 9,00	7	7	7	7
R$ 10,00	8	8	8	8
ULTIMO CASO - ESPONTÂNEO				

Matéria DOCREC 1007/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 1213/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516.

2013-0.363.235-3
autuado por Diego Marinetto em 08/11/2021 14:10:07.
fl. 3.946
fls. 161
Maria Cristina P. B. Abreu
Assistente Técnico
RF 817.440.7
SDTE/AJ

PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE SÃO PAULO

Secretaria Municipal do Desenvolvimento Trabalho e Empreendedorismo – SDTE

Edital de Concorrência Pública nº 01-B/SDTE/2014

Processo nº 2013-0.363.235-3

R.4. Renda Familiar Mensal **(CARTÃO A)**

R.5. E sua renda mensal individual?

	R.4(R.U.) Familiar	R5(R. U.) Individ
• Mais de R$ 9.733 (A1)	1	1
• R$ 6.563 a R$ 9.733 (A2)	2	2
• R$ 3.479 a R$ 6.562 (B1)	3	3
• R$ 2.012 a R$ 3.478 (B2)	4	4
• R$ 1.194 a R$ 2.011 (C1)	5	5
• R$ 726 a R$ 1.193 (C2)	6	6
• R$ 484 a R$ 725 (D)	7	7
• Recusa	99	99

R.8 - **CRITÉRIO BRASIL 2008**

	NT	1	2	3	4 ou +
TV em cores	0	1	2	3	4
Rádio	0	1	2	3	4
Automóvel	0	4	7	9	9
Empregada mensalista	0	3	4	4	4
Máquina lavar roupa	0	2	2	2	2
Banheiro	0	4	5	6	7
Videocassete/ DVD	0	2	2	2	2
Geladeira sem freezer	0	4	4	4	4
Geladeira duplex ou freezer	0	2	2	2	2

INSTRUÇÃO....	**B-Chefe Família**	**C-Entrev.**
. Analfabeto/ Primário Incompleto	0	1
. Primário Completo/ Ginásio Incompleto	1	2
. Ginásio Completo/ Colegial Incompleto	2	3
. Colegial Completo/ Superior Incompleto	4	4
. Superior Completo	8	5

CLASSE SOCIAL (SOMAR ITEM A+B)	**(R.U.)**
. A1 (42-46)	1
. A2 (35-41)	2
. B1 (29-34)	3
. B2 (23-28)	4
. C1 (18-22)	5
. C2 (14-17)	6
. D (8-13)	7
. E (0-7)	8

Muito obrigado (a) por sua atenção!

DECLARO SOB AS PENAS DA LEI QUE:

D) ESTA ENTREVISTA **NÃO FOI** REALIZADA COM PESSOA DAS MINHAS RELAÇÕES
E) AS INFORMAÇÕES AQUI CONTIDAS CORRESPONDEM FIELMENTE ÀS FORNECIDAS PELO(A) ENTREVISTADO (A)
F) ESTA ENTREVISTA FOI REALIZADA E VERIFICADA EM CONFORMIDADE COM AS EXIGÊNCIAS TÉCNICAS DA PRESENTE PESQUISA; TENHO CONHECIMENTO E CONCORDO QUE DEVO MANTER SIGILO DE TODAS AS INFORMAÇÕES OBTIDAS

Matéria DOCREC 1007/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 1213/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516.

autuado por Diego Marinetto em 08/11/2021 14:10:07.

2013 - 0.363.235 - 3 fls. 162

fl. 3947

Maria Cristina P. B. Abreu
Assessor Técnica
RF 5[illegible]
SDTE/AJ

PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE SÃO PAULO

Secretaria Municipal do Desenvolvimento Trabalho e Empreendedorismo – SDTE

Edital de Concorrência Pública nº 01-B/SDTE/2014

Processo nº 2013-0.363.235-3

Entrevistador(a):	Crítica:	Verificação:
Data:	Data:	Data:

MINUTA SEM VALOR

Matéria DOCREC 1007/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 1213/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516.

autuado por Diego Marinetto em 08/11/2021 14:10:07.

fl. 3.948

Maria Cristina P. B. Abrau
Assessor Técnica
RF 817.440.7
SDTE/AJ

fl. 2.99

PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE SÃO PAULO

Secretaria Municipal do Desenvolvimento Trabalho e Empreendedorismo – SDTE

Edital de Concorrência Pública nº 01-B/SDTE/2014

Processo nº 2013-0.363.235-3

Roteiro de Pesquisa – Camelôs

30510b/10 - "CIRCUITO DAS COMPRAS" Setembro - 2010										Nº do Questionário	
DIAS DA SEMANA	**2. feira**	**3. feira**	**4. feira**	**5. feira**	**6. feira**	**sábado**	**PERÍODO**	**1 (0 A 6 H)**	**2 (06:01 A 12h)**	**3 (12:01 A 18h)**	**4 (18:01 A 24H)**
Região		**1** 25 de Março	**2** Brás	**3** Bom Retiro	**4** Santa Ifigênia		**Segmento**	**1** Camelô			

NOME DO(A) ENTREVISTADO(A):			
RUA(Av)	Nº	COMPLEMENTO	
BAIRRO:	ZONA:	CIDADE:	
E-MAIL:		TEL. RES.: (DDD:)	
CÓDIGO BAIRRO:	CEP	CELULAR: (DDD:)	
		TEL.COM: (DDD)	

"Bom tarde/Bom dia.Eu trabalho para .....,uma empresa especializada em pesquisa de mercado. No momento estamos realizando um estudo sobre hábitos de compra e gostaria de lhe fazer algumas perguntas. Para sua tranqüilidade,não estamos tentando lhe vender nada .Suas respostas serão tratadas de forma consolidada,ou seja,não será possível identificá-lo como respondente individual da pesquisa. Podemos contar com a sua colaboração?

Matéria DOCREC 1007/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 1293/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516.

autuado por Diego Marinetto em 08/11/2021 14:10:07.

fl. 3949

Maria Cristina P. B. Abreu
Assessor Técnica
RF 817.440-7
SDTE/AJ

fl. 300

PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE SÃO PAULO

Secretaria Municipal do Desenvolvimento Trabalho e Empreendedorismo – SDTE

Edital de Concorrência Pública nº 01-B/SDTE/2014

Processo nº 2013-0.363.235-3

R.1 Sexo (anotar sem perguntar)

- Masculino 1
- Feminino 2

R.2. Moradia atual

Cidade	Estado

R.3. Qual a sua idade? **(R.U.)**

ESPECIFICAR: _____

- 18 a 24 anos 1
- 25 a 34 anos 2
- 35 a 44 anos 3
- 45 a 55 anos 4
- 56 a 65 anos 5
- Acima de 65 6

R.6. Com que freqüência você vem a essa região/ arredores? **(R.U.)**

- Todos os dias 1
- 4 a 6 vezes por semana 2
- 2 a 3 vezes por semana 3
- 1 vez por semana 4
- Uma vez a cada 15 dias 5
- Uma vez por mês 6
- Uma vez a cada 2-3 meses 7
- Uma vez a cada 6 meses 8
- Menos que isso 9
- É a primeira vez que venho 10
- Outros –especifique: _____

R.10 – Você possui algum outro espaço de venda de produtos em outra região além dessa?(ESPONTANEA)

- Sim 1
- Não 2

SE SIM EM R.10

R.11 – Em que região esse outro espaço de venda está localizado?

- 25 de março 1
- Santa Ifigênia 2
- Brás 3
- Bom Retiro 4
- Outros: Especificar _____

SE SIM EM R.10

R.12 – Esse outro espaço é... (RU)

- Um box 1
- Uma loja 2
- Um outro espaço na rua/ outro ponto na rua 3

R.13 – E quais são os períodos do dia nos quais o seu/ os seus espaço(s) de vendas funciona(m)? (RM)

- O dia todo – 24 horas .....
- Apenas o período da manhã e tarde – 0 – 18 hrs .....
- Apenas no período da noite – 18 – 24 hrs .....
- Outros: Especificar _____

R.15 – Você sabe me dizer qual é o tamanho deste seu espaço? **ATENÇÃO ENTREVISTADOR ➔ PEDIR PARA ELE DIMENSIONAR EM M2.**

- Até 1 m2 .....
- De 1 a 1,5 m2 .....
- De 1,5 a 2 m2 .....
- De 2 a 3 m2 .....
- De 3 a 5 m2 .....
- De 5 a 10 m2 .....
- De 10 a 15 m2 .....
- De 15 a 20 m2 .....
- Mais de 20 m2 .....
- Outros: Especificar _____

ATENÇÃO ENTREVISTADOR ➔ OBSERVAR SE A METRAGEM FAZ SENTIDO.

Matéria DOCREC 1007/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 12/9/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516.

autuado por Diego Marinetto em 08/11/2021 14:10:07.

Maria Cristina P. B. Abreu
Assessoria Técnica
RF 817.440.7
SDTE/AJ

PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE SÃO PAULO

Secretaria Municipal do Desenvolvimento Trabalho e Empreendedorismo – SDTE

Edital de Concorrência Pública nº 01-B/SDTE/2014

Processo nº 2013-0.363.235-3

AVALIAÇÃO DA INFRA ESTRUTURA ATUAL

Vamos falar agora sobre alguns hábitos do seu dia-a-dia...

29. Em um dia típico de trabalho você costuma ficar em apenas um lugar ou circula pelas regiões próximas? **(ESPONTÂNEA – EXPLORAR)**

Fico apenas em uma região	1
Circulo pelas regiões próximas	2

PARA QUEM CITOU CÓD 2 NA Q1 – CIRCULA PELAS REGIÕES PRÓXIMAS. CASO CONTRÁRIO PULE PARA Q3

30. Você me disse que durante seu dia de trabalho você costuma circular pelas regiões próximas a _____ **(CITAR REGIÃO EM QUE O(A) ENTREVISTADO(A) SE ENCONTRA)**. Qual é o trajeto que você costuma fazer durante um dia de trabalho? **(ESPONTÂNEA – EXPLORAR)**

31. Quais são os locais/ estruturas e serviços que você usa durante seu dia de trabalho?**(RM - ESPONTANEA)**

3A. (CARTÃO 3A) E pensando nessas estruturas que vou lhe mostrar agora, quais são os locais/ estruturas e serviços que você usa durante seu dia de trabalho?**(RM - ESTIMULADA)**

32. Você paga para utilizar cada um desses espaços ou serviços? **(RU)**

APENAS PARA QUEM DISSE SIM (CÓD 1) NA Q4. CASO CONTRÁRIO PULE PARA Q6.

33. Se você paga, qual é o valor médio pago por cada um desses serviços? **(RU)**

APENAS PARA OS CÓDIGOS CITADOS EM Q3/Q3A

34. (CARTÃO 6) Pensando em uma nota de 1 a 10, onde quanto mais próximo de 1 significa que você está "extremamente insatisfeito" e quanto mais próximo de 10 significa que você está "extremamente satisfeito", qual é a nota que você daria para... **(RU POR LINHA)**

Matéria DOCREC 1007/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 1213/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516.

autuado por Diego Marinetto em 08/11/2021 14:10:07.
2013 - 0.363.235 - 3 do Proc.
fl. 3951
fls. 166
Maria Cristina P. B. Abreu
Assessora Técnica
RF 817.440.7
SDTE/AJ
fl. 302

PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE SÃO PAULO

Secretaria Municipal do Desenvolvimento Trabalho e Empreendedorismo – SDTE

Edital de Concorrência Pública nº 01-B/SDTE/2014

Processo nº 2013-0.363.235-3

	Q3	Q3A	Q4 - PAGA		Q5 – QTO PAGA	Q6 - NOTAS									
	ESP	EST	SIM	NÃO	R$	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Banheiro	1	1	1	2		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Estacionamento	2	2	1	2		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Praça de Alimentação	3	3	1	2		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Duchas	4	4	1	2		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Local para descanso	5	5	1	2		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Caixa eletrônico	6	6	1	2		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Espaço para locação de box de vendas na feirinha	7	7	1	2		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Espaço para alocação de sua banca de vendas na Rua	8	8	1	2		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Local para armazenamento de material/ produtos	9	9	1	2		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Outros. Esp: _____			1	2		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Outros. Esp: _____			1	2		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Outros. Esp: _____			1	2		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

35. Qual é o tamanho do seu espaço de vendas atual? **(ESPONTÂNEA - RU)**

36. Quanto você paga mensalmente para utilizar esse espaço? **(ESPONTÂNEA - RU) – ATENÇÃO ENTREVISTADOR: O VALOR DESSA QUESTÃO DEVE VIR EM R$/MÊS, OU SEJA, SE O ENTREVISTADO DISSER QUE PAGA POR SEMANA, MULTIPLIQUE O VALOR POR 4. SE ELE DISSER QUE PAGA UM VALOR TRIMESTRAL, DIVIDA POR 3.**

37. Atualmente você paga algum valor de condomínio? Quando falo em condomínio quero dizer todos os valores extra aluguel, ou seja, limpeza, segurança, taxa para ter o direito de utilizar o espaço (luva), etc... **(RU)**

PARA QUEM DISSE CÓD 1 EM Q9

38. E quanto você paga de condomínio mensalmente? **(ESPONTÂNEA - RU)**

	Q7– Qual é o tamanho do espaço?	Q8 – Qto paga mensalmente por ele?	Q9 – Paga condomínio?		Q10 – Qto paga mensalmente de condomínio?
			Sim	Não	
Menos de 3m2	1		1	2	
De 3 a 6 m2	2		1	2	
De 6 a 12 m2	3		1	2	
De 12 a 18 m2	4		1	2	
Mais de 18m2. Esp: _____	5		1	2	

Matéria DOCREC 1007/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS de 08/11/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516.

Fls. n.º _____ do Proc.
autuado por Diego Marinetto em 08/11/2021 14:10:07.
2013 - 0.363.235-3
fls. 167
fl. 3952
fl. 303

Maria Cristina P. B. Abreu
Assessora Técnica
RF 817.440-7
SDTE/AJ

Por favor, eu gostaria que você prestasse bastante atenção ao texto que eu lerei agora para responder as próximas questões. Para seu maior conforto eu vou lhe entregar um cartão com esse texto caso você prefira ler novamente.

➔ **Cartão 1:** Existe um projeto que conta com uma grande infra-estrutura, que abrange toda o CIRCUITO DAS COMPRAS da região Central de São Paulo: Brás, Bom Retiro, 25 de março e Santa Ifigênia.

Este projeto oferecerá uma grande estrutura comercial que conta com um shopping popular, ou seja, um shopping com diversos boxes de vendas e que estará junto a um terminal de ônibus fretado. Esse espaço oferece banheiros privativos, duchas, serviços de armazenagem de mercadorias e opções de alimentação, além de maior segurança e conforto.

Essa estrutura será oferecida tanto para quem vem fazer compras quanto para quem vende, assim como você.

39. Pensando nesse projeto que eu acabei lhe mostrar, o quanto essa proposta seria interessante para você? **(LER AS OPÇÕES - RU)**

Nada Interessante	1
Um pouco Interessante	2
Indiferente	3
Muito Interessante	4
Não sabe/ Não responde	5

40. Porque você acha que essa nova proposta seria _____ **(LER A RESPOSTA DA P11)? (ESPONTANEA - EXPLORAR)**

Agora veja o mapa que eu vou lhe entregar com algumas referências dos espaços e locais que essa nova estrutura estaria localizada e eu gostaria de lhe fazer algumas perguntas sobre ele.

MAPA 1 ➔ ALTERNATIVA A

41. Agora que você conheceu um pouco mais sobre o projeto, o quanto essa proposta seria interessante para você? **(LER AS OPÇÕES - RU)**

Nada Interessante	1
Um pouco Interessante	2

Matéria DOCREC 1007/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 1213/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516.

autuado por Diego Marinetto em 08/11/2021 14:10:07.
2013 - 0.363.235-3 fls. 168

fl. 3.953

fl. 354

Maria Cristina B. Abreu
Assessora Técnica
RF 817.440.7
SDTE/A1

Indiferente	3
Muito Interessante	4
Não sabe/ Não responde	5

APENAS PARA OS RESPONDENTES DA REGIÃO 25 DE MARÇO

42. O quanto você estaria disposto(a) a sair do espaço em que você se encontra hoje e ir para um shopping popular no Brás? **(LER AS OPÇÕES - RU)**

Nada disposto	1
Um pouco disposto	2
Indiferente	3
Muito disposto	4
Não sabe/ Não responde	5

APENAS PARA OS RESPONDENTES DA REGIÃO 25 DE MARÇO

43. E agora pensando em um shopping popular na 25 de março, o quanto você estaria disposto(a) a sair do espaço em que você se encontra hoje e ir para esse shopping? **(LER AS OPÇÕES - RU)**

Nada disposto	1
Um pouco disposto	2
Indiferente	3
Muito disposto	4
Não sabe/ Não responde	5

44. (CARTÃO 16) Por favor, vamos pensar nesta proposta que acabamos de ver. Agora vou lhe mostrar algumas opções de serviços que poderiam estar disponíveis para você nesse novo espaço. Por favor, gostaria que você me dissesse quais dessas opções são importantes para você pensando no seu dia-a-dia e nas suas necessidades atuais.

ATENÇÃO ENTREVISTADOR → ACEITAR APENAS DAS OPÇÕES ESCOLHIDAS EM Q16

45. Você me disse que _____ **(LER AS OPÇÕES ESCOLHIDAS EM Q16)** são as opções de serviços mais importantes para você no seu dia-a-dia. Por favor, agora me diga quais são as opções de sua escolha na ordem em que você acredita que elas importam para você **(RU)**

	Q16	Q17
Banheiro	1	
Praça de Alimentação	2	
Duchas	3	

Matéria DOCREC 1007/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 1213/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516.

Documento Anexo III do Edital - Estudo de Mercado (053284927) SEI 6010.2021/0002874-8 / pg. 74

autuado por Diego Marinetto em 08/11/2021 14:10:07.

PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE SÃO PAULO

Secretaria Municipal do Desenvolvimento Trabalho e Empreendedorismo – SDTE

Edital de Concorrência Pública nº 01-B/SDTE/2014

Processo nº 2013-0.363.235-3

Maria Cristina P.B. Abreu
Assessora Jurídica
RF 317.440.7
SDTS/AJ

Local para armazenagem de mercadorias separado do Box de Venda	4	
Caixa eletrônico	5	

46. Na sua opinião, considerando as suas necessidades atuais, qual dessas metragens você considera ideal para um box para venda de seus produtos, sabendo que quanto maior o tamanho, mais você pagará por ele? **(ESTIMULADA – LER AS OPÇÕES - RU)**

6 m^2	1
12 m^2	2
18 m^2	3

Nossa sugestão é ter mais duas opções: 2 e 3 m2.

AVALIAÇÃO PREÇO

Hoje em dia grande parte dos locais que você freqüenta durante o seu dia de trabalho exige algum tipo de pagamento. Eu gostaria de saber o quanto você pagaria para usar estes serviços...

Espaço para a locação do BOX (R$/mês) – considerando o m2 de Box de vendas (aluguel + condomínio)

LER: Eu tenho aqui uma lista de valores **(MOSTRAR CARTÃO L1)** e gostaria de fazer algumas perguntas sobre este produto.

VOCÊ ME DISSE QUE _____ M2 (CITAR RESPOSTA DA Q18) É O TAMANHO QUE VOCÊ CONSIDERA IDEAL PARA UM BOX DE VENDAS. PENSANDO QUE ESSE BOX ESTARIA LOCALIZADO EM UM BOM LOCAL DENTRO DA ESTRUTURA DO SHOPPING, ONDE HÁ FLUXO CONSTANTE DE PESSOAS.

47. Qual o valor a ser pago por esse serviço que você consideraria **BARATO DEMAIS,** a ponto de desconfiar da qualidade dele **(MOSTRAR CARTÃO)**? **(RU)**

SE A(O) RESPONDENTE INDICAR O PREÇO MAIS BARATO DA LISTA LER APENAS PARA CONFIRMAR: Sabemos que o valor de R$_____**(VERIFICAR VALOR DE ACORDO COM TABELA)** é o mais barato da lista. Em sua opinião, abaixo deste valor é que esse serviço seria barato demais?

48. Você apontou _____**(RESPOSTA EM Q19)** como sendo barato demais para esse serviço. Mas, qual destes valores é **BARATO**, mas não **BARATO DEMAIS**? **(RU)**
ENTREVISTADOR: PREÇO EM Q20 NÃO PODE SER MENOR QUE O PREÇO EM Q19. SE FOREM IGUAIS, PEDIR ESCLARECIMENTOS.

Matéria DOCREC 1007/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 1213/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516.

autuado por Diego Marinetto em 08/11/2021 14:10:07.
2013 - 0.363.235 - 3 fls. 170

Maria Cristina P. B. Abreu
Assessora Técnica
RF 817.440-7
SDTE/AJ

49. Agora vamos pensar ao contrário. Sabemos que R$ _____ **(VERIFICAR VALOR DE ACORDO COM TABELA)** é o valor mais caro da lista, mas na sua opinião, que valor você acha **CARO DEMAIS** a ponto que você nem pensaria em utilizá-lo? **(RU)**

SE A RESPONDENTE INDICAR O PREÇO MAIS ALTO DA LISTA DIGA: Acima deste valor é que esse serviço começa a ser caro demais?

50. Você me disse que a partir de _____ **(RESPOSTA DE Q21)** esse serviço seria caro demais, mas a partir de qual valore você acha **CARO**, mas não **CARO DEMAIS**? **(RU)**
ENTREVISTADOR: PREÇO DE Q22 NÃO PODE SER MAIOR QUE O PREÇO EM Q21. SE FOREM IGUAIS, PEDIR ESCLARECIMENTO.

Box para armazenagem de mercadoria (R$/mês)

51. Agora pense em um local para armazenagem sua mercadoria. O quanto isso lhe interessa? **(LEIA AS OPÇÕES - RU)**

Interessa muito	1
Interessa um pouco	2
Não interessa nada	3

52. E o quanto você pagaria por mês para ter um espaço adequado de armazenagem para suas mercadorias? **(ESPONTÂNEA)**
R$ _____

53. Hoje você utiliza algum espaço pago para armazenagem dos seus produtos/ do seu material? **(RU)**

Sim	1
Não	2

APENAS PARA CÓD 1 EM Q25

54. E qual é o tamanho do espaço que você utiliza para armazenar seus produtos/ seu material? **(ESPONTÂNEA - RU)**
55. Quanto você paga mensalmente para utilizar esse espaço? **(ESPONTÂNEA - RU)**

Q26 – Qual é o tamanho do espaço?	Q27 – Qto paga mensalmente por ele?

Matéria DOCREC 1007/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 1213/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516.

autuado por Diego Marinetto em 08/11/2021 14:10:07.
2013 - 0.363.235 - 3 fls. 171

fl. 3956

fl. 357

Maria Cristina P. B. Abreu
Assessoria Técnica
RF 81.7840.7
SDTE/AJ

_____M2	

SOMENTE PARA QUEM DISSE CÓD 1 E 2 NA Q23

Box para armazenagem de mercadoria (R$/mês)

LER: Eu tenho aqui uma lista de valores **(MOSTRAR CARTÃO A1)** e gostaria de fazer algumas perguntas sobre este produto.

PENSANDO EM UM ESPAÇO PARA A ARMAZENAGEM DE MERCADORIAS...

56. Qual o valor a ser pago por esse serviço que você consideraria **BARATO DEMAIS**, a ponto de desconfiar da qualidade dele **(MOSTRAR CARTÃO)**? **(RU)**

SE A(O) RESPONDENTE INDICAR O PREÇO MAIS BARATO DA LISTA LER APENAS PARA CONFIRMAR: Sabemos que o valor de R$_____**(VERIFICAR VALOR DE ACORDO COM TABELA)** é o mais barato da lista. Em sua opinião, abaixo deste valor é que esse serviço seria barato demais?

57. Você apontou _____ **(RESPOSTA EM Q28)** como sendo barato demais para esse serviço. Mas, qual destes valores é **BARATO**, mas não **BARATO DEMAIS**? **(RU)**
ENTREVISTADOR: PREÇO EM Q29 NÃO PODE SER MENOR QUE O PREÇO EM Q28. SE FOREM IGUAIS, PEDIR ESCLARECIMENTOS.

58. Agora vamos pensar ao contrário. Sabemos que R$ _____ **(VERIFICAR VALOR DE ACORDO COM TABELA)** é o valor mais caro da lista, mas na sua opinião, que valor você acha **CARO DEMAIS** a ponto que você nem pensaria em utilizá-lo? **(RU)**

SE A RESPONDENTE INDICAR O PREÇO MAIS ALTO DA LISTA DIGA: Acima deste valor é que esse serviço começa a ser caro demais?

59. Você me disse que a partir de _____ **(RESPOSTA DE Q30)** esse serviço seria caro demais, mas a partir de qual valore você acha **CARO**, mas não **CARO DEMAIS**? **(RU)**
ENTREVISTADOR: PREÇO DE Q31 NÃO PODE SER MAIOR QUE O PREÇO EM Q30. SE FOREM IGUAIS, PEDIR ESCLARECIMENTO.

LOCAÇÃO DE UM ESPAÇO PARA A	Q28 – BARATO DEMAIS	Q29 - BARATO	Q30 – CARO DEMAIS	Q31 - CARO

Matéria DOCREC 1007/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 1213/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516.

Fls. n. _____ do Proc.
autuado por Diego Marinetto em 08/11/2021 14:10:07.
2013 - 0.363.235 - 3 fls. 172

fl. 3957

Maria Cristina
Assessora Técnica
RF 817.440.7
SDTE/AJ
fl. 308

ARMAZENAGEM DE MERCADORIAS (R$/ MÊS)	R$	R$	R$	R$
R$ 200,00	1	1	1	1
R$ 250,00	2	2	2	2
R$ 300,00	3	3	3	3
R$ 350,00	4	4	4	4
R$ 400,00	5	5	5	5
R$ 450,00	6	6	6	6
R$ 500,00	7	7	7	7
R$ 550,00	8	8	8	8
R$ 600,00	9	9	9	9
R$ 650,00	10	10	10	10
R$ 700,00	11	11	11	11

Praça de alimentação

60. Você costuma trazer sua comida ou costuma freqüentar lanchonetes da região?

Trago sempre comida de casa	1
Trago comida de casa, mas as vezes como em lanchonetes	2
Como sempre em lanchonetes	3
Outros. Esp: _____	4

SOMENTE PARA CÓD 2 E 3 EM Q32

61. Considerando seu gasto com alimentação durante um dia de trabalho nessa região, qual é o valor médio gasto? **(ESPONTÂNEA)**

R$_____

62. Caso existisse uma praça de alimentação com vários tipos de comida, o quanto você estaria disposto a gastar por refeição? **(ESPONTÂNEA)**
R$_____

63. (CARTÃO 35) Por favor, gostaria que você pensasse em todos os meios que as pessoas utilizam para conseguir dinheiro para realizar suas compras para revender, ou seja, para alimentar seu negócio. Eu vou lhe mostrar uma lista de opções e vou lhe pedir para apontar todas as maneiras que você costuma utilizar para conseguir dinheiro para fazer compras para revenda. **(RM – ATENÇÃO ENTREVISTADOR: EXPLORAR OUTROS, MAIS ALGUMA...)**

Empréstimo com conhecidos/ amigos/ parentes	1

Matéria DOCREC 1007/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 1213/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516.

autuado por Diego Marinetto em 08/11/2021 14:10:07.

Maria Cristina P. B. Abreu
Assessora Técnica
RF 817.440.7
SDTE/AJ

PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE SÃO PAULO

Secretaria Municipal do Desenvolvimento Trabalho e Empreendedorismo – SDTE

Edital de Concorrência Pública nº 01-B/SDTE/2014

Processo nº 2013-0.363.235-3

Empréstimo em financeiras	2
Empréstimo em bancos	3
Cartão de crédito	4
Cheque especial	5
Cartão das lojas	6
Outros. Especificar _____	
Outros. Especificar _____	
Outros. Especificar _____	

64. Você conhece algum programa que seja feito para auxiliar pessoas que têm a sua própria empresa, como você, a administrar seu negócio e a conseguir melhores condições para desenvolvê-lo? **(RU)**

Sim	1
Não	2

65. (CARTÃO 37) E se houvesse uma empresa que lhe oferecesse um programa de apoio que desse à você a oportunidade de ter uma orientação melhor para administrar seu negócio e conseguir melhores condições para desenvolvê-lo, você gostaria de se cadastrar? **(LEIA AS OPÇÕES – RU)**

Certamente não me cadastraria	1
Provavelmente não me cadastraria	2
Não sabe se cadastraria ou não	3
Provavelmente me cadastraria	4
Certamente me cadastraria	5

66. Você conhece o programa M.E.I – Micro Empreendedor Individual? **(RU)**

Sim	1
Não	2

APENAS PARA QUEM DISSE CÓD 1 NA Q66

67. E você está inscrito no programa M.E.I.? **(RU)**

Sim	1
Não	2

Matéria DOCREC 1007/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 1213/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516.

autuado por Diego Marinetto em 08/11/2021 14:10:07.

Maria Cristina R B. Abreu
Assessoria Técnica
RF 817.440.7
SDTE/AJ

PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE SÃO PAULO

Secretaria Municipal do Desenvolvimento Trabalho e Empreendedorismo – SDTE

Edital de Concorrência Pública nº 01-B/SDTE/2014

Processo nº 2013-0.363.235-3

APENAS PARA QUEM DISSE CÓD 2 NA Q67

68. E você possui algum outro tipo de cadastro de Pessoa Jurídica? **(RU)**

Sim	1
Não	2

69. Você costuma utilizar as "máquinas" próprias para cartões de débito e crédito, como por exemplo, redeshop/visa, para realizar suas vendas? **(RU)**

Sim	1	
Não	2	Por que?

70. (CARTÃO 42) E o quanto você estaria disposto a utilizar as máquinas" próprias para cartões de débito e crédito, como por exemplo, redeshop/visa, para realizar suas vendas nesta nova infraestrutura? **(RU)**

Estaria muito disposto a utilizar as máquinas	1	//////////////
Estaria disposto a utilizar as máquinas	2	//////////////
Não sei se estaria disposto ou não a utilizar as máquinas	3	Porque?
Não estaria disposto a utilizar as máquinas	4	Porque?

Matéria DOCREC 1007/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 1213/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516.

Fls. n.º _____ do Proc.
autuado por Diego Marinetto em 08/11/2021 14:10:07.

fl. 3960

2013 - 0.363.235-3

PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE SÃO PAULO

Secretaria Municipal do Desenvolvimento Trabalho e Empreendedorismo – SDTE

Maria Cristina P. B. Abreu
Assessora Técnica
RF 817.440.7
SDTE/AJ

fl. 311

Edital de Concorrência Pública nº 01-B/SDTE/2014

Processo nº 2013-0.363.235-3

R.8 - **CRITÉRIO BRASIL 2008**

	NT	1	2	3	4 ou +
TV em cores	0	1	2	3	4
Rádio	0	1	2	3	4
Automóvel	0	4	7	9	9
Empregada mensalista	0	3	4	4	4
Máquina lavar roupa	0	2	2	2	2
Banheiro	0	4	5	6	7
Videocassete/ DVD	0	2	2	2	2
Geladeira sem freezer	0	4	4	4	4
Geladeira duplex ou freezer	0	2	2	2	2

R.4. Qua é a sua Renda Familiar Mensal? **(CARTÃO A)**

R.5. E sua renda mensal individual?

	R.4(R.U.) Familiar	R5(R. U Individ
Mais de R$ 9.733 (A1)	1	1
R$ 6.563 a R$ 9.733 (A2)	2	2
R$ 3.479 a R$ 6.562 (B1)	3	3
R$ 2.012 a R$ 3.478 (B2)	4	4
R$ 1.194 a R$ 2.011 (C1)	5	5
R$ 726 a R$ 1.193 (C2)	6	6
R$ 484 a R$ 725 (D)	7	7
Recusa	99	99

INSTRUÇÃO....

Entrev.	B-Chefe Família	C-
. Analfabeto/ Primário Incompleto	0	1
. Primário Completo/ Ginásio Incompleto	1	2
. Ginásio Completo/ Colegial Incompleto	2	3
. Colegial Completo/ Superior Incompleto	4	4
. Superior Completo	8	5

CLASSE SOCIAL (SOMAR ITEM A+B)	**(R.U.)**
. A1 (42-46)	1
. A2 (35-41)	2
. B1 (29-34)	3
. B2 (23-28)	4
. C1 (18-22)	5
. C2 (14-17)	6
. D (8-13)	7
. E (0-7)	8

R.X. Qual é a sua nacionalidade?

- Brasileiro .....
- Outra nacionalidade: Esp: _____ .....

ATENÇÃO ENTREVISTADOR ➔ ANOTAR SUA PERCEPÇÃO SOBRE A NACIONALIDADE DO ENTREVISTADO CASO HAJA ALGUMA DÚVIDA.

Muito obrigado (a) por sua atenção!

DECLARO SOB AS PENAS DA LEI QUE:

Matéria DOCREC 1007/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 1213/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516.

autuado por Diego Marinetto em 08/11/2021 14:10:07.

fl. 3961

2013-0.363.235-3

fls. 176

PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE SÃO PAULO

Secretaria Municipal do Desenvolvimento Trabalho e Empreendedorismo – SDTE

Edital de Concorrência Pública nº 01-B/SDTE/2014

Processo nº 2013-0.363.235-3

Maria Cristina P. B. Abreu
Assessora Técnica
RF 817.440.7
SDTE/AJ

G) ESTA ENTREVISTA **NÃO FOI** REALIZADA COM PESSOA DAS MINHAS RELAÇÕES H) AS INFORMAÇÕES AQUI CONTIDAS CORRESPONDEM FIELMENTE ÀS FORNECIDAS PELO(A) ENTREVISTADO (A) I) ESTA ENTREVISTA FOI REALIZADA E VERIFICADA EM CONFORMIDADE COM AS EXIGÊNCIAS TÉCNICAS DA PRESENTE PESQUISA; TENHO CONHECIMENTO E CONCORDO QUE DEVO MANTER SIGILO DE TODAS AS INFORMAÇÕES OBTIDAS		
Entrevistador(a): Data:	Crítica: Data:	Verificação: Data:

MINUTA

Matéria DOCREC 1007/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 1213/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516.

autuado por Diego Marinetto em 08/11/2021 14:10:07.

Maria Cristina P. B. Abreu
Assessora Técnica
RF 817.440.7
SDTE/AJ

3. Pesquisa Qualitativa de Mercado

3.1. Principais Conclusões

O projeto CIRCUITO DAS COMPRAS objetiva equacionar a logística do turismo de compras e desenvolver economicamente a região central da cidade de São Paulo. Os bairros de influência do projeto possuem características próprias que os diferenciam, porém, são complementares quanto à oferta de artigos aos turistas de compras. Dessa forma, a premissa fundamental do projeto não é alterar o perfil do comércio dos locais de abrangência, mas sim proporcionar melhores condições de desenvolvimento econômico e social das regiões.

Assim, o perfil do comércio dos principais pólos estudados (Brás, Sé, Bom Retiro, e Santa Ifigênia) deve ser respeitado pelas fronteiras do projeto.

Matéria DOCREC 1007/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 1213/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516.

autuado por Diego Marinetto em 08/11/2021 14:10:07.

Fls n.º _____ do Proc. 2013-0.363.235-3 fls.

fl. 3.963

fl. 314

Maria Cristina P. B. Abreu
Assessora Técnica
RF 817.440.7
SDTE/AL

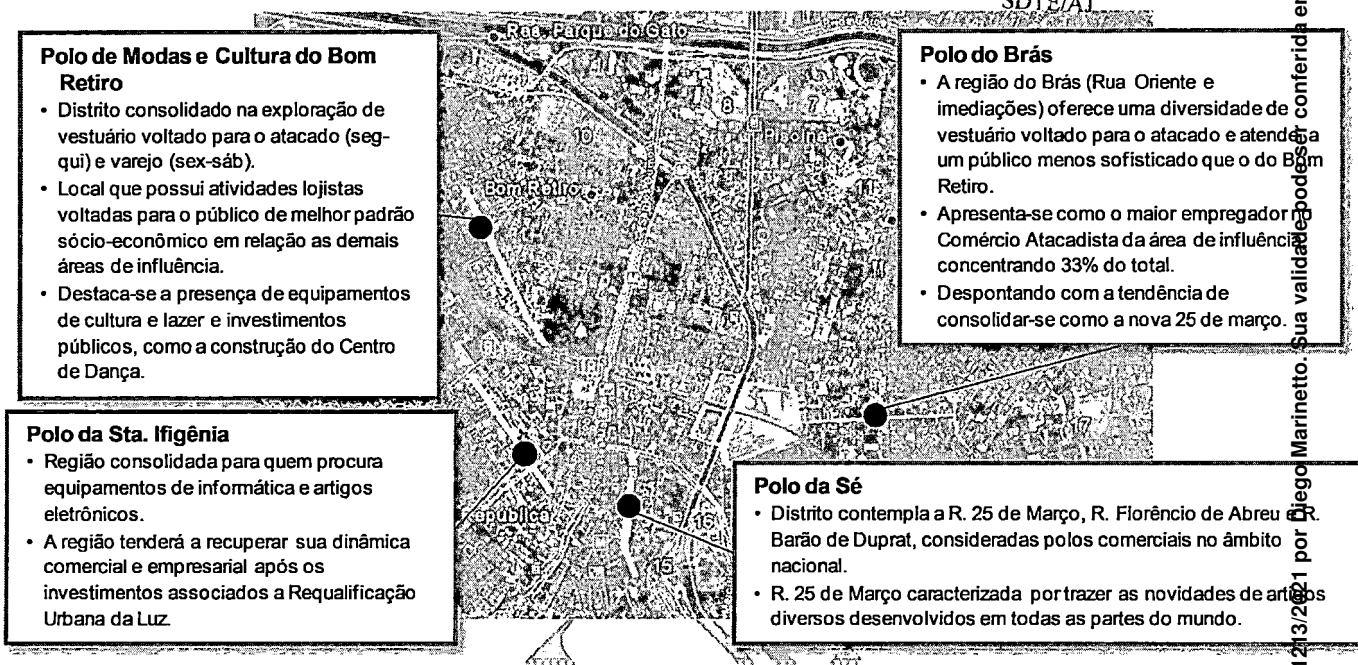


Figura 4: Principais características das regiões de abrangência do projeto

Como características evidenciadas de cada região estudada e dos seus contornos, destacam-se os seguintes aspectos levantados pela Urban Systems:

Pólo Comercial do Brás

- Âncora Vestuários e Tecidos: Rua do Oriente com presença de artigos do vestuário e Rua Joli com estabelecimentos de tecidos.
- Âncora Gêneros Alimentícios: A Zona Cerealista e o Hortifruti são centros de abastecimento no atacado para restaurantes da Grande São Paulo.
- Localizado fora da Zona de Restrição de Tráfego de Fretados e com o maior crescimento absoluto no número de empresas e funcionários do Centro de Compras, tornando-se o principal eixo para intervenção urbana da área.
- A intervenção urbana irá organizar o atual crescimento orgânico, possibilitando estruturar a região para um futuro planejado.

Matéria DOCREC 1007/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 12/13/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516.

autuado por Diego Marinetto em 08/11/2021 14:10:07.

fl. 315

Maria Cristina P. B. Abreu
Assessora Técnica
RF 817.440.7
SDTE/AJ

Pólo Comercial do Bom Retiro

- Âncora de Vestuário: região contém aproximadamente 1.521 estabelecimentos de confecção, voltados para público de melhor renda e lojas de bom padrão operacional.
- Âncora de Lazer e Cultura: presença do Museu da Língua, Sala São Paulo, Pinacoteca, Estação Pinacoteca, Futura sede da São Paulo Cia de Dança e Parque da Luz, representando o centro.
- Encontra-se em Zona de Restrição de Tráfego de Ônibus e sua importância no setor de atacado faz com que o mesmo seja integrado ao CIRCUITO DAS COMPRAS.
- O projeto irá potencializar o crescimento e a dinâmica econômica da área beneficiando também o acesso à cultura do público alvo do projeto

Pólo Comercial da Sé

- Âncora de Artigos Diversos: Rua 25 de Março contemplando as novidades do mercado internacional, Rua Florêncio de Abreu com ferramentas e ferragens e Rua Barão de Duprat com ourives.
- Âncora Gêneros Alimentícios: presença do Mercado Municipal e o Mercado da Cantareira centros de abastecimento de produtos alimentícios para os restaurantes da Grande São Paulo.
- Representa a maior densidade de turistas de compras, sendo procurada por pessoas de todas as partes do país.
- O projeto deve contemplar em seu circuito a área da 25 de Março como marca do CIRCUITO DAS COMPRAS.

Pólo Comercial da República

Matéria DOCREC 1007/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 1213/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516.

autuado por Diego Marinetto em 08/11/2021 14:10:07.

fl. 316
Maria Cristina P. B. Abreu
Assessora Técnica
RF 817.440.7
SDTE/AJ

- Âncora de Artigos Eletrônicos e Informática: Rua Santa Ifigênia possui aproximadamente 1.157 estabelecimentos nesse ramo de atividade.
- Âncora de Serviços de Hotelaria: contém aproximadamente 2.335 aptos hoteleiros, sendo utilizada pelos turistas quando os mesmos pernoitam em São Paulo.
- A área apresenta o menor fluxo de turistas de CIRCUITO DAS COMPRAS e atualmente encontra-se em retração no número de funcionários ligados ao setor comercial.
- O CIRCUITO DAS COMPRAS contribuirá indiretamente para auxiliar e potencializar a requalificação urbana do Projeto Nova Luz.

Entendendo as características e necessidades específicas de cada região de compras, foram conduzidas as entrevistas em profundidade como forma de capturar os anseios dos públicos envolvidos (Turistas de Compras, Lojistas e Motoristas e Guias de turismo de compras). As entrevistas serviram para validar o portfólio sugerido de serviços e identificar novas oportunidades que o projeto CIRCUITO DAS COMPRAS deveria contemplar para contribuir com a melhoria da experiência de compras na região central de São Paulo.

Tabela 2: Portfólio de serviços para os locais de embarque/desembarque de passageiros de ônibus

Público Alvo	Portfólio de Serviços a ser oferecido nos locais de Embarque e Desembarque de Passageiros
Turistas de Compras/ Público-Geral	- Guarda Volumes - Hotel c/ Centro de Eventos - Praça de Alimentação - Serviços de utilidade pública (ex.: Poupa-Tempo, Correio, Microfinanciamento, Capacitação profissional / Treinamento) - Serviços públicos obrigatórios (ex.: PM, Corpo de Bombeiros, Juizado de Menores, Ambulatório) - Espaços para locação de prestadores de serviços (ex.: farmácia, lotérica, banca de jornal, salão de beleza) - Despacho para Transportadora

Matéria DOCREC 1007/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 1213/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516.

Documento Anexo III do Edital - Estudo de Mercado (053284927) SEI 6010.2021/0002874-8 / pg. 86

autuado por Diego Marinetto em 08/11/2021 14:10:07.

fl. 3966

fl. 317

Maria Cristina R.B. Abreu
Assessora Técnica
RF 817.440.7
SDTE/AJ

	– Ponto de taxi c/ bolsão de estacionamento
Motorista/ Guia	– Terminal e estacionamento para ônibus fretados – Alojamentos para motoristas e guias – Refeitório
Comerciantes do complexo e fornecedores diretos	– *Self-storage* para comerciantes populares e lojistas
Empresas de ônibus fretados	– Serviços de limpeza e manutenção de ônibus

Fonte: Análise Accenture, 2010.

Alguns serviços a serem oferecidos nos Centros de Apoio serão direcionados apenas aos Turistas de Compras, usando o conceito de Sala Vip, onde o usuário encontra serviços e infraestrutura apropriada para proporcionar mais conforto e comodidade, como local para descanso, presença de pontos para alimentação, banheiros, entre outros serviços de apoio.

Tabela 3: Portfólio de serviços para os Centros de Apoio

Público Alvo	Portfólio de Serviços a ser oferecido nos Centros de Apoio
Turistas de Compras/ Público-Geral	– Centro de informação ao Turista de Compras – Guarda Volumes – *Vending Machines* – *Check in* de carga – Banheiros – Internet/ *Lan Services* – Área de descanso – Praça de Alimentação – Caixas eletrônicos

Matéria DOCREC 1007/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 1213/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516.

autuado por Diego Marinetto em 08/11/2021 14:10:07.

Maria Cristina P. B. Abreu
Assessora Técnica
RF 817.440.7
SDTE/AJ

Fonte: Análise Accenture, 2010.

3.2. Principais Resultados para Turistas de Compras

Entre os dias 15/07/2010 e 15/11/2010 foram realizadas 57 entrevistas em profundidade com Turistas de Compras nas regiões de abrangência do projeto. Nas entrevistas, foram capturadas as percepções qualitativas do público com relação aos produtos a serem oferecidos no projeto CIRCUITO DAS COMPRAS.

As pesquisas qualitativas mostraram resultados que ressaltam a percepção dos Compradores com relação à região central de São Paulo, em especial as regiões de compras compreendidas pelo projeto.

Fonte: Urban Systems, Novembro, 2010

Tabela 4: Visão geral das percepções dos entrevistados - Turistas de Compras

Serviço	Visão dos Entrevistados
Terminal e estacionamento de ônibus fretados	– Grande volume de turistas de fretados na região central da cidade justificaria o empreendimento. • Auxiliaria o trânsito da região, tirando ônibus das ruas e de estacionamentos inadequados. • Interessante como ponto de encontro de turistas. – Pode vir acompanhado de estrutura de banheiros, lanchonetes, local de descanso. – Deve ter segurança reforçada, pois seria local com circulação de mercadorias e dinheiro. – Há certa dificuldade para se imaginar um local para implantação, porém há sugestão de:

Matéria DOCREC 1007/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 1213/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516.

Documento Anexo III do Edital - Estudo de Mercado (053284927) SEI 6010.2021/0002874-8 / pg. 88

autuado por Diego Marinetto em 08/11/2021 14:10:07.

Maria Cristina P. B. Abreu
Assessor Técnica
RF 817.140.7
SDTE/AJ

	• Local da antiga Rodoviária São Paulo. • Ao lado da Feirinha da Madrugada.
Shopping Popular de Compras	– Parte dos entrevistados afirmou não ter o hábito de comprar produtos de camelôs, sendo então o produto estimulado considerado indiferente. • Ausência de nota fiscal e garantia. • Venda de produtos simples, sem sofisticação, "2ª linha", com defeito e somente para varejo. • Pirataria. – No entanto, há reconhecimento de que camelôs necessitam de locais adequados para o trabalho, com estrutura. • Melhoraria o trânsito e "estética" dos locais. • Mais conforto para os compradores. • Necessário estar próximo de vias importantes, para não serem isolados. – Apesar disso, Pop Center pode vir a ser pouco utilizado: • Camelôs tendem a ficar nas ruas, pois lucro é maior. • Implicaria em abrigar camelôs legalizados, o que afugentaria parte desses vendedores. – Constantemente comparado à Feirinha da Madrugada. – No Bom Retiro, seria considerado um "retrocesso", já que lojas têm seguido caminho contrário, investindo na sofisticação.
Centro de Apoio ao Turista	– Região recebe número grande de turistas, que justifica o investimento. • Há falta de informações de ruas, lojas, meios de transporte, hotéis, restaurantes, opções culturais, pontos turísticos, caixas eletrônicos e bancos. • Relato de que informações são passadas por policiais e donos de banca de jornal. • Necessidade de auxílio e o que fazer em caso de roubos, assaltos e outras ocorrências. – Sugestão para mapas, folhetos, roteiros, jornais. • Inclusive em línguas estrangeiras. – Deve ter segurança reforçada, já que seria local com concentração de turistas e "visado". – Alguns relatam que a região central não é turística para lazer, somente comercial.
Hotel	– Região central é considerada degradada, e por isso pode haver interesse de se hospedar em outras regiões, próximas como Av. Paulista. – No entanto, há demanda para hotel de padrão econômico. • Rede citada: Formule 1, hotel do complexo Mega Pólo Moda. • Padrão "médio-baixo": 1 a 3 estrelas: querem economizar ao máximo. • Diária de R$ 50 a R$ 130. – Necessário ter segurança reforçada, já que compradores carregam dinheiro em espécie e mercadorias. – Outras palavras associadas foram "confortável", "bom", "barato".
Circular de Passageiros	– Bem avaliado, útil principalmente para turistas que não conhecem a cidade. • Alguns relataram dificuldade de se locomover. – Se bem planejado, pode reduzir trânsito de carros. – Alguns acreditam que não fariam uso de circulares, pois não frequentam mais de um lugar no mesmo dia.

Matéria DOCREC 1007/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 1213/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516.

autuado por Diego Marinetto em 08/11/2021 14:10:07.

Maria Cristina P. B. Abreu
Assessora Técnica
RF 817.440.7
SDTE/AJ

	• Outros maximizam o tempo com o uso de táxi. • Questionamento se circulares não ficariam parados no trânsito. • Há preocupação sobre tempo de intervalo dos circulares. • Relatos de que a maioria prefere não utilizar ônibus municipal, e outros fazem o percurso entre locais de interesse a pé.
Transporte de Cargas	– Serviço bem avaliado no geral, considerado útil, mas passa por sentimento de desconfiança. • Boa divulgação auxiliaria a utilização do serviço. • Deve ter carregadores uniformizados, para passar credibilidade, diferenciando-se de carregadores informais, já existentes. – Atualmente, alguns lojistas já oferecem esse tipo de serviço como cortesia. – Seria mais utilizado por revendedores. – Carregadores podem ajudar clientes a se locomoverem pelas ruas, indicando locais de compras. – Não pode ser caro. – Tem que ser atrativo para não competir com táxi. - É comum dividir corridas. – Alguns entrevistados acreditam que o serviço possa ser incômodo: • Carregador seguindo cliente. • Tendo conhecimento do valor gasto pelo cliente, e que tipo de carga está sendo carregada, pode ser perigoso.
Guarda Volumes	– Considerada idéia interessante. Pode ser feito como guarda-volumes de rodoviárias. – Necessidade de contar com dispositivos de segurança eficientes e seguros e ser bem organizado, para passar sensação de segurança e confiança. – Atualmente alguns lojistas oferecem o serviço de guardar as compras, como cortesia, para alguns clientes. – Alguns dos clientes não aceitariam pagar pelo serviço, pois se acostumaram com o oferecido usualmente. – Para os que vão à região de fretado, levam as sacolas aos ônibus assim que fica inviável carregá-las. – Questionamento sobre distância do Guarda Volumes x distância do ônibus, o que seria mais cômodo. • Além de preocupação com localização em relação aos interesses de compra • Sugestão para unidades nas regiões de compras. – Interessante agregar com praça de alimentação, sala de espera/ descanso. – Cobrança por carga, volume ou quilo. – Pode estar atrelado a serviços de carregadores e transportadoras.
Rua de pedestres (Tráfego calmo)	– Em geral, a idéia é bem vista pelos entrevistados: • Facilitaria o fluxo, já que compradores circulam pelas ruas e dividem espaço com carros. • Reduz o risco de acidentes. • Atual calçamento é considerado ruim. • Agradável se feito como boulevard, com bancos, plantas, nivelamento do passeio e da rua, quiosques, dentre outros mobiliários urbanos. • Aglomeração facilita ocorrência de furtos. – Por outro lado, pode ser desconfortável: • Carros particulares ficariam distantes, o que dificultaria acesso para

Matéria DOCREC 1007/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 1213/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516.

autuado por Diego Marinetto em 08/11/2021 14:10:07.

fl. 321

Maria Cristina P. B. Abreu
Assessora Técnica
RF 817.440.7
SDTE/AJ

	deixar compras, por exemplo. • Atrairia mais camelôs, o que dificultaria ainda mais a locomoção. • Alguns questionaram funcionalidade para a região e cidade. • Restrição pode dificultar trânsito ao redor. • Santa Ifigênia tem mais condições de restringir veículos por estar cercada por grandes avenidas, como: Rio Branco, Ipiranga. • Compradores do Pari são os que menos sofrem com o trânsito de veículos. • Em caso de restrição, há necessidade de mais estacionamentos.

Fonte: Urban Systems, 2010. Análise Accenture

3.2.1. Pontos Positivos Destacados

Segundo as percepções capturadas nas entrevistas em profundidade, as regiões concentram opções de compras variadas, oferecendo opções em vestuário, utensílios domésticos, brinquedos, acessórios, bijuterias, informática, instrumentos musicais. Além disso, apresentam grande diversidade de produtos, com opções para diversos públicos e qualidades variadas.

Em geral, os preços são baixos e atuam como fatores de atratividade para os Compradores, e a região escopo é importante fonte de abastecimento para revendedores, especialmente de outras localidades.

Como importante fator econômico do comércio local, destaca-se a importância das regiões no que diz respeito a lançamentos de novos produtos, que chegam primeiro às lojas de lá do que em outras regiões.

O fato da existência de locais de estacionamento de ônibus é uma comodidade percebida pelos visitantes de outras cidades, sendo determinante para o comércio local.

Percepções capturadas nas entrevistas em profundidade
"Positivo é a variedade. Agora um ponto bom ali (Brás) é que existem vários, ali é tudo compacto. Você encontra ali peças de novos e usados, área de som, área de televisores. Para

Matéria DOCREC 1007/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 1213/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516.

Fls. n.º _____ do Proc.
autuado por Diego Marinetto em 08/11/2021 14:10:07.
2013 - 0.363.235 - 3 fls. 186

fl. 3.971

Maria Cristina P. B. Abreu
Assessora Técnica
RF 817.440.7
SDTE/AJ

mim eu vou tanto tempo lá que eu já conheço como a palma da mão." Paulo

Fonte: Urban Systems, Novembro, 2010

3.2.2. Pontos Negativos Destacados

Muitos pontos negativos elencados derivam das condições de infraestrutura atuais.

Com relação à limpeza das ruas de compras, as principais reclamações são: falta de cestos de lixo; sujeira nas ruas e sarjetas; pichações em prédios e muros.

Outro ponto importante é o relacionado à falta de segurança. Segundo capturado, o policiamento é insuficiente e há a ocorrência de furtos e assaltos. Na visão dos entrevistados, a proximidade com a Cracolândia, prédios abandonados e a presença de pontos de prostituição nas imediações refletem a situação de degradação local.

Também, é destaque nas entrevistas em profundidade o fluxo e as condições do trânsito local. O tráfego de carros e pessoas enfrentado nas regiões abordadas gera dificuldades em andar nas calçadas, de modo que os pedestres têm que andar nas ruas entre os carros, o que dificulta a movimentação e facilita a ocorrência de furtos.

O excesso de camelôs na região também foi um fator mencionado pelos Compradores entrevistados. A percepção é que tal excesso atrapalha o fluxo de pedestres e favorece a venda de produtos ilegais e falsificados.

Finalmente, há a falta de estruturas adequadas de apoio. Segundo as percepções, a variedade de restaurantes é baixa, faltam banheiros e existe dificuldade em encontrar estacionamentos.

Matéria DOCREC 1007/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 1213/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516.

Documento Anexo III do Edital - Estudo de Mercado (053284927) SEI 6010.2021/0002874-8 / pg. 92

autuado por Diego Marinetto em 08/11/2021 14:10:07.
2010 - 0.363.235 - fls. 187

fl. 323
Maria Cristina P. B. Abreu
Assessora Técnica
RF 817.440.7
SDTE/AJ

"Só aquela sujeira em volta do Mercado." Wyoska
"É muito lotado e com ruas bem estreitas (Santa Ifigênia)." Erika
"(Santa Ifigênia) Os locais para se alimentar, eu vi poucos restaurantes. Acho que esse foi o ponto mais negativo." Maria Heli
A única coisa que eu só acho meio fora, um negativismo, é na hora que você vem, pega ali acho que a Avenida do Estado ou daqui para lá está assim uma coisa feia, mas depois que você está lá dentro não da mais aquela preocupação. (...) Eu só acho o aspecto feio ali na Avenida do Estado, digo a paisagem, o aspecto. (...) Quando você vê você fica, mas no mais, quando você cai lá dentro já da outro ar." Adailton
"O ponto negativo da região é o excesso de ambulantes." Marlene
"O problemático é deixar o carro na rua, pois os guardas de trânsito querem que você deixe o carro por uma hora e tire, eu passo o dia ali comprando, não tem como deixar o carro por uma hora só. (...) E tornar a liberação maior de horário, por mais horas, por um dia, porque é atacado é diferente de comprar uma calça e uma blusinha e ir embora é diferente." Suzete

Fonte: Urban Systems, Novembro, 2010

3.2.3. O que falta na região

Segundo as percepções capturadas nas entrevistas em profundidade, os entrevistados fizeram as seguintes menções:

– Oferta de locais para deixar as mercadorias.

– Mais pontos de lazer.

– Mais opções de restaurantes, cafés, docerias, lanchonetes.

Matéria DOCREC 1007/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 1213/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516.

Documento Anexo III do Edital - Estudo de Mercado (053284927) SEI 6010.2021/0002874-8 / pg. 93

autuado por Diego Marinetto em 08/11/2021 14:10:07

Maria Cristina P. B. Abreu
Assessora Técnica
RF 817.440.7
SDTE/AJ

– Disponibilizar banheiros públicos.

– Maior oferta de estacionamentos.

– Melhor organização do sistema viário:

- Disponibilizar lugar restrito aos camelôs, que atrapalham a circulação.
- Cortar a circulação de carros de passeio nas ruas âncoras dos bairros de compras.
- Disponibilizar calçadas mais largas.
- Adequar calçadas para cadeirantes e pessoas com restrição de mobilidade.

Percepções capturadas nas entrevistas em profundidade
"Acho o que faltaria ali é um local para você deixar as mercadorias, porque a gente de fora vai comprar e não tem, e você tem que ir voltando para o carro. (...) Dali já há um lugar, onde a transportadora utilizasse... Você deixava ali, a transportadora já pegava e trazia." Carlos
Tem bastante comércio, não vejo casa, não vejo nada para ser usado a ponto de ser um lazer. Acho que tinha que trazer novidades, ter condição da gente usar nesse sentido, talvez bares, praças, mas que sejam melhores, bem instaladas, porque as que tem ali eu não sentaria em nenhum banco da praça para fazer nada, por exemplo. Não frequentaria." Debora

Fonte: Urban Systems, Novembro, 2010

3.2.4. Os motivos de vinda aos Centros de Compras

Segundo capturado nas entrevistas em profundidade, os principais motivos de vinda dos Compradores para as regiões de compras são similares aos pontos positivos destacados:

- Melhores preços.
- Grande diversidade de produtos.
- Encontrar o que procura, "produtos que só tem lá".

Matéria DOCREC 1007/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 1213/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516.

autuado por Diego Marinetto em 08/11/2021 14:10:07.

fl. 3974

fl. 325

PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE SÃO PAULO

Secretaria Municipal do Desenvolvimento Trabalho e Empreendedorismo – SDTE

Edital de Concorrência Pública nº 01-B/SDTE/2014

Processo nº 2013-0.363.235-3

Maria Cristina P. B. Abreu
Assessora Técnica
RF 817.440.7
SDTE/AJ

Percepções capturadas nas entrevistas em profundidade
(Bom Retiro) "A qualidade das roupas, o preço." Rafael
(Santa Ifigênia) "Os preços mais baixos, e a grande variedade de produtos. Tem coisas que você só encontra aí mesmo." Ricardo
"O Brás inteiro já era atacadista, miudezas, sempre preferi do que ir lá a na Vinte e Cinco de Março, até o movimento é bem menor também. (...) A Vinte e Cinco é um inferno, ali é mais tranquilo." Carlos
(Sé) "Porque existem muitas novidades. Eu já estive aí com diferença de 10 dias e é assustador. O que eu consigo de coisas novas, novidades que estão no mercado, o que os meus clientes pedem, é impressionante, fico encantada." Jaqueline

Fonte: Urban Systems, Novembro, 2010

3.2.5. Acompanhantes para compras

Segundo capturado nas entrevistas em profundidade, a grande maioria das pessoas vem acompanhada e costumam viajar com o cônjuge, pais, filhos, outros parentes, e amigos, sendo que algumas pessoas entrevistadas apresentaram rejeição para viajarem sozinhas.

Com relação à estadia, a maioria dos entrevistados não se hospeda em São Paulo e retornam no mesmo dia para a sua cidade natal. Já os que alegam que ficam na cidade, utilizam diversos meios de hospedagem, que vão desde hospedagem em hotéis até passar a noite na casa de parentes e amigos e poucos procuram hotéis na região.

Matéria DOCREC 1007/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 1213/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516.

Documento Anexo III do Edital - Estudo de Mercado (053284927) SEI 6010.2021/0002874-8 / pg. 95

autuado por Diego Marinetto em 08/11/2021 14:10:07.

Maria Cristina P. B. Abreu
Assessora Técnica
RF 817.440.7
SDTE/AJ

Percepções capturadas nas entrevistas em profundidade
Geralmente vem eu e meu marido ou eu e meu irmão." Patricia
"Fui com a minha cunhada, mas fui em uma excursão, em um ônibus." Aline
"Sempre com alguém. Não gosto de ir sozinha. Fica vulnerável para ser assaltada." Talita
"Fiquei hospedada em um hotel no Tatuapé, mas eu não lembro o nome." Isac
"Não pernoito, na maioria das vezes é coisa de 1 dia mesmo, ir e voltar, passar o dia." Ricardo
"A minha filha mora em São Paulo, ela é funcionária da Prefeitura de São Paulo, fico hospedada na casa dela." Wyoska

Fonte: Urban Systems, Novembro, 2010

3.2.6. Dificuldades para realizar compras

Segundo as entrevistas em profundidade, os bairros apresentam características peculiares a cada um deles.

No Pari, os entrevistados disseram que em geral as lojas pequenas e apertadas, com tumulto e filas, além de considerarem a falta de orientação para os turistas um problema.

Na região da Sé, os entrevistados consideram o local muito cheio e tumultuado, principalmente em certas épocas do ano.

Na região do Brás, em especial a Feirinha da Madrugada, os principais dificultadores de compras são os problemas de infraestrutura, tais como estacionamento desorganizado, barracas de lona e em condições precárias, presença de sujeira e corredores estreitos que dificultam a circulação e causam tumulto, além da dificuldade de deslocamento.

Matéria DOCREC 1007/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 1213/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516.

autuado por Diego Marinetto em 08/11/2021 14:10:07.
2013 - 0.363.235-3
fls. 191

fl. 3.976

fls

fl. 327

Maria Cristina P. B. Abreu
Assessora Técnica
RF 817.440.7
SDTE/AJ

Na região da Santa Ifigênia, os entrevistados consideram que os estacionamentos são muito caros e dificultam a ida. Já no Bom Retiro as queixas são que os vendedores reparam muito na sua aparência e causam inibição para as vendas.

Percepções capturadas nas entrevistas em profundidade
(Bom Retiro) 'As vezes olham muito a aparência, e como lojista você vai para as compras bem a vontade.'Suzana
"Lá são barracas de lonas, então é mais questão de infraestrutura mesmo. (...) Assim, como estava chovendo tinha muita poça de água daí você fica pisando, daí as barracas era tumultuados, eles mesmo ficam sentados no corredor, muitos compradores andam com aquele carrinho, então o corredor já é estreito, daí as pessoas ficam puxando o carrinho, ai a gente tem que dar lugar para elas irem passando. É pela falta de espaço que se torna difícil." Glaucia
"Esse estacionamento do ônibus é péssimo, é uma pouca vergonha. Deveria ter um estacionamento decente. (...) No meu ponto de vista não deveria existir Feira e lojas junto com os ônibus. Deveria ser um local só para os ônibus e um comércio a parte. Isso vira uma confusão muito grande e vai gente do Brasil inteiro para ai. Uma pessoa menos instruída se perde ai porque a muvuca é muito grande. São ônibus misturados com barracas e não sei o que mais." Andrea
(Sé) "Na 25 ele geralmente não passam cartão, é tudo a vista, é o único problema tanto na 25 como na Feira da Madrugada é isso. Na Feira da Madrugada é só Cartão Visa, não passa Master, então é um grande problema isso." Patricia
(Sé) "Dependendo da época é muito difícil, época para Natal, essas coisas, você chega e as lojas estão muito cheias, fila, tumulto de gente, mas dependendo da época é tranquilo." Sueli
"No Pari o pessoal compra muito no atacado, o pessoal leva carrinho cheio, então você pega fila dependendo do dia que você vai. Sábado, por exemplo, não é um bom dia porque você

Matéria DOCREC 1007/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 1213/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516.

Documento Anexo III do Edital - Estudo de Mercado (053284927) SEI 6010.2021/0002874-8 / pg. 97

autuado por Diego Marinetto em 08/11/2021 14:10:07.
2013 - 0.363.235 - 3 fls. 192

fl. 3.977

fl. 326

Maria Cristina P. B. Abreu
Assessora Técnica
RF 817.440.7
SDTE/AJ

chega a ficar 30 minutos na fila para pagar. (...) Você fica de pé nas prateleiras, os corredores são muito estreitos, muito apertados, não tem ar condicionado." Elaine
(Pari) "Eu sinto falta de orientação, já tomei uma multa na marginal por que mudaram a legislação e eu não sabia. Alem do trânsito apertado não tem muita explicação para quem vem de fora, porque até os programas de televisão que passam em São Paulo, às vezes não passam no interior." Suzete

Fonte: Urban Systems, Novembro, 2010

3.2.7. Pontos positivos para realizar compras

Segundo as entrevistas em profundidade, os bairros apresentam características peculiares a cada um deles, sendo que a variedade dos produtos e o preço são os principais atrativos para todas as áreas em estudo.

Região de Compra	Aspecto
Pari	Bom atendimento
Sé	Novidades de produtos
Santa Ifigênia	Possibilidade de negociar descontos e formas de pagamento, qualidade, atendimento
Brás	Beleza dos produtos
Bom Retiro	Tranquilidade, qualidade, novidade, conhecer as pessoas

Fonte: Urban Systems, Novembro, 2010

Matéria DOCREC 1007/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 1213/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516.

fl. 324

Maria Cristina P. B. Abreu
Assessora Técnica
RF 817.440.7

Percepções capturadas nas entrevistas em profundidade
(Bom Retiro) "O preço é bom e onde você encontra roupas de boa qualidade."Rafael
(Santa Ifigênia) "A variedade e a concentração de lojas. Você encontra na mesma Rua, 20 lojas do mesmo ramo." Edson
(Brás) "Eu vim por causa do preço, e também porque as roupas são bonitas em relação as que eu compro onde moro." Beatriz
(Sé) "É bastante novidade e a cada vez que você vai tem sempre novidade. Sempre alguma coisa diferente que te agrada e atrai, acaba comprando para você ter um giro rápido." Patricia
(Pari) "É do preço e da variedade." Doris

Fonte: Urban Systems, Novembro, 2010

3.2.8. Locais de realização das compras

Segundo as entrevistas em profundidade, os entrevistados alegaram em geral no Pari compram apenas em lojas, já no Brás, fazem uso da Feirinha e das lojas de rua. Poucos atestaram que compraram nos shoppings e nos camelôs.

Percepções capturadas nas entrevistas em profundidade
(Brás) "Na feirinha ou nas lojas de rua. (...) Shopping não, camelô as vezes."Maria Edineia
(Pari) "Olha, ali eu só fui a loja mesmo. Galeria e shopping nunca fui não." Debora
(Bom Retiro) "De tudo um pouco porque tem galerias que é aonde eu compro chinelinhos, tem lojas de rua aonde eu comprei os cabides, agora em shopping eu acho que não comprei nada."

Matéria DOCREC 1007/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 1213/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516.

autuado por Diego Marinetto em 08/11/2021 14:10:07.

Aline
(Santa Ifigênia) "Eu visitei mais as galerias. (...) Os produtos que eu.... Minto, eu até comprei um som para meu carro em uma loja mesmo, não foi em uma galeria não. Uma loja lá em cima, quase no final." Emilia
(Sé) "Eu entro em tudo. Faço questão de entrar nas galerias. Essas estão muito sujas, com fiação aparecendo, muito pó. Dá medo de dar choque, incêndio. (...) E sei que tem um shopping na 25 de Março, mas não costumo ir. (...) Camelôs é difícil eu comprar. Não dou muita preferência não. Só uma coisa ou outra. Prefiro comprar mais nas lojas. Entendo que as lojas pagam impostos, mas fica uma diferença exorbitante." Talita

Fonte: Urban Systems, Novembro, 2010

3.2.9. Qualidade dos produtos

Segundo os entrevistados, é possível encontrar produtos de todas as qualidades e preços. Para não ter problemas quanto à qualidade dos produtos comprados, é preciso pesquisar e saber identificar os melhores produtos. No geral os produtos têm boa qualidade e não possuem problemas.

Percepções capturadas nas entrevistas em profundidade
"Tem tudo, desde o cara que fica vendendo pen drive falso na rua por 1/3 do valor, até produtos consagrados em termos de marca, em termos de qualidade, tem de tudo, para todos os gostos." Edson
"Eu pego mais da feirinha mesmo, eu acho que é equivalente ao preço, está comprando um produto barato, porém você não tem como exigir que ele seja de qualidade. Dentro do valor que eu pago está bom." Maria Edineia
"Tem tanto coisas boas, como de qualidade baixa, depende da disponibilidade financeira da pessoa, porque ali tem tudo. Perfume importado, vagabundo, então a qualidade depende da

Matéria DOCREC 1007/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 1213/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516.

Documento Anexo III do Edital - Estudo de Mercado (053284927) SEI 6010.2021/0002874-8 / pg. 100

do Pro
autuado por Diego Marinetto em 08/11/2021 14:10:07.

fl. 331
Maria Cristina P. B. Abreu
Assessora Técnica
RF 817.440.7
SDTE/AJ

pessoa que está comprando. Às vezes não tem dinheiro, vai lá e compra o simples que para ele está bom. Agora tem gente que tem disponibilidade de grana, e compra, ali tem coisas para todos os gostos, para a classe média como a classe alta. Eu vejo madame lá comprando como outras pessoas que não tem poder aquisitivo alto." Sueli
"Nunca tive nenhum problema, basta ter cuidado, e um pouco de critério nas lojas onde você vai comprar." Ricardo
"Depende. Tem coisas que são bem de qualidade inferior, mas é assim, compra quem quer. E tem produtos muito bons, tem lojas ali que tem produtos ótimos, eu encontro produtos que estão ali em loja de shopping, então depende muito." Debora

Fonte: Urban Systems, Novembro, 2010

3.2.10. O que as lojas poderiam oferecer aos Compradores

Segundo os entrevistados, as lojas do Brás, Bom Retiro e Sé poderiam oferecer:

- Variedade de mercadorias.
- Melhor organização interna das lojas, com mais espaço para circulação, ar-condicionado e provadores.
- Serviço de cortesia: café, chá, água, bolachas, banheiros, cadeiras.
- Serviço de entrega.
- Melhor atendimento dos vendedores, principalmente, no que tange à demonstração dos produtos.
- Oferecer brindes ou vantagens.
- Santa Ifigênia: poucos pensam em exigências diversas, por dinamismo do tipo de compras e do perfil do comprador da região.
- Preço e variedade de produtos.

Matéria DOCREC 1007/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 1213/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516.

Documento Anexo III do Edital - Estudo de Mercado (053284927) SEI 6010.2021/0002874-8 / pg. 101

autuado por Diego Marinetto em 08/11/2021 14:10:07.

Maria Cristina F. B. Abreu
Assessora Técnica
RF 317.440.7
SDTE/AJ

Percepções capturadas nas entrevistas em profundidade
("Pari) Ar condicionado. (...) São muito quentes, só essa Do Chapéu que é fresquinha porque ela é super bem montada, mas as outras têm os corredores estreitos então, por exemplo, se você está no corredor e uma pessoa precisar passar você tem que dar licença. Não dá para ir e vir. As lojas são pequenas e eles têm muitas mercadorias. Uma coisa legal seria ter mais espaço para transitar nas lojas."Elaine
"(Brás) Poderia oferecer alguma coisa de melhor, até mesmo o atendimento poderia ser melhor. É bom, mas poderia ser melhor, no sentido assim, como é um fluxo muito grande gente e pessoas desconhecidas, eles não criam um vínculo com o cliente." Maria Edineia
"(Brás) Ampliação da loja para que a gente tenha mais fácil acesso aos produtos, porque por ela ser apertada dependendo do dia em que a gente vai, que nem quando está mais calor que o pessoal vai mais para lá, a gente acaba sendo muito um em cima do outro, tem alguns produtos que a gente nem consegue chegar perto. (...) Oferece uma água, um café, alguma coisa assim para ter uma comunicação melhor com o cliente." Sandra
"Na verdade a coisa é muito corrida lá. As pessoas que vão lá na Santa Ifigênia é para fechar negócio então não é para ficar 'batendo papo'. Quando é um lugar que vai esperar para ser atendido, então tem que ter sim, então vão mandar sentar e ficar à vontade para tomar um suco, tomar um água e fazer um lanche se for possível. Mas aí nesse caso não é para isso." Carlos

Fonte: Urban Systems, Novembro, 2010

3.2.11. Quantidade de sacolas e formas de transporte

Os entrevistados disseram que, em geral, levam as compras consigo até irem embora, ou levam até o carro ou ônibus e voltam a comprar. Muitos relatam o uso de carrinhos e malas para

Matéria DOCREC 1007/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 1213/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516.

autuado por Diego Marinetto em 08/11/2021 14:10:07.

Maria Cristina P. B. Abreu
Assessora Técnica
RF 817.440.7
SDTE/AJ

auxiliar no transporte. Alguns também disseram que deixam as cargas nas lojas, para buscar posteriormente. Já outra parte despacha diretamente para o ônibus, para continuar a comprar; ou através de transportadora para cidade de origem.

Já os usuários da Santa Ifigênia têm comportamento diferente, já que carregam pequenos produtos ou grandes volumes, em geral cuja compra tem maior valor agregado.

Além disso, há reclamação sobre:

- Número grande de transeuntes, que dificultam locomoção.
- Transporte de material frágil – seguro de transportadoras é muito caro.
- Falta de confiança para deixar as mercadorias com lojistas.
- São fornecidas sacolas frágeis nas lojas.
- Desconhecimento de serviço informal de carregamento existente.

Percepções capturadas nas entrevistas em profundidade
(Sé) Mais ou menos umas 3 (sacolas). É o que posso. (...) Aquelas de feira, grandes. (...) O resto é despachado pela transportadora."Jaqueline
(Brás) "Carrego duas sacolas, não saberia dizer a você qual, tenho umas bolsas grandes então não sei te explicar quantos quilos de roupa eu trago." Romeu
(Pari) "Transporto no meu carro. É tudo em caixa. E quando não dá, que a gente extrapola, (...) peço ou transportadora, dependendo do dia, eu mando despachar por transportadora ou o carro deles próprio." Adailton
"(Brás) Dependendo, às vezes compro, pago e eles guardam para mais até mais tarde e quando eu estou indo embora eu pego." Marlene
"(Brás) Se tivesse um serviço disponível que guarda os pacotes, sei lá, faz ali um setor que você comprou, embala, etiqueta e guarda num volume." Maria Edineia

Matéria DOCREC 1007/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 1213/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516.

Fls. n.: _____ de Fls.
autuado por Diego Marinetto em 08/11/2021 14:10:07
2013 - 0.363.235 - 3 fls. 198

fl. 334
Maria Cristina P. B. Abreu
Assessoria Técnica
RF 817.140.7
SDTE/AJ

> *"(Sé) Achei que tinha um guarda volume para guardar, mas não tem. (...) Eu imagino tipo um depósito, uma loja que você pudesse guardar as suas sacolas com segurança. Com uma pessoa sempre monitorando." Anne*

Fonte: Urban Systems, Novembro, 2010

3.2.12. Fluxo de vinda dos Compradores

Segundo relatado pelos entrevistados, o fluxo de vinda independe da região de compra, mas sim pelo tipo de público.

Os revendedores (Turistas de Compras):

- Costumam vir de 1 a 4 vezes por mês ou a cada 1 ou 2 meses.
- Dependem de fluxo de mercadorias e resultado das revendas.
- Há picos próximos às datas comemorativas.
- Dia preferido é terça-feira.
- Buscam novidades, variedades, qualidade e preços baixos.

Já os compradores para uso próprio (Público Geral):

- Costumam vir 1 vez por mês ou de 1 a 6 vezes por ano.
- Geralmente frequentam a região aos sábados.
- Buscam preços baixos, variedade e qualidade.

Existem também os compradores que vem a turismo para as regiões (Público Geral):

- Costumam vir de 1 a 2 vezes por ano.
- Os dias favoritos variam conforme meio de transporte usado: se de ônibus fretado (terças) ou particular (qualquer dia da semana).
- Vêm até a cidade visitar amigos e parentes, passar férias, fazer consultas médicas ou a trabalho.

Matéria DOCREC 1007/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 1213/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516.

Fls. n.º ____ do Proc.
autuado por Diego Marinetto em 08/11/2021 14:16:07.
2013 - 0.362 - 5 - 3
fls. 199
fl. 3.984

fl. 335
Maria Cristina P. B. Abreu
Assessoria Técnica
RF 817.440.7
SDTE/AJ

3.2.13. Percepção sobre o Projeto

Guarda Volumes:

Os entrevistados consideraram a idéia interessante, podendo ser feito como guarda-volumes de rodoviárias, devendo ser bem organizado e estruturado, para passar sensação de segurança e confiança. Segundo sugerido, seria de valia se fosse integrado com praça de alimentação, sala de espera/ descanso. Entretanto alguns entrevistados disseram não aceitar pagar pelo serviço, pois se acostumaram com o oferecido usualmente pelos lojistas.

Percepções capturadas nas entrevistas em profundidade
Seria perfeito. (...) Talvez tivesse vários postos. Vários quiosques. Um na feirinha, outro em outro lugar. Pagaria um preço e diária: 'olha quero tal hora pegar essa mercadoria lá na feirinha. Ai alguém deixaria lá'."Vinicius
"Seria legal, bacana. Vejo pela rodoviária, uma vez fui para São Paulo por um leilão e deixei as minhas coisas todas na rodoviária. Achei aquilo o máximo. (...) Se fosse uma mala de rodinha já não daria certo então para funcionar esse Guarda Volumes ali teria que ser uma coisa grande." Aline
"Acho que iria ser bom, pelo menos não iria andar com as sacolas. (...) Um salão com um monte de lacres, cartão magnético, mas tem que ser alguma coisa bem segura, porque imagina deixar suas compras em um lugar, voltar aí não achar mais? Agora não sei se as lojas, cada uma tivesse um guarda-volumes dentro de cada loja, tivesse um espaço reservado pra isso, mas se não for, tivesse que ter um lugar só para as pessoas guardarem as sacolas não consigo imaginar, porque hoje em dia nem estacionamento é um lugar seguro, imagina um lugar para

Matéria DOCREC 1007/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 1213/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516.

autuado por Diego Marinetto em 08/11/2021 14:10:07.

Maria Cristina P. B. Abreu
Assessoria Técnica
RF 811.440.7
SDTE/AJ

fl. 336

guardar sacola. (...) Acho que pagaria por este serviço. (...) Poderia ter restaurante, lanchonete, banheiro." Rose

Fonte: Urban Systems, Novembro, 2010

Serviço de Carregamento de Compras:

O serviço é bem avaliado qualitativamente, considerado útil, mas passa por sentimento de desconfiança. Os entrevistados disseram sobre a divulgação do serviço e deve ter carregadores uniformizados, para passar credibilidade, diferenciando-se de carregadores informais, já existentes. É importante considerar que os lojistas também oferecem esse tipo de serviço, como cortesia.

Percepções capturadas nas entrevistas em profundidade
Isso seria legal, só que daí teria que partir bastante para a questão de segurança, tem que confiar que a pessoa vai levar para você mas seria interessante um lugar em vez de ser um guarda volumes, pessoas para levar até o ônibus, você leva até lá e eles levam até lá no ônibus, seria bom isso, melhor que um guarda volume. (...) Então ter alguma coisa de caso perder você ter como sendo reembolsado, para você não sair perdendo, no ônibus tem isso, eles colocam uma etiqueta e você recebe outra depois confere para ver se fecha."Glaucia
"Seria interessante, mas teriam que ser muito sério com carregadores uniformizados, para se ter segurança no serviço e não correr nenhum risco de furto." Doris
"Acho até bacana quando se tem uma empresa que presta esse tipo de serviço. Na rua, ambulantes, essas coisas assim, aí não, aí eu já não teria confiança. Eu mesma não pegaria, mas se tem uma empresa, especializada nesse trabalho, no serviço. Acho que não tem problema, até porque a empresa tem que se responsabilizar." Sandra
"Eu não gosto. (...) Sinto incomodado, parece que quer andar mais rápido. Não tenho esse hábito, talvez alguns se sintam melhor, particularmente não gosto. (...) Acho que isso aí teria

Matéria DOCREC 1007/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 1213/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516.

Fls. n. _____ do Proc.
autuado por Diego Marinetto em 08/11/2021 14:10:07.
2013 - 0.363.235 - 3 fls. 201

Maria Cristina P. B. Abreu
Assessora Técnica
RF 817.940.7
SDTS/AJ

que ser uma coisa de muita confiança, tem que ser lá da loja. É difícil confiar, a gente não conhece a cidade e aí eu teria que ter a referência." Marcelo
"Eu acho perigoso porque tudo isso que eu estou falando para você é baseado em segurança. (...) Se tem alguém me olhando e me sacou na loja e viu o que eu comprei e se é coisa de valor ele vai tomar de mim o que tiver comigo." Carlos

Fonte: Urban Systems, Novembro, 2010

Shopping Popular

Alguns entrevistados afirmaram não ter o hábito de comprarem produtos de camelôs, sendo então o produto estimulado considerado indiferente. Os produtos dos camelôs possuem resistência quanto à compra, principalmente para revenda, pois não apresentam nota fiscal e garantia, em geral são produtos simples e sem sofisticação, de "2ª linha", piratas, com defeito e atendem praticamente ao varejo.

No entanto, há reconhecimento de que camelôs necessitam de locais adequados para o trabalho, com estrutura, pois isso traria melhorias gerais, como no trânsito e "estética" dos locais, mais conforto para os compradores.

Percepções capturadas nas entrevistas em profundidade
Caber? Cabe, mas negócio de camelô eu fico meio... Não discriminando o camelô, quando você fala de camelô não abrange atacado, abrange varejo e de qualquer forma eles têm um jeito de driblar, compra direto da fonte e acaba vendendo mais barato. (...) A garantia, a nota fiscal como que você..."Adailton
"Poderia ser, pois ali na av, Celso Garcia depois da Igreja Universal, o comércio fica mais fraco, eu acredito que se prefeitura fizesse ali seria bom, o problema é o próprio camelô que a prefeitura faz um espaço e ele teima em não ir, mas eu acho que daria certo ali." Doris

Matéria DOCREC 1007/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 1213/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516.

Documento Anexo III do Edital - Estudo de Mercado (053284927) SEI 6010.2021/0002874-8 / pg. 107

autuado por Diego Marinetto em 08/11/2021 14:10:07.
2013 - 0.363.235 - 3 fls. 202

fl. 3987

fl. 338
Maria Cristina P. B. Abreu
Assessora Técnica
RF 817.440.7
SDTE/AJ

"Já tentaram isso e ajudaria. Eu nunca compro em camelôs, compro sempre nas lojas então para quem gosta de camelô seria bem interessante de ir a um lugar que só tivesse camelô. Seria bem legal. (...) Ajudaria porque teria espaço para todo mundo. Acho que deveria ser no Brás, mas ali é muito perto." Elaine
"Seria complicado. (...) Sei lá, é complicado porque camelôs são na rua mesmo. Não paga imposto, não paga nada." Bruno

Fonte: Urban Systems, Novembro, 2010

3.3. Principais Resultados para Lojistas

Entre os dias 15/07/2010 e 15/11/2010 foram realizadas entrevistas em profundidade com 25 Lojistas nas regiões de abrangência do projeto. Nas entrevistas, foram capturadas as percepções qualitativas dos Lojistas com relação aos produtos a serem oferecidos no Projeto CIRCUITO DAS COMPRAS.

Tabela 5: Visão geral das percepções dos entrevistados- Lojistas

Serviço	Visão dos Entrevistados
CIRCUITO DAS COMPRAS	– Sua criação é bem avaliada pelos lojistas das diferentes regiões, que não se consideram concorrentes, uma vez que melhoraria o fluxo e a comodidade dos cliente. – Consideram que os consumidores economizariam tempo e dinheiro com transporte, entretanto consumiria em maior quantidade e em mais regiões no mesmo dia. – Lojistas da 25 de Março acreditam que lojas dessa região seriam as âncoras do circuito, enquanto a região da Santa Ifigênia poderia se beneficiar com o fluxo de consumidores provenientes de outros estados.
Guarda Volumes	– Considerada idéia que poderia propiciar maior conforto ao usuário. Sugestões para estar próximo dos Centros de Apoio ao Turista, do Terminal/Estacionamento de ônibus e das vias principais. – Justificável devido ao grande volume carregado pelos clientes. – Necessidade de contar com dispositivos de segurança eficientes e seguros e ser bem organizado, para passar sensação de segurança e confiança.

Matéria DOCREC 1007/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 1213/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516.

Documento Anexo III do Edital - Estudo de Mercado (053284927) SEI 6010.2021/0002874-8 / pg. 108

autuado por Diego Marinetto em 08/11/2021 14:10:07.

Maria Cristina P. B. Abreu
Assessor Técnica
RF 817.440.7
SDTE/AJ

fl. 339

	– Há uma pratica informal de lojistas guardarem compras de clientes que façam esse pedido, especialmente se forem freqüentadores da loja. – Turistas realizam diversas "viagens" aos Ônibus, que são utilizados para guardar parte das compras. – Seria utilizado principalmente por clientes que não vão de carro para a região. – Região da Santa Ifigênia é a que menos necessita da estrutura, devido ao perfil diferenciado, de compras pequenas e com maior valor agregado.
Transporte de Cargas	– Comparação com o serviço disponibilizado no Mercado Municipal, no CEASA e em rodoviárias. – Serviço bem avaliado no geral, porém com ressalvas. • Lojas já oferecem o serviço como cortesia, entretanto não possuem estrutura para atender todos os clientes. • Duvidas sobre quem arcaria com as despesas do serviço, que passaria a ser pago, o lojista ou o consumidor. • Necessidade de desenvolver confiança no serviço nos compradores. • Preocupação quanto à demanda pelo serviço, que pode se mostrar insuficiente frente aos investimentos e infraestrutura. • Região é procurada por clientes que buscam economia e que podem encarar o serviço como gasto desnecessário • Possibilidade de não adesão de sacoleiros, que possuem logística própria e podem não estar dispostos a pagar pelo serviço. • Lojistas consideram que oferecimento de transporte próprio para clientes que compram mais é um diferencial e demonstra sua valorização pelo comprador. • Preocupação com a segurança da mercadoria, em especial na Santa Ifigênia, onde muitas são de alto valor. • Receio de que se crie uma "máfia" com o serviço. – Preocupação quanto à atribuição de responsabilidades pela mercadoria em caso de furto, perda, entrega em local incorreto ou outros tipos de incidentes. – Sugestão de incluir programas sociais na geração de empregos decorrente da operação do serviço. – Necessidade de funcionários uniformizados. – Alternativa para minimizar a quantidade de carrinhos, que congestionam muitas ruas da região. – Pode propiciar ganho de tempo para os clientes, que poderão circular por mais lojas. – Sugestão de ligação do serviço a guias e agentes de turismo.
Selfstorage	– Bem avaliado por atacadistas e grandes lojistas de varejo – Preocupação quanto à logística do deposito, em especial quanto ao tempo de entrega de mercadorias que necessitam de reposição urgente, com temores de perda de clientes em caso de demora. – Alguns lojistas já utilizam desse recurso, com depósitos que ficam em imóveis próximos, em outros bairros da cidade ou mesmo na RMSP. – Preocupação quanto a eventuais trocas ou misturas de mercadorias de diferentes proprietários. – Sugestão de restringir serviço aos lojistas que podem fornecer notas fiscais. – Alto giro de mercadorias traz a preocupação de se movimentar produtos de um depósito central de forma ágil e rápida.

Matéria DOCREC 1007/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 1213/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516.

autuado por Diego Marinetto em 08/11/2021 14:10:07.

Maria Cristina P. R. Abr...
Assessoria Técnica
RF 811.440.7
SDTE/AJ

fl. 340

	– Interessante para os grandes compradores, que compram grandes quantidades em diversos locais. – Receio de geração de custo decorrente do transporte de mercadorias entre o deposito e a loja. – Região da Santa Ifigênia possui necessidades diferenciadas. • Maioria das lojas possui pequenos estoques, que podem não demandar mais espaço em estoques maiores. • Temor de se tornar um local visado e alvo de assaltos, devido ao valor das mercadorias. • Interesse na existência de bolsão para motoboys, recurso largamente utilizado pelos lojistas da região.
Terminal de ônibus fretado e veículos circulares	– A criação de um terminal de fretados integrado ao CIRCUITO DAS COMPRAS para atrair mais turistas de outras cidades foi associada espontaneamente a idéia de disponibilizar estrutura com banheiros públicos, área de alimentação, guarda volumes, baias e áreas de descanso para motoristas. – A integração das regiões pertencentes ao CIRCUITO DAS COMPRAS, feita por veículos circulares, foi muito bem recebida pelos lojistas. • Sugestão de divulgação e disponibilização do serviço pela internet. • Preocupação com os impactos no transito gerados pelo serviço.
Estacionamento de ônibus fretados e vans	– Grande volume de turistas de fretados na região central da cidade cria demanda para mais estacionamento de ônibus. • Estacionamento da Feira da Madrugada poderia comportar mais veículos, grande área é ocupada por barracas. – Áreas disponíveis na região são usualmente convertidas em áreas de vendas e não de estacionamento, gerando maior demanda, enquanto a oferta cresce de forma lenta. – Sugestão de implantação do serviço em áreas não centrais, cobiçadas por lojistas, e criação de transporte interligando as regiões. – Proposta de serviço é bem avaliada, entretanto as áreas do Pari e do Brás são apontadas como melhor opção de localização, uma vez que áreas na Sé são consideradas escassas e caríssimas. • Área do Brás ainda se destaca pela grande quantidade de turistas de compras que iniciam suas compras pela região. – Região da Santa Ifigênia é apontada como destino de menor quantidade de turistas que chegam de ônibus fretado, entretanto o serviço é considera interessante pelos comerciantes da área.
Estacionamento para veículos de passeio	– A região central como um todo sofre com a baixa oferta de estacionamentos para veículos de passeio. • Relatos de problemas com edifícios garagens e elevadores, como ausência de energia e super lotação. • Os estacionamentos existentes são considerados caros e mal localizados. – Mesmo fazendo reclamações, lojistas encontram dificuldades para indicar áreas disponíveis para implantação do serviço. • Terrenos são caros e área é extremamente adensada. • Locais sugeridos: terreno do Ed. São Vito/Av. do Estado, Proximidades da Estação da Luz. • Vias consideradas inviáveis: R. José Paulino e R. 25 de Março por

Matéria DOCREC 1007/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 1213/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516.

autuado por Diego Marinetto em 08/11/2021 14:10:07.

PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE SÃO PAULO

Secretaria Municipal do Desenvolvimento Trabalho e Empreendedorismo – SDTE

Edital de Concorrência Pública nº 01-B/SDTE/2014

Processo nº 2013-0.363.235-3

Maria Cristina R. B. A...
Assessor Técnica
RF 5.0440.7
SDTE

	serem disputadas para lojas. – Como exceção, a região da Santa Ifigênia comporta o número de carros durante os dias uteis, apresentando problemas aos sábados, quando a demanda é maior.
Rua de pedestres (Tráfego calmo)	– Em geral é visto pelos lojistas como algo com potencial para gerar mais problemas do que benefícios. Temores de se tornar atração para mais camelôs, dificultar o acesso de caminhões para o reabastecimento das lojas e um desestimulo a clientes que utilizem carros. – Na região da Santa Ifigênia os lojistas consideram que seja inviável restringir a rua que dá nome à região apenas a pedestres. • Impossibilitaria um hábito comum dos consumidores da região, de levar imediatamente para o carro as mercadorias compradas. • Sugerem um alargamento das calçadas já existentes como forma de melhorar o fluxo de pedestres. – Lojistas da região do Brás demonstraram preocupação quanto a Rua de pedestres seja facilitadora para a presença de mais camelôs irregulares e dificulte a chegada de clientes que utilizam carros. Entretanto consideram que possa haver melhora na circulação de consumidores como um todo. • Vagas de estacionamento já são escassas na região. • Os locais sugeridos pelos lojistas para a criação da Rua de pedestres foram ruas com movimento mais ameno comparado com as demais ruas do bairro, sendo elas: R. Saião Lobato, R Henrique Dias, R. Júlio Ribeiro, R. Ministro Firmino Whitaker. – A região da Sé já há restrições de automóveis durante o fim do ano, de outubro a dezembro, ação considerada necessária devido ao grande movimento pontual gerado na época. Lojistas crêem que os próprios clientes preferem não ir de carro à região. Entretanto há receio quanto à dificuldade de abastecimento das lojas e temor de atrair mais camelôs. • Os veículos de carga pequenos são vitais para o suprimento de mercadoria para as lojas, restringir sua circulação traria dificuldades de abastecimento. • Relatos de tentativa mal sucedida no passado de implantar calçadas mais largas no local. – Lojistas da região do Bom retiro consideram que traria maior comodidade para alguns clientes, entretanto acreditam que haveria mais pontos negativos: • Preocupação quanto ao estacionamento de carros, uma vez que atualmente clientes já encontram dificuldades para pararem seus carros. • Acreditam que parte das pessoas que observam as vitrines enquanto passam de carro pela região sejam atraídas como clientes. • Temem, além do aumento do número de camelôs, o surgimento de "trombadinhas" e ocorrências de roubos e furtos.
Mercado Popular de Compras	– Em geral os lojistas crêem que tal empreendimento não atrairia mais compradores para suas lojas, mas que seria útil para aqueles que ainda se encontram na informalidade. Sugerem como localização a área do São Vito. – Lojistas do Bom Retiro acreditam não ser compatível com o padrão atual da região, de lojas mais sofisticadas em comparação ao Brás. Relatos de que há tentativas de camelôs em melhorar sua estrutura, alugando boxes em pontos comerciais. – Na região da Santa Ifigênia há receio em atrair mais contrabandos e produtos roubados, entretanto já existem empreendimentos de perfil parecido, como

Matéria DOCREC 1007/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 1213/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516.

autuado por Diego Marinetto em 08/11/2021 14:10:07.

Maria Cristina B B. Abreu
Assessora Técnica
RF 817.140.7
SDTE/AJ

	galerias e pequenas lojas. – Na região do Brás a Feirinha da Madrugada e pequenas galerias com boxes ao redor da Av. Rangel Pestana como estruturas semelhantes à proposta. • A Feirinha da Madrugada se desenvolveu de forma não planejada, em local que inicialmente só ficariam ônibus, possui clientela própria e exclusiva e é vista como uma concorrência desleal pelos lojistas, devido à percepção de venda de produtos roubados e clandestinos. • Lojistas se preocupam quanto ao impacto de mais uma estrutura para camelôs. – Lojistas da Sé consideram que o Shopping 25 de março possui o mesmo perfil de empreendimento, e acreditam que um novo mercado popular não atrairia mais compradores para suas lojas, mas avaliam bem a idéia, pois consideram que melhoraria a região. • Consideram que o fluxo de pedestre seria melhorado, com a liberação das calçadas. • Propiciaria oportunidade para quem trabalha na informalidade, fornecendo um endereço e obtendo registro junto à Prefeitura, tornando a concorrência mais "leal". • Melhoraria o visual das ruas.
Shopping de Varejo e de Atacado	– Região do Brás: • Já existem shopping centers e outras estruturas na região que se dedicam ao comercio atacadista. • Lojistas acreditam que esta demanda já esta suprida. o Exemplos são o Mega Pólo, o Fashion Brás e outros modelos de shopping presentes na região. • Apesar de a região ter fortes vendas de varejo, não possui grande movimento nos fins de semana, que usualmente são dias mais movimentados em shoppings de varejo, evidenciando necessidade de criar atrativos para a região. o Há relato de projeto para varejo próximo ao Viaduto do Gasômetro, parado atualmente. – Região da Sé: • Lojistas consideram a 25 de Março como um shopping "a céu aberto". • Opinam que varejo seria interessante se fosse como em outros shoppings da cidade, e não com lojas do padrão da 25 de Março. • Dizem que há vendas para atacado pela internet. – Região da Santa Ifigênia: • Assim como a 25 de Março, já é considerada com um shopping e há duvidas na maioria dos lojistas sobre interesse em ocupação de um Shopping de Varejo e de Atacado. A proximidade com o Shopping Light aparentemente reduz demanda por shopping de varejo comum. • Tentativa de implantação de um shopping no local da antiga Rodoviária São Paulo não deu certo. • Indicam como localização possível a R. dos Gusmões com a R. Vitória. – Região do Bom Retiro: • R. José Paulino também é considerada um shopping "a céu aberto" • Lojistas consideram que a implantação de um shopping de atacado poderia concorrer com lojas das ruas, entretanto é possível um

Matéria DOCREC 1007/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 1213/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516.

do Proc.
autuado por Diego Marinetto em 08/11/2021 14:10:07.
2013 - 0.363.235 - 3 fls. 207

fl. 3.992

fl. 343

Maria Cristina P. B. Abr.
Assessora Técnica
RF 817.440.7
SDTE/AJ

	movimento semelhante ao ocorrido no Brás, onde lojas possuem unidades dentro do Mega Pólo e também nas ruas. Além disso, acreditam que atrairia mais clientes e propiciaria uma melhor estrutura à região.
Hotel	– Presença de atrativos culturais, como museus e teatros, além de restaurantes e casas noturnas na região central pode auxiliar na atratividade e retenção de turistas da região. – A opinião consensual entre os lojistas é que há demanda para hotéis de categoria econômica. • O número de diárias por turista tende a ser baixo, de 1 a 2 dias. • Não são citados outros serviços além de café da manhã. • Sugestão de Day use, para banhos. – Na região do Bom Retiro os hotéis apontados como referência foram o Luz Plaza e o New World. • Lojistas sugeriram um padrão inferior a estes citados, com diária de até R$ 120. – Na região da Sé foi apontado demanda para hotéis 3 estrelas. • São dados como referência os hotéis Ibis e Formula 1. – A região da Santa Ifigênia é apontada carente de espaço para implantação de hotéis e com problemas de segurança, pois usuários de crack afastam usuários. • O hotel São Paulo Inn é apontado como referência por hospedar turistas de compras. – Na região do Brás foi apontado demanda para hotéis com padrões semelhantes aos já oferecidos na região, como no Hotel Family e Hotel Mega Pólo Moda. • Os preços de diárias praticados por esses estabelecimentos variam de R$ 60 a R$ 70 para os quartos simples até R$ 120 para os duplos. • Foram citados como serviços desejáveis apoio de carga para depósito de compras, serviço receptivo e café da manha.
Centro de Apoio ao Turista	– Questionamento quanto à responsabilidade pela construção e manutenção do espaço, se ficaria a cargo do poder público ou da iniciativa privada. – Sugestão de aproveitamento de estrutura já existente para a implantação do serviço. – Existência de pontos culturais como a Pinacoteca, Museu da Língua Portuguesa e Teatro e Centro de Dança podem gerar maior demanda e auxiliar na consolidação dos Centros de Apoio. – Sugestão de divulgação de bares e restaurantes da região. – Indicação de locais para implantação por região. • Brás: R. Ribeiro de Lima, Av. Rangel Pestana, Av. Celso Garcia, local da Feira da Madrugada – a R. Oriente, a pesar de ser uma das mais movimentadas, é considerada muito cara. • Bom Retiro: R. Lubavitch e R. da Graça. • Sé: próximo a R. 25 de Março.
Escritórios	– A dificuldade de acesso às regiões do CIRCUITO DAS COMPRAS reduz o interesse de outros públicos que não os ligados ao comércio local. – Todas as regiões são consideradas de prioridade comercial. – No Bom Retiro há pequenos prédios de escritório, ocupados por empresas que prestam serviços aos lojistas. • Escritórios ficam dentro das próprias lojas ou das fábricas.

Matéria DOCREC 1007/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 1213/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516.

autuado por Diego Marinetto em 08/11/2021 14:10:07.
do Proc. 2013-0.363.235-3
fls. 208
fl. 3.993

Maria Cristina P. B. Abreu
Assessor Técnica
RF 817.440.7
SDTE/AJ

	– A região da Santa Ifigênia pode sofrer um pouco de rejeição devido ao maior estado de degradação, entretanto existem prédios na região. • Há salas ocupadas por lojas ligadas ao comércio de eletrônicos. • Mais escritórios podem vir a ser ocupados por showrooms de indústrias de eletrônicos/informática. – A Sé foi apontada como tendo potencial para receber escritórios de representação comercial, ligados às lojas ou das próprias lojas. • Oportunidade para utilizar as áreas, hoje ocupadas por escritórios, como área de venda, especialmente na R. 25 de Março. – No Brás foi apontado potencial para escritórios para estilistas, contadores e outros prestadores de serviço, além de para servir de showroom. • Lojistas dizem ter poucas opções de escritórios modernos, todos ocupados. • Presença de vários prédios antigos, sem estrutura. • Indicação de demanda para salas de aproximadamente 50 m^2, com estacionamento.
Serviços Públicos	– Sob estimulo, lojistas consideram interessante agregar serviços públicos ao Terminal/Estacionamento, entretanto não julgam essencial. – Serviços como o Poupatempo atenderiam principalmente funcionários do Brás e do Bom Retiro. – Se houvesse cursos de capacitação do SEBRAE, atenderiam especialmente as regiões da Sé e da Santa Ifigênia. – No Brás foi citada a necessidade de agências dos Correios. – Na Sé foi sugerida a presença do SENAC e SESI, além de posto da Policia Militar.
Sistema de Menor Impacto no Fluxo de Pedestres	– Proposta que causou maior preocupação nos lojistas de todas as regiões, que acreditam que a redução da circulação de pequenos veículos de carga afetaria o sistema de reabastecimento de mercadoria das lojas. Segundo eles os veículos, que realizam a maior parte das descargas durante a noite ou de manhã não interferem negativamente no trânsito, ao contrário de ambulantes, que consideram afetar negativamente o fluxo. – Acreditam que caso houvesse restrição, haveria congestionamento de veículos de carga nos horários determinados. – Consideram interessante a criação de bolsões para descarga em ruas menos movimentadas. – Na Sé, Santa Ifigênia e Brás haveria necessidade de contratação de seguranças extras caso as descargas fossem restritas a serem realizadas fora do horário comercial, devido à proximidade com áreas degradadas, como a Cracolândia, e regiões pouco habitadas. Geraria um custo que encareceria produto final. – Alguns consideram a possibilidade de restrição de horários ou dias da semana como um "mal necessário" para propiciar conforto aos consumidores.

Fonte: Urban Systems, 2010. Análise Accenture

Matéria DOCREC 1007/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 1213/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516.

autuado por Diego Marinetto em 08/11/2021 14:10:07.
2013 - 0.363.235 - fls. 209

fl. 3994

fl. 345

Maria Cristina P. B. Abreu
Assessor Técnica
RF 817.446.7
SDTE/AJ

3.3.1. Pontos Positivos Destacados

Segundo as percepções capturadas nas entrevistas em profundidade, as regiões concentram grande quantidade de lojas, que oferecem uma enorme variedade de produtos. Há opções de mercadorias para diferentes públicos e com qualidades variadas, entretanto o preço sempre é considerado baixo, quando comparado ao de lojas de outras regiões que vendem produtos semelhantes ou idênticos.

A localização da região também é destacada, por estar situada no centro da cidade e possuir disponibilidade de transporte público, o acesso à mesma é considerado fácil. Além disso, a proximidade entre as regiões e a diversidade de oferta tornam as compras práticas e rápidas.

Outro fator de destaque é a disponibilidade de produtos atualizados e de novidades, inclusive com lojas de vestuário e acessórios sendo consideradas como lançadora de modas e tendências.

Percepções capturadas nas entrevistas em profundidade
"A concentração de lojas, o cliente quer o máximo de mercadorias, no menor período possível. Então a praticidade do bairro. Em vez de pegar certa mercadoria no Bom Retiro, e outra no Itaim, outra em Jundiaí ele quer em um ou dois dias fazer tudo e voltar pra sua cidade pra poder vender a mercadoria. E a qualidade da mercadoria que vem crescendo, diversidade de mercadoria, a qualidade do Bom Retiro hoje está bem superior a muitos bairros." Paulo
"As pessoas vêm no Brás para comprar principalmente roupas em conta, para aproveitar esta oferta gigantesca de 5.000 lojas que temos aqui para vender confecção, então a parte positiva do Brás é ser um pólo comercial. É uma localização central em relação a São Paulo, o sistema de transporte apesar de não ser o melhor, ele existe, você tem Metrô, ônibus, trem, táxis, estacionamentos mais do que em outras regiões da cidade. (...) Está do lado, tudo muito rápido, tudo muito pratico, este seria um ponto bastante positivo." Darlan

Fonte: Urban Systems, Novembro, 2010

Matéria DOCREC 1007/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 1213/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516.

Documento Anexo III do Edital - Estudo de Mercado (053284927) SEI 6010.2021/0002874-8 / pg. 115

autuado por Diego Marinetto em 08/11/2021 14:10:07.

Maria Cristina P. B. Abreu
Assessor Técnica
RF 817.440.7
SDTE/AJ

3.3.2. Pontos Negativos Destacados

Entre os pontos negativos situados nas entrevistas em profundidades com os Lojistas, destacam-se problemas de infraestrutura. Houve reclamações quanto ao estado de conservação das calçadas, falta de sinalização viária, pouca iluminação artificial, quantidade de banheiros públicos insuficiente, limpeza nas ruas e calçadas e ocorrência de alagamentos.

Também houve queixas quanto à carência de locais para estacionar na região, tanto para carros quanto para ônibus, assim como a falta de terminal para ônibus de turismo. Esse último, juntamente com centros de apoio aos clientes, propiciariam maior suporte aos consumidores vindos de outras cidades.

A grande movimentação de veículos e pessoas de forma desorganizada, que geram trânsito e filas nas lojas, foram outros pontos negativos apontados. Contribuem para essa situação a presença de camelôs e ambulantes, existentes em grande quantidade na opinião dos lojistas, que ocupam ruas e calçadas, dificultando o fluxo de pedestres e automóveis.

Símbolo deste comércio irregular, a Feirinha da Madrugada também foi mencionada. O excesso de camelôs, juntamente com o comércio ilegal e a venda de produtos roubados ou piratas trazem sensação de insegurança, acentuada pela existência de muitos moradores de rua e usuários de entorpecentes, assim como a quantidade de imóveis deteriorados.

Outros pontos captados na pesquisa foram a falta de opções para alimentação e pouca divulgação da região.

Percepções capturadas nas entrevistas em profundidade
"A Feira da Madrugada que é super negativo, atrai um potencial de comércio informal, ilegal, criminalidade muito grande. Focado na parte urbanística, calçadas muito esburacadas, as ruas, pavimentação muito precária. Uma coisa também super negativa é a parte elétrica, toda parte de infraestrutura de energia aqui do bairro está super sucateado, excesso de postes, e

Matéria DOCREC 1007/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 1213/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516.

do Proc
autuado por Diego Marinetto em 08/11/2021 14:10:07.
2013 - 0.363235 - 3 fls. 211

Maria Cristina P. B. Abreu
Assessora Técnica
RF 817.449.7
SDTE/AJ

tornam realmente o caminhar do pedestre difícil. Sinalização, o Brás demandaria até pela sua dimensão uma sinalização para que os pedestres, os visitantes pudessem localizar as ruas com mais facilidade." Jean
"O Brás leva mais gente lá através de marketing, estacionamento de ônibus. Isso é um ponto negativo do Bom Retiro. (...) Em matéria de propaganda, e também de ponto de apoio para o cliente está fraco." Paulo
"Falta de estacionamento, falta de uma política urbana, também. Comercialização de produtos falsificados, pirataria. E até mesmo produtos roubados." Marcelo
"Falta terminal para encostar ônibus e estacionamento, não tem estacionamento e é muito caro." Sérgio

Fonte: Urban Systems, Novembro, 2010

3.3.3. O que falta na região

Segundo as percepções capturadas nas entrevistas em profundidade, os lojistas entrevistados fizeram as seguintes menções:

– Falta estrutura de forma geral:

- Reformas de calçamentos e arruamentos.
- Mais policiamento.
- Melhor higiene e limpeza.

– Falta de estrutura para receber compradores, locais e turistas:

- Estacionamentos, para ônibus e para automóveis.
- Centro de apoio aos compradores.
- Opções de restaurantes e lanchonetes.
- Informações e sinalização.

Matéria DOCREC 1007/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 1213/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516.

autuado por Diego Marinetto em 08/11/2021 14:10:07.

fl. 345
Maria Cristina P.B. Abreu
Assessora Técnica
RF 817.440.7
SDTE/AJ

– Suporte para receber motoristas de ônibus de turismo?

- Acomodações, banheiros e refeitórios.

– Apoio governamental:

- Alguns lojistas consideram que são vistos como contrabandistas.
- Falta de políticas públicas para moradores de rua e viciados.
- Impressão de descaso da polícia quanto à presença de traficantes de drogas.

Percepções capturadas nas entrevistas em profundidade
"Não tem lugar para estacionar ônibus. (...) Mesmo lugares para comer é um pouco mais difícil." Fátima
"Espaços para receber melhor. Acho que a gente precisa receber melhor esse turista de compras, esse lojista, esse revendedor que vêm do Brasil e precisa ser melhor recebido aqui em São Paulo, aqui no Brás. Então acho que a gente peca um pouco nisso, de não estar recebendo tão bem quanto deveria. Os espaços de ônibus tinham que ser melhores, melhor trabalhados porque muitos desses vêm de ônibus, então acho que peca um pouco no local, na estrutura para eles." Wisan

Fonte: Urban Systems, Novembro, 2010

3.3.4. Serviços oferecidos

De acordo com as pesquisas em profundidade realizada com os lojistas, os serviços oferecidos são os seguintes:

- Entrega de mercadoria: todas as regiões (Bom Retiro, Brás, Santa Ifigênia e Sé) oferecem esse serviço como cortesia, disponibilizando carregadores que levam as compras até o carro, metrô ou hotel do cliente. Algumas lojas até mesmo oferecem

Matéria DOCREC 1007/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 1213/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516.

autuado por Diego Marinetto em 08/11/2021 14:10:07.

entrega em domicílios, via motoboy, gratuitamente para endereços na capital (na região da Santa Ifigênia) ou com desconto por oferecerem convênio (na região da Sé). Esses serviços são válidos para compras no varejo, clientes que compram em maior quantidade geralmente já possuem acordo com transportadoras.

- Estacionamento: apenas algumas poucas lojas do Brás oferecem algum tipo de convênio com estacionamentos e para usufruir do benefício há um consumo mínimo a ser realizado na loja. Nas demais regiões nenhum dos lojistas entrevistados disponibilizava o serviço.
- Guarda volumes: em geral é oferecido em lojas do Bom Retiro e da Sé para armazenar compras realizadas no próprio estabelecimento, serviço que é pouco usual na Santa Ifigênia, onde, quando ocorre, é considerado uma gentileza. Já na região do Brás, lojas utilizam o serviço como propaganda, armazenando compras, mesmo que de outros estabelecimentos, para atrair clientes.
- Banheiro: lojas de todas as regiões disponibilizam sanitários.

Percepções capturadas nas entrevistas em profundidade
"Normalmente o cliente que pede: 'entrega lá no ônibus para mim', 'entrega no carro' a gente faz a entrega sim. A maior parte das lojas fazem isso. (...) Os carregadores normalmente são das lojas, são funcionários das lojas. (...) São poucos os lojistas que conseguem realmente oferecer (estacionamento) até por uma falta de espaço físico. (...) No nosso caso a gente não tem espaço físico e condição para oferecer (tantas coisas), mas eu acho muito importante. Água sim, a gente oferece." Jean

Fonte: Urban Systems, Novembro, 2010

3.3.5. Segurança

Segundo capturado nas entrevistas em profundidade, os lojistas de todas as regiões perceberam uma melhora na segurança durante o ano de 2009, com aumento do efetivo policial,

Matéria DOCREC 1007/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 1213/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516.

Fls. n.º
autuado por Diego Marinetto em 08/11/2021 14:10:07.
do Proc.
fls. 214
2013-0.363.235-3

fl. 3.999

Maria Cristina P. B. Abreu
Assessor Técnica
RF 817.440.7
SDTE/AJ

entretanto boa parte acredita que se trate de algo passageiro e que ocorra por se tratar de ano eleitoral. Contratação de segurança particular é comum em lojas das regiões do Bom Retiro e da Santa Ifigênia.

Apesar disto, lojistas da região do Brás se dizem inseguros e relatam casos de arrombamento de carros para furto de mercadorias, roubo de cargas e assaltos, que ocorrem principalmente durante a madrugada. Segundo eles parte dos casos estão ligados ao comércio irregular da Feirinha da Madrugada, a presença de traficantes e de viciados em drogas além das disputas de territórios entre brasileiros e bolivianos.

Com exceção desta, todas as demais regiões, Bom Retiro, Sé e Santa Ifigênia são consideradas seguras pelos lojistas, que dizem haver poucas ocorrências de roubos ou furtos.

3.4. Principais Resultados para Motoristas e Guias

Entre os dias 15/07/2010 e 15/11/2010 foram realizadas entrevistas em profundidade com 22 pessoas, entre Motoristas e Guias, nas regiões de abrangência do projeto. Nas entrevistas, foram capturadas as percepções qualitativas do público entrevistado com relação aos produtos a serem oferecidos no projeto CIRCUITO DAS COMPRAS.

Tabela 6: Visão geral das percepções dos entrevistados – Motoristas e Guias

Serviço	Visão dos Entrevistados
Guarda Volumes	– Motoristas e Guias costumam guardar suas compras diretamente em seus ônibus, por esse motivo, parte considera o serviço desnecessário para atender esse público específico. Entretanto vêem como boa opção para atender os Turistas de Compras. – Enfatizam a necessidade de segurança no serviço que propicie confiança aos usuários.
Transporte de Cargas	– Consideram o serviço interessante, uma vez que, mesmo com diversas lojas oferecendo o serviço como cortesia, alguns compradores ainda levam as próprias mercadorias de taxi ou a pé até os ônibus. – Sugerem que o serviço ofereça a opção de entrega na cidade de origem do Turista

Matéria DOCREC 1007/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 1213/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516.

autuado por Diego Marinetto em 08/11/2021 14:10:07.

fl. 4000

Maria Cristina P. B. Abreu
Assessora Técnica
RF 811.440.7
SDTE/AJ

	de Compras. – Deveria ser um serviço confiável, hoje, os guias são responsáveis pelas mercadorias guardadas e devem reembolsar o cliente em caso de sumiço das mesmas.
Estacionamento de ônibus fretados e vans	– Serviço bem avaliado por todos os entrevistados, que gostariam que o serviço fosse disponibilizado 24 horas por dia. Também consideram que seria interessante uma localidade próxima aos locais de compra, apesar de reconhecerem a escassez de áreas disponíveis nas regiões. – Funcionamento poderia ser semelhante a um bolsão, como o já existente na Feirinha da Madrugada. – Sugerem um preço entre R$ 30 e R$ 80. – Estrutura necessária: • Alojamento; • Banheiros; • Posto médico; • Área de alimentação; • Sala de TV; • Serviço de informações para Motoristas e Guias; • Lava-rápido; • Oficina mecânica.
Rua de pedestres (Tráfego calmo)	– Acreditam que serviço daria mais segurança aos compradores e relatam já ter ocorrido atropelamento de cliente. Também lembram que algumas ruas já são fechadas em épocas de muita movimentação. – Entretanto apresentam certo receio quanto a possíveis dificuldades em transitar com os ônibus no entorno da rua de pedestres e sugerem a possibilidade de determinar horários nos quais a circulação de veículos seria restrita. – Sugerem as ruas Monsenhor de Andrade e Oriente para a implantação.
Shopping Popular de Compras	– Serviço é muito bem visto devido aos potenciais benefícios que poderá gerar. Além de propiciar melhor estrutura para os camelôs exercerem suas atividades, facilitará as compras dos consumidores, que terão a disposição diversas opções em um mesmo local. Ainda facilitaria o fluxo de veículos nas ruas, que não seriam mais ocupadas por camelôs. – Consideram que o grande número de camelôs possa dificultar o agrupamento de todos em um só lugar.
Hotel	– Mesmo com a existência de vários hotéis na região central da cidade, acreditam que há demanda para o serviço, desde que ofereça relativo conforto a um preço acessível. – Fornecem como referência o hotel do Mega Pólo Moda.
Centro de Apoio ao Turista	– Todos os entrevistados avaliam bem a possibilidade de implantação do serviço. – Atualmente alguns turistas recorrem à ajuda de motoristas para se localizar. – Deve disponibilizar informações como localização de hotéis, lojas por tipo de mercadoria comercializada, guias para acompanhar grupos, locais turísticos de lazer e mapas.
Escritórios	– Parte dos entrevistados acredita que a vocação principal da região seja comercial e que os escritórios existentes na região, geralmente, são pertencentes aos lojistas e estão ligadas a atividades comerciais.

Matéria DOCREC 1007/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 1213/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516.

autuado por Diego Marinetto em 08/11/2021 14:10:01
2013 - 0.363.235-3
2013 - 0.363.235-3 fls. 216

fl. 4001

Maria Cristina P. B. Abreu
Assessoria Técnica
RF 817.440.7
SDTE/AJ

	– No entanto acreditam que seria de utilidade se contassem com serviços de despachantes, corretores de seguros, contadores entre outros que auxiliem os lojistas.
Avaliação Geral	– Conforto: • Para os Motoristas e Guias, conforto está associado à sensação de segurança, um bom local para descansar e dormir e opções de alimentação. • Atualmente sentem falta de um alojamento ou local para descanso, que ofereça alguma opção de lazer, banheiro de qualidade aceitável com local para banho, limpeza e área para alimentação. – Praticidade: • Maior reclamação diz respeito ao transito da região. – Praticidade x Conforto: • Consideram que praticidade e conforto estão ligados e são diretamente proporcionais. Para eles, um ponto de apoio para Motoristas, Guias e passageiros e boas opções de hotéis trariam melhorias em ambos os aspectos.

Fonte: Urban Systems, 2010. Análise Accenture

3.4.1. Fluxo de viagem

De acordo com as percepções capturadas nas entrevistas em profundidade, muitos dos motoristas e guias viajam até São Paulo mais de uma vez por semana, sendo que em alguns casos, quando a cidade de origem se localiza em uma região próxima, fazem o trajeto diariamente. Também existem algumas empresas que organizam viagens todos os dias úteis, realizando um revezamento entre os motoristas.

Na chegada a cidade, a maioria dos ônibus se dirige imediatamente para seu local de parada. Houve relatos de que em algumas exceções quanto à parada, como por exemplo, quando transportam passageiros para a Feirinha da Madrugada mas estacionam em outro local. Nesse caso, desembarcam os turistas e em seguida, rumam para o estacionamento.

Também houve relatos de pessoas deixadas no Ed. São Vito e na Estação Armênia do Metrô, entretanto os Motoristas não gostam de desembarcar pessoas fora da parada, prática proibida pela legislação e que vem se reduzindo com o tempo.

Matéria DOCREC 1007/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 1213/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516.

autuado por Diego Marinetto em 08/11/2021 14:10:07.

Maria Cristina P.B. Al... fl 353
Assessoria Técnica
RF 817440.7
SDTE/AJ

Percepções capturadas nas entrevistas em profundidade
"Eu chego às 5h30, 6h da manhã, aqui no Brás. (...) Venho direto, desembarcam no estacionamento (...) Não vou a outros lugares, Porque o ônibus tem que ficar estacionado em um lugar específico para receber as mercadorias, quem quiser ir vai a pé." Uarley
"Sempre (chego) por volta de duas e meia da manhã. Para poder entrar ali, pegar um lugarzinho bom ali na Feirinha, com um acesso bom para trazer a mercadoria, para os lojistas poderem entregar no ônibus." Valdir
"(retorno) Às 17h do mesmo dia. (...) A gente sai e já vai embora, não ficamos circulando por ai, não." Uarley

Fonte: Urban Systems, Novembro, 2010

3.4.2. Estacionamento

Segundo as entrevistas em profundidade, os estacionamentos mais procurados foram os da Feirinha da Madrugada, o dos Nordestinos e o Gonzagão, todos próximos as áreas de comércio. Os valores de estacionamento na região variam de R$ 40,00 a R$ 140,00, sendo o preço médio de R$ 49,39, conforme constatado nas pesquisas quantitativas.

Quanto ao estacionamento da Feirinha da Madrugada, alguns entrevistados relatam que, quando o mesmo era pago, esses se sentiam bem servidos e tinham à disposição alojamento, banheiro e segurança. Hoje, com o fim da cobrança, os relatos indicam a falta de organização, os processos se tornaram demorados e a disputa por vagas, que se esgotam rapidamente. Segundo relatos, essa desorganização favorece a ocorrência de pequenos acidentes entre os ônibus, causando pequenas batidas e arranhões nos veículos. Alguns motoristas chegam a evitar o local, por achá-lo desordenado, sujo e perigoso, uma vez que há relatos de motoristas que alegam casos de desaparecimento de bagagens.

Matéria DOCREC 1007/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 1213/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516.

autuado por Diego Marinetto em 08/11/2021 14:10:07

fl. 364
Maria Cristina P.B. Abreu
Assessoria Técnica
RF 81.440.7
SDTE/AJ

As maiores reclamações em relação aos estacionamentos oferecidos hoje dizem respeito à falta de organização e segurança, sujeira, instalações precárias e ao fato de poucos estacionamentos oferecerem dormitórios, banheiros e chuveiros. Alguns entrevistados também sentem falta de estacionamentos grátis, uma vez que já estão trazendo consumidores para comprar, consideram que não deveriam pagar para estacionar.

Do ponto de vista dos motoristas e guias, as características importantes para um bom estacionamento são: tranquilidade, cobertura, organização, bom atendimento, proximidade com o local de compra e boas condições de acessibilidade. Outro ponto de destaque é a segurança, cuja sensação atualmente é transmitida apenas pela presença de colegas que se reúnem nos estacionamentos, uma vez que a infraestrutura fornecida pelos mesmos é precária nesse sentido.

Percepções capturadas nas entrevistas em profundidade
"A antigamente aqui na feirinha a gente pagava uma taxa e a gente era bem servido. Deve ter uns quatro meses que não paga mais, mas virou uma bagunça. (...) Antes era bem mais organizado, era ótimo. (...) Serviam a parte de segurança, muito bom. Quando a gente chegava tinha um pessoal que ajudava a gente a entrar, era rápido e agora não, você chega aqui hoje e fica mais de horas para poder entrar dentro da feira, não tem pessoas competentes." Maria Luiza
"No estacionamento deveria ter espaço, segurança, porque quando estou carregando uma mala do cliente o outro pode levar a mercadoria dele, e lanchonete, restaurante, banheiros os quais a gente pudesse usar, e fosse fechado e entrasse só o pessoal da própria excursão, com cartão magnético algum controle assim, e táxi e van para transportar as malas do cliente e seria tipo uma transportadora gerando lucro para a cidade. (...) Poderia ser igual ao postos o quais a gente para, com posto de combustível, um lugar para a gente poder descarregar e lavar os banheiros dos ônibus que é obrigatório, e em São Paulo não tem, e uma oficina com mecânico, uma casa de peças." José

Matéria DOCREC 1007/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 1213/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516.

autuado por Diego Marinetto em 08/11/2021 14:10:07

Maria Cristina P. B. Abreu
Assessora Técnica
RF 817.440.7
SDTE/AJ

Fonte: Urban Systems, Novembro, 2010

3.4.3. Atividades durante a permanência na cidade

Segundo as pesquisas em profundidade, enquanto estão parados esperando o retorno do grupo de turistas, a grande maioria dos motoristas permanece no ônibus para receber, etiquetar e organizar as compras no bagageiro. Além disso, utilizam o tempo para almoçar, tomar banho e dormir.

Segundo capturado nas pesquisas em profundidade com motoristas e guias, na hora de fazer as refeições, praticidade e proximidade possuem maior peso na escolha do local do que a qualidade da comida. Por isso, eles indicam que se alimentam o mais próximo possível da região, mesmo sem possuir um local fixo para tal, ou em outros casos, compram um marmitex para comer no ônibus. Quanto à qualidade da comida, os motoristas divergem, enquanto alguns relatos aprovam, outros acham que faltam higiene e qualidade nas poucas opções disponíveis.

Com relação aos banheiros, os motoristas que se hospedam em hotéis são os que dispõem de melhor estrutura, enquanto aqueles que não se hospedam dependem da disponibilidade de banheiros nos locais em que estacionam, como a Feirinha da Madrugada, que oferece sanitários e chuveiros gratuitamente para este público. Segundo relatos, aqueles que não desejam pagar hotel, mas que procuram um serviço de melhor qualidade do que o oferecido nos estacionamentos, recorrem a estrutura de outros empreendimentos estruturados no local como o Mega Pólo, por exemplo.

Percepções capturadas nas entrevistas em profundidade
"Alguém busca nosso marmitex e por segurança a gente acaba almoçando aqui mesmo, no bagageiro. (...) Eu gasto em média R$ 10 por dia." Maria Luiza

Matéria DOCREC 1007/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 1213/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516.

autuado por Diego Marinetto em 08/11/2021 14:10:07.

Maria Cristina P. B. Abrão fl. 356
Assessora Técnica
RF 811.440.7
SDTE/AJ

> *"Banheiro é nos hotéis ou no estacionamento, só que no estacionamento paga para usar o banheiro, é R$ 3.(...) Não pode tomar banho, só o banheiro mesmo, dentro da feira a gente consegue usar sem pagar, agora fora de lá é tudo pago." José*

Fonte: Urban Systems, Novembro, 2010

3.4.4. Organização das bagagens nos ônibus

Os motoristas e guias são os responsáveis por organizar e identificar as mercadorias nos bagageiros dos ônibus, sendo que em alguns casos, os mesmos vão recebendo as mercadorias ao longo do dia e armazenando-as nos bagageiros dos ônibus, enquanto em outros casos, a mercadoria é embarcada pouco tempo antes do horário de partida.

As cargas geralmente vêm armazenadas em sacolas, fardos ou caixas, e todos os motoristas as identificam, marcando uma senha, o nome do passageiro ou o número de sua poltrona com canetas, etiquetas ou comprovantes de bagagens. Além dessa identificação, a legislação exige também que as mercadorias estejam especificadas na lista de passageiros e que seja fornecido um comprovante para o proprietário da bagagem, entretanto nem todos conseguem cumprir a lei integralmente.

Algumas empresas fornecem um cartão com informações sobre o ônibus, como número do mesmo, nome do motorista e telefone, para que os lojistas possam entregar as mercadorias vendidas diretamente no veículo. Existem ônibus que não possuem limite para bagagens, entretanto, a maioria estipula um máximo, como 3 volumes ou 30 Kg, cobrando taxas para de excesso de mercadorias. Quando os passageiros compram quantidades excessivamente grandes, podem optar por alugar um caminhão ou contratar uma transportadora para entregar suas compras.

Mesmo sendo uma atividade proibida pela legislação, alguns motoristas transportam mercadorias de passageiros de outros ônibus. Isso ocorre quando seu veículo não está cheio e há

Matéria DOCREC 1007/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 1213/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516.

autuado por Diego Marinetto em 08/11/2021 14:10:07.

Maria Cristina R. B. Abreu
Assessoria Técnica
RF 817.440.7
SDTE/AJ

cobrança de uma taxa para levar a carga de outro passageiro. Essa prática acontece mais facilmente quando os motoristas são conhecidos, ou trabalham para a mesma empresa.

Percepções capturadas nas entrevistas em profundidade
"A gente controla. Como a gente sempre fica no carro, marca cada mercadoria do pessoal ao chegar. (...) Com etiqueta, canetões. Toda mercadoria é identificada. (...) Elas vêm de formas variadas, caixas, pacotes. (...) Enquanto os passageiros estão fazendo as compras, a gente está organizando; normalmente a gente marca um horário com pessoal, e a mercadoria está toda pronta." Machado
"Banheiro é nos hotéis ou no estacionamento, só que no estacionamento paga para usar o banheiro, é R$ 3.(...) Não pode tomar banho, só o banheiro mesmo, dentro da feira a gente consegue usar sem pagar, agora fora de lá é tudo pago." José
"Existe, porque as vezes não cabe, quando tem muita mercadoria, ele procura espaço em outros ônibus. Existe essa possibilidade, vem com o nome dele direitinho, ele chega e retira na garagem do ônibus. (...) Quando a pessoa é conhecida a gente carrega, mas se não for conhecido a maioria não.(...) Tem que saber com quem estamos lidando. Agora se for pessoa desconhecida sei lá o que está mandando lá, já fica mais complicado." Tonia

Fonte: Urban Systems, Novembro, 2010

3.4.5. Pernoite

Em alguns casos, quando as empresas fecham hospedagem para todos os passageiros do ônibus, alguns hotéis oferecem como cortesia a hospedagem para o motorista. Quando isso não ocorre e a empresa para a qual o motorista trabalha não paga sua estadia, o mesmo costuma

Matéria DOCREC 1007/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 1213/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516.

autuado por Diego Marinetto em 08/11/2021 14:10:07.

Maria Cristina P. D. Abreu
Assessor Técnica
RF 817.4-0.7
SDTE/AJ

pernoitar em alojamentos, oferecidos por alguns estacionamentos, ou no interior do próprio veículo, em colchão dentro do bagageiro.

Percepções capturadas nas entrevistas em profundidade
"Vem-se com um grupo fechado, às vezes o dono do hotel dá um hotel de cortesia para a gente, mas se tiver três ônibus a gente divide quarto, se não a gente dorme no ônibus mesmo, dentro do estacionamento, 30% das viagens é assim sem cortesia. (...) Geralmente os hotéis para esse pessoal que vem para compras são mais simples, de 2estrelas no máximo 3, agora quando é um turismo de lazer ai sim, são hotéis bons de 4 estrelas." José
"Tem um alojamento aqui em cima. Pagando o estacionamento, vocês têm direito a pernoite neste alojamento."Jonathan

Fonte: Urban Systems, Novembro, 2010

3.4.6. Serviços agregados aos estacionamentos

Na opinião dos motoristas e guias, entre os requisitos para um bom estacionamento está a cobertura. O estacionamento, se possível, deveria ser fechado para facilitar o embarque e desembarque e evitar que o motorista fique exposto a intempéries. Também deveria oferecer alojamento e uma boa quantidade de banheiros, uma vez que em muitos desses estabelecimentos os sanitários ficam distantes e possuem filas, pois divide-se o uso entre todos os públicos.

Além disso, deveria contar com local apropriado para realizar suas refeições, com opções de restaurante, lanchonete e refeitório, que ofereça marmitex. Ainda gostariam que contassem com espaço para lazer, como salas de televisão e de jogos.

Percepções capturadas nas entrevistas em profundidade
"A coisa principal, é a cobertura do lugar onde eu trabalho. A gente trabalha no sol e na chuva.

Matéria DOCREC 1007/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 1213/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516.

Se tiver sol, você está no sol. Se está chovendo, você está na chuva. Eu fico o dia inteiro em bagageiro." Maria Aparecida
"Deveria ter espaço, segurança, lanchonete, restaurante, banheiros. (...) Poderia ser igual ao postos os quais a gente para, com posto de combustível, um lugar para a gente poder descarregar e lavar os banheiros dos ônibus que é obrigatório, e em São Paulo não tem, e uma oficina com mecânico, casa de peças." José

Fonte: Urban Systems, Novembro, 2010

3.4.7. Passageiros

Segundo as percepções das pesquisas em profundidade, parte dos ônibus conta com Guias próprios, que em geral, não costumam acompanhar os clientes nas lojas, mas organizam a viagem, dão indicações e auxiliam os clientes com as compras e acomodações da mercadoria, além de fornecerem um telefone para qualquer dúvida ou problema.

O transporte das mercadorias compradas até o ônibus, em alguns casos, é feita pela própria loja, que oferece o serviço para clientes que já são conhecidos, que gastaram uma quantidade considerável de dinheiro ou que adquiriram um volume muito grande em mercadorias. Quando a loja não oferece a entrega, os próprios consumidores transportam suas compras até o veículo, carregando as compras na mão, contando com a ajuda de um carrinho de mão, pagam pelos serviços de carregamento (carregadores autônomos) ou pagando um táxi para auxiliar no deslocamento.

Segundo os motoristas, as principais reclamações recebidas de seus passageiros dizem respeito ao atendimento recebido e à falta de segurança. Porém, também são citadas críticas quanto à falta de espaço, banheiros e opções de alimentação, tumultos, trânsito e as grandes distâncias a serem percorridas a pé.

Matéria DOCREC 1007/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 1213/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516.

autuado por Diego Marinetto em 08/11/2021 14:10:07.
2013 - 0.363.235 - 3 fls. 224

fl. 4009

fl. 360

Maria Cristina P. R. Abreu
Assessoria Técnica
RF 811.440.7
SDTE/AJ

Percepções capturadas nas entrevistas em profundidade
"Os passageiros são lojistas. (...) A maioria vem sempre, tem uns que vem toda semana, outros que vem a cada 15 dias." Jose Afonso
"Quando a bagagem é grande, quando as pessoas compram bastante, mandam entregar. Agora, os sacoleiros compram pouco. E daí, eles mesmos puxam o carrinho com a mercadoria deles." Maria Aparecida
"A gente ouve muita reclamação. O perigo que tem naquela Avenida do Estado, reclamam muito, ali pelo lado da 25. Reclamam muito de banheiros, por exemplo, lá da Feirinha. Um dia desses não estava pagando e agora voltou a pagar. Os banheiros são mal cuidados. Reclamam da comida e reclama demais. (...) Uns reclamam que a comida não estava boa, outros passam mal e eu preciso dar remédio." Maria Aparecida

Fonte: Urban Systems, Novembro, 2010

4. Pesquisa Quantitativa de Mercado

4.1. Principais Resultados para Compradores

4.1.1. Critérios de Segmentação

Devido à complexidade do universo dos compradores, para a realização das pesquisas quantitativas foi necessária a segmentação das pessoas de acordo com seus respectivos públicos. Entende-se como público de compradores, as pessoas físicas circulantes nas regiões de compras e que indicaram estarem nas regiões com o intuito de realizarem compras, sejam para fins próprios ou de revenda. Para tal público, a pesquisa quantitativa de mercado foi segmentada de acordo com os critérios de:

- Meio de transporte utilizado para chegar às regiões de compras;

Matéria DOCREC 1007/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 1213/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516.

autuado por Diego Marinetto em 08/11/2021 14:10:07.

Maria Cristina P. B. Abreu
Assessora Técnica
RF 811.440.7
SDTE/AJ

- Finalidade das compras.

Dessa forma, temos a seguinte tabela de segmentação:

Tabela 7: Segmentação dos Turistas de Compras

	Utiliza transporte fretado para chegar à região das compras	NÃO utiliza transporte fretado para chegar à região das compras
SEGMENTAÇÃO	TURISTA DE COMPRAS	PÚBLICO GERAL
VAREJISTAS	Compra para si mesmo	Compra para si mesmo
ATACADISTAS	Compra para revenda em loja	Compra para revenda em loja
SACOLEIROS	Compra para revenda em banca, box, ou porta	Compra para revenda em banca, box, ou porta

4.1.2. Resultados das Pesquisas

As apresentações das pesquisas têm por objetivo apresentar os resultados, conclusões e análises dos dados obtidos nas pesquisas e levantamentos realizados, como embasamento para a caracterização do significado da movimentação de pessoas relacionadas com o "CIRCUITO DAS COMPRAS".

Foram elaboradas dois questionários de campo relacionadas com o cliente do CIRCUITO DAS COMPRAS. A primeira planilha – Perfil do Comprador possui questões relacionadas com o seu perfil e seus hábitos de compra, e a segunda, relativa aos turistas de compras, ambas com o objetivo de conhecer:

- Os dias que mais visitam a região

Matéria DOCREC 1007/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 1213/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516.

Fls. n.º _____ do Proc.
autuado por Diego Marinetto em 08/11/2021 14:10:07.
2013 - 0.363.235 - 3 fls. 226

fl. 362
Maria Cristina P. S.
Assessor Técnica
RF 817.440.7
SDTE/AJ

- O período de tempo médio gasto para realizar as compras
- As regiões de destino
- Características socio-econômicas, como sexo, renda, entre outros
- Os locais de origem: de outros estados, de outras cidades do estado e das cidades da Região Metropolitana de São Paulo – RMSP.
- Finalidade da visita à região
- Meio de transporte utilizado para chegar às regiões de compras
- Os tipos de compras: roupas, brinquedos, bijuterias, eletro-eletrônicos, eletrodomésticos e/ou outros.
- Quantos dias permanece em São Paulo para realizar as compras e locais de hospedagem
- Por onde circula nas regiões de compras e o meio de locomoção utilizado
- Valor médio gasto nas compras e quantidade de sacolas de compras
- Valor médio gasto com alimentação
- Quais os serviços e os valores que pagam atualmente pelo uso dos mesmos
- Os níveis de satisfação com os serviços e infraestrutura atuais
- O que acha que falta na região (infraestrutura e serviços)
- Nível de aceitação do modelo proposto
- Níveis de aceitação de preços para os serviços testados
- Etc.

4.1.3. Resultados das Pesquisas - Turistas de Compras e Público Geral

Os resultados da pesquisa quantitativa com os compradores (Público Geral + Turistas de Compras) permitem uma observação segmentada de acordo com os diferentes perfis desses públicos. Como os compradores podem ser em classificações de acordo com a finalidade da ação de compras, observa-se claramente a presença dos grupos de: Varejistas - compram para uso próprio; Sacoleiros - compram para revender em boxes, banca ou porta a porta e Atacadistas-

Matéria DOCREC 1007/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 1213/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516.

Fls. n.º _____ do Proc.
autuado por Diego Marinetto em 08/11/2021 14:10:07
fls. 227
2013 - 0.363.235 - 3
pl. 4012

Maria Cristina P. B. Abreu
Assessoria Técnica
RF 817.140.7
SDTE/AJ

compram para revender em lojas. A partir de então, é possível uma análise e interpretação do perfil de consumo desses grupos.

As proporções de cada segmento dentro do universo dos compradores foram obtidas através das respostas espontâneas dos entrevistados com relação à finalidade da compra e o modo de transporte utilizado.

O resultado quantitativo das pesquisas realizadas com os compradores por região está resumido na tabela a seguir:

Tabela 8: Distribuição das entrevistas quantitativas para Turistas de Compras

		REGIÃO				TOTAL
		25 de Março	Brás	Bom Retiro	Sta Ifigênia	
SEGMENTO	Sacoleiro	50	70	2	6	128
	Atacadistas	48	71	2	6	127
	Varejistas	43	73	2	6	124
	Turistas Geral	32	35	30	29	126
TOTAL		173	249	36	47	505

Fonte: TNS Research, 2010.

Os resultados das questões estão apresentados por local de pesquisa, na forma de gráficos e de listagens com a compilação das informações obtidas.

Matéria DOCREC 1007/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 1213/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516.

Documento Anexo III do Edital - Estudo de Mercado (053284927) SEI 6010.2021/0002874-8 / pg. 133

autuado por Diego Marinetto em 08/11/2021 14:10:07.
2013 - 0.363.235 fls. 328

fl. 4013

fl. 364

Maria Cristina R.B. Abra
Assessor Técnico
RF 817.440.7
SDTE/SP

Finalidade na Região

Com a finalidade de classificar o entrevistado quanto à sua finalidade na região, foram considerados 5 critérios. São eles:

- Fazer compras para si próprio/ famílias / amigos
- Fazer compras para revenda, em uma loja fora de São Paulo
- Fazer compras para revenda, em uma banca/ box/ porta a porta fora de São Paulo
- Fazer compras para revenda, em uma banca/ box/ porta a porta em São Paulo
- Fazer compras para revenda, em uma loja em São Paulo

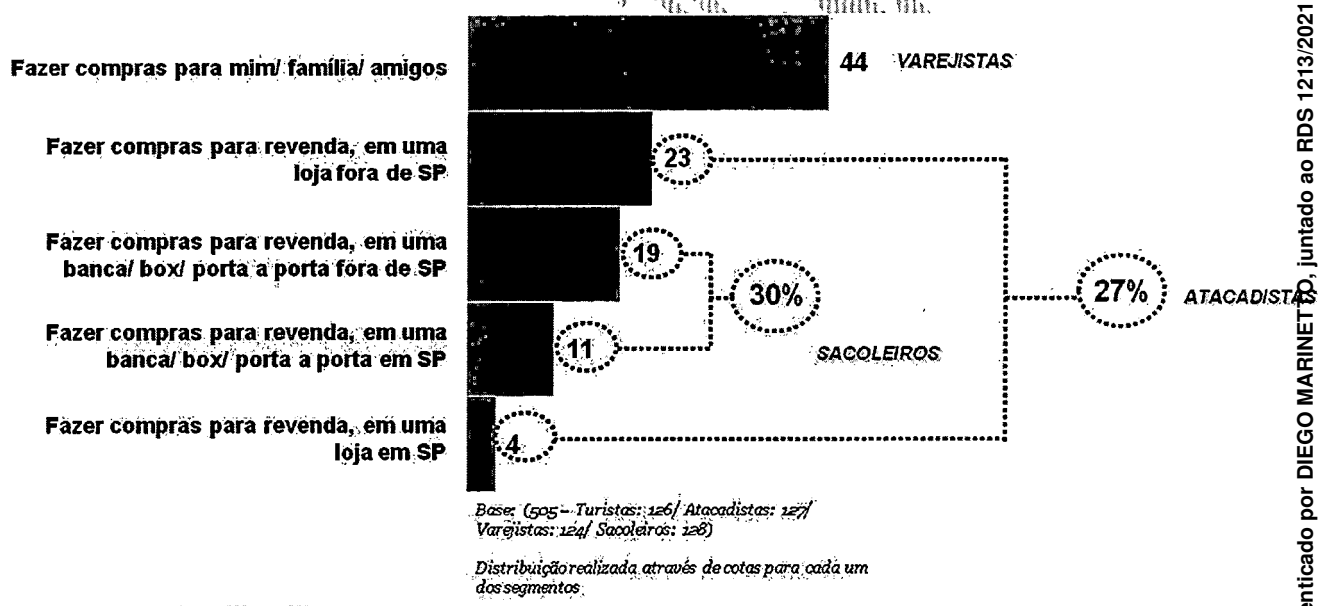


Gráfico 1: Distribuição dos entrevistados quanto a finalidade de compras na região

De acordo com a segmentação adotada para os Turistas de Compras, os percentuais de composição do público estão demonstrados na tabela abaixo:

Tabela 9: Distribuição espontânea por público

Classificação	Segmentos dos	Finalidade de compra	Distribuição

Matéria DOCREC 1007/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 1213/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516.

Fls. n.º _____ do Proc.
autuado por Diego Marinetto em 08/11/2021 14:10:07.
2013 - 0.363.235 - 3 fls. 229

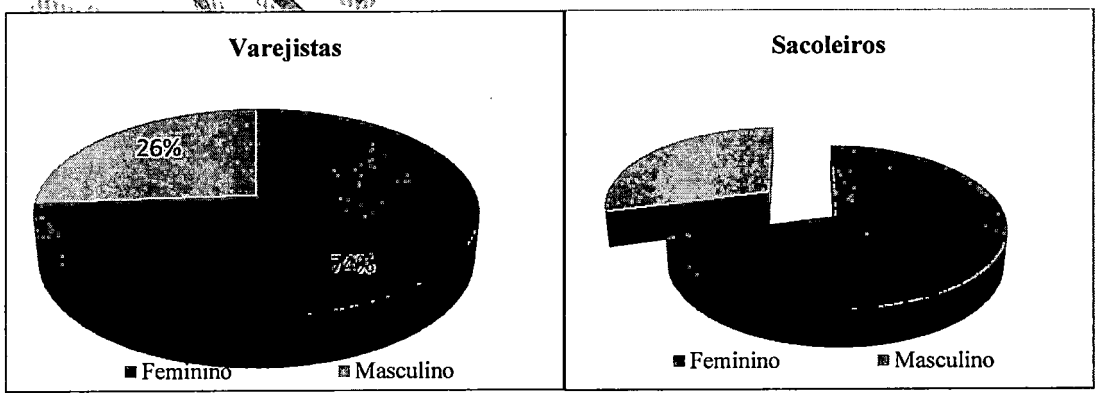
Maria Cristina P. B. Abreu fl. 365
Assessor Técnica
RF 311.440.7
SDTE/AJ

	Turistas de Compras		espontânea desse público no mercado
TURISTAS DE COMPRAS Base: 250	Varejista	Compra para uso próprio	23%
	Atacadista	Compra para revender em loja	36%
	Sacoleiros	Compra para revender em box, banca, venda própria ou porta a porta	41%
PÚBLICO GERAL Base: 126	Varejista	Compra para uso próprio	79%
	Atacadista	Compra para revender em loja	4%
	Sacoleiros	Compra para revender em box, banca, venda própria ou porta a porta	17%

Fonte: TNS Research, novembro 2010

Perfil dos Compradores

Para a análise do perfil dos entrevistados, foram coletadas informações de classificação social, de modo a traçar um perfil socio-econômico dos visitantes das regiões de pesquisa.



Matéria DOCREC 1007/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 1213/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516.

autuado por Diego Marinetto em 08/11/2021 14:10:07.

Maria Cristina P. R. ...
Assessor Técnica
RF 81[illegible]240.7
SDTE/AJ
fl. 366

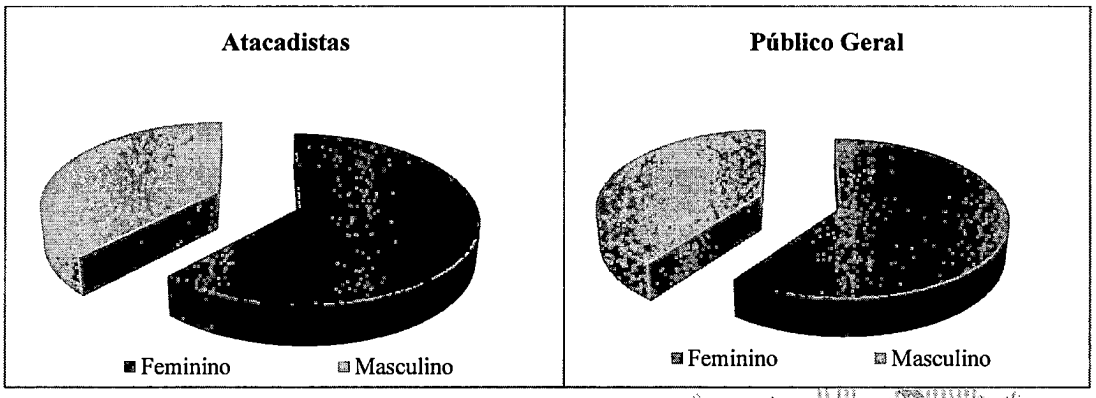


Gráfico 2: Distribuição do sexo dos entrevistados

Fonte: TNS Research, novembro 2010

Com relação ao sexo dos frequentadores das regiões de compras, observa-se nitidamente a predominância do público feminino. Para o grupo dos Turistas de Compras, o público feminino representa 69% contra 31% de frequentadores masculinos. Com relação à distribuição quanto ao sexo para o grupo do Público Geral, tem-se que 60% dos entrevistados declararam-se do sexo feminino contra 40% do sexo oposto.

Com relação à faixa etária dos entrevistados, observa-se que a idade média não apresenta grande variação de acordo com os grupos. A idade média dos entrevistados ficou em 37,8 anos, sendo que as faixas entre 25 e 44 anos concentram as maiores representatividades da amostra:

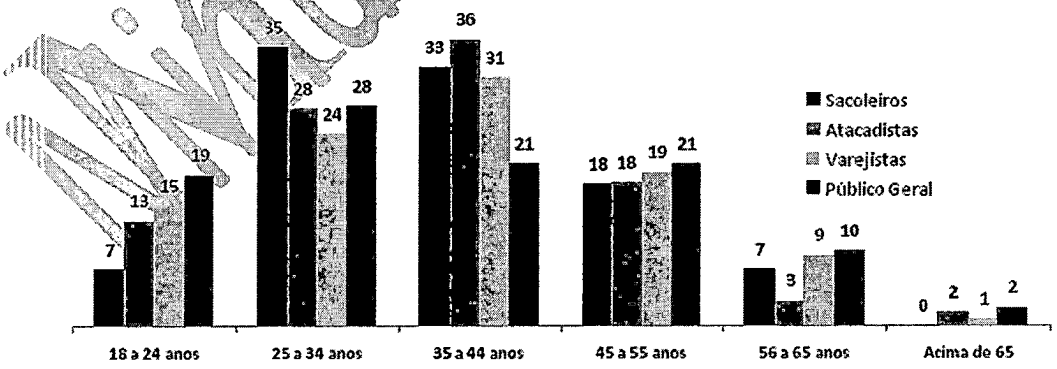


Gráfico 3: Distribuição etária dos entrevistados

Fonte: TNS Research, novembro 2010

Matéria DOCREC 1007/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 1213/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516.

Fls. n. _____ do Proc.
autuado por Diego Marinetto em 08/11/2021 14:10:07.
2013 - 0.363.235-3 fls. 231
fl. 4.016
fl. 367

Maria Cristina P. B. Assessora Técnica RF 817.440.7 SDTE/AJ

A pesquisa também avaliou a faixa de renda do público entrevistado por meio da resposta estimulada por faixas de rendimentos familiares. Dessa forma, observa-se uma predominância de frequentadores das classes B1 e C1 nas regiões de compras. Porém o segmento de Atacadistas destaca-se pela maior quantidade relativa de integrantes das classes A1, A2, B1 e B2, além de possuir a menor quantidade de pessoas das classes C e D.

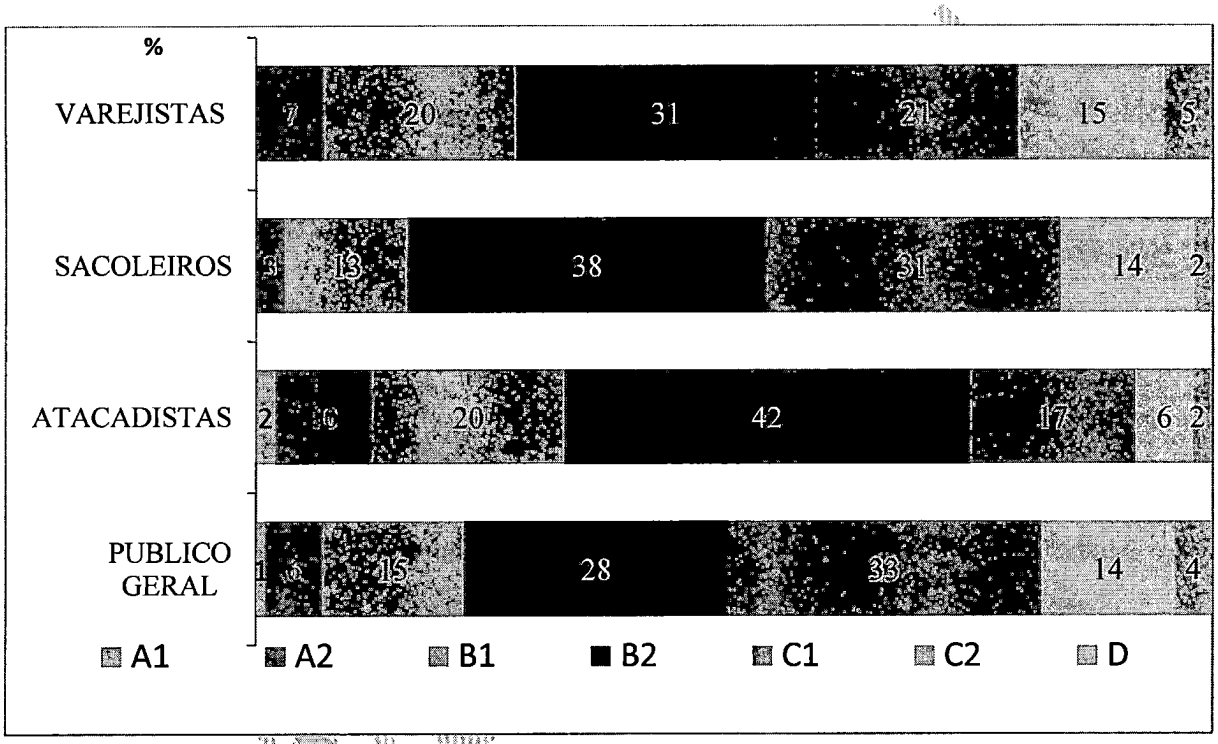


Gráfico 4: Distribuição dos entrevistados por classe social

Fonte: TNS Research, novembro 2010

Com relação à origem dos frequentadores das regiões de compras, observa-se uma nítida variação quanto à origem com relação ao segmento de público. Por exemplo, no segmento público geral, 89% dos entrevistados são do Estado de São Paulo, ao passo que nos outros segmentos existe uma grande variedade de Estados de origem.

Observando a origem do público de compradores (desconsiderando o Público Geral), dos visitantes, destaca-se o interior de São Paulo e Região Metropolitana de São Paulo (59%), Minas Gerais (12%), Santa Catarina (9%), Paraná (6%) e Rio de Janeiro (5%).

Matéria DOCREC 1007/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 1213/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516.

Documento Anexo III do Edital - Estudo de Mercado (053284927) SEI 6010.2021/0002874-8 / pg. 137

autuado por Diego Marinetto em 08/11/2021 14:10:07.

Maria Cristina P. B. Abreu
Assessora Técnica
RF 817.140.7
SDTE/AJ

Um movimento importante observado nas pesquisas é que, atualmente, os entrevistados de outros Estados afirmam voltar imediatamente para suas origens após a atividade de compras, ou seja, não gastam mais tempo na cidade de São Paulo do que o necessário para a atividade de compra.

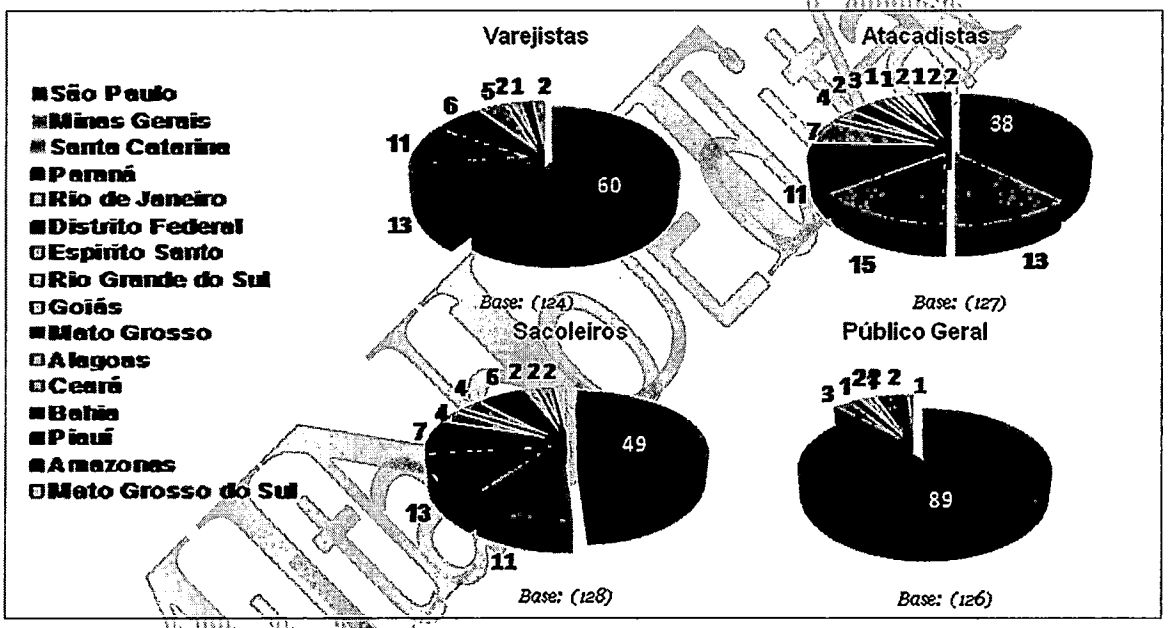


Gráfico 5: Distribuição com relação aos estados de origem

Fonte: TNS Research, novembro 2010

Com relação ao meio de transporte utilizado pelos entrevistados para se deslocarem para as regiões de compras, observa-se uma clara distinção entre a forma de locomoção do Público Geral para o Turista de Compras:

Matéria DOCREC 1007/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 1213/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516.

autuado por Diego Marinetto em 08/11/2021 14:10:07.

Maria Cristina P. B. Abreu
Assessoria Técnica
RF 817.440.7
SDTE/AJ

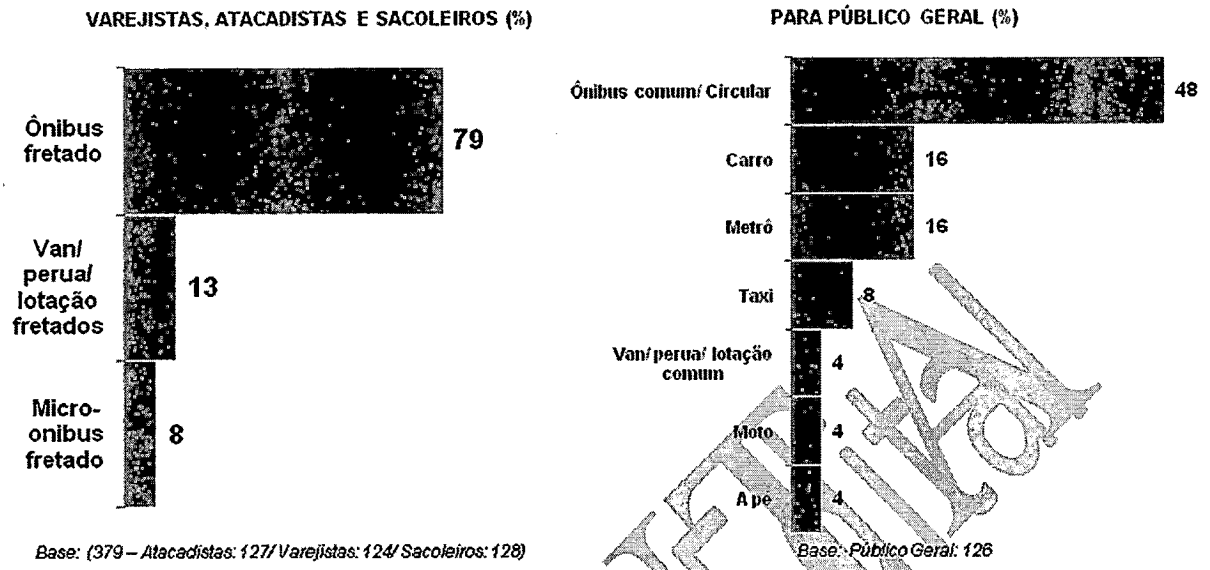


Gráfico 6: Forma de locomoção para as regiões de compras

Fonte: TNS Research, novembro 2010

Para os Turistas de Compras, a predominância é o transporte via ônibus fretado, e para o Público Geral, que é predominantemente da cidade de São Paulo ou Região Metropolitana, observa-se o uso principal do transporte circular seguido pelo uso de carros.

Com relação à frequência de visita e o tempo médio de permanência dos entrevistados nas regiões de compras, o entrevistado foi estimulado a pensar em um dia típico de compras, e assim perguntado quanto tempo em média leva para comprar tudo o que precisa. Dessa forma, observa-se que os Turistas de Compras gastam em média 7,4 horas por dia de compra frente a 4,5 horas por dia para o Público Geral. Isso se explica devido ao fato da necessidade de compra ser diferente entre os Turistas de Compras e o Público Geral. Além disso, observa-se que os Atacadistas e sacoleiros possuem a maior frequência de visitas no mês (1,95 visitas / mês).

Matéria DOCREC 1007/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 1213/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516.

do Proc.
autuado por Diego Marinetto em 08/11/2021 14:10:07.
2013 - 0.363.235 - 3 fls. 234

Maria Cristina R. A.
Assessoria Técnica
RF 817.440.7
SDTE/AJ

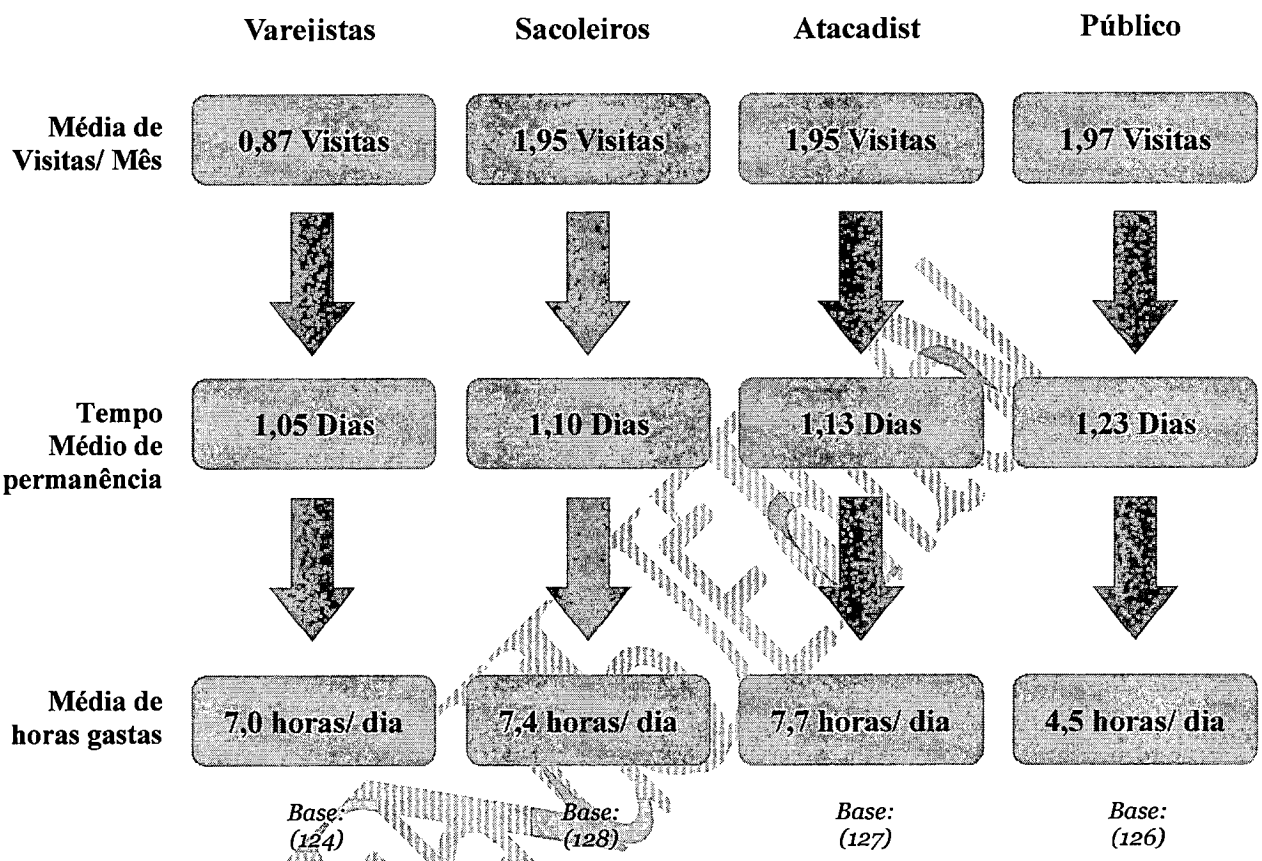


Figura 5: Frequência de visita e tempo médio de permanência

Fonte: TNS Research, novembro 2010

Visando capturar informações dos gastos dos entrevistados, a pesquisa estimulou os entrevistados a indicarem a faixa de valor que costumam gastar quando se deslocam para as regiões de compras. Adicionalmente, também foram perguntados sobre, em média, quantas sacolas de compras costumam encher em um dia típico de compras.

Matéria DOCREC 1007/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 1213/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516.

autuado por Diego Marinetto em 08/11/2021 14:10:07.

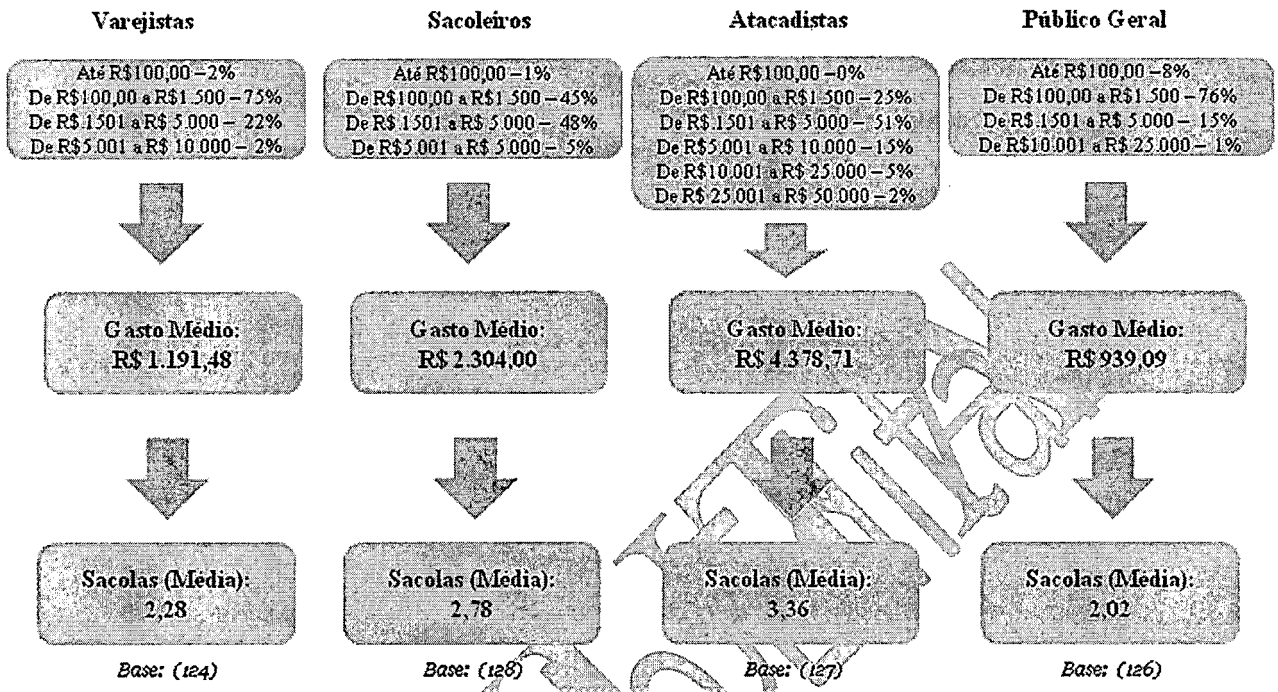


Figura 6: Ticket médio e quantidade média de sacolas

Fonte: TNS Research, novembro 2010

Dessa forma, analisando os números de modo consolidado entre os segmentos, temos que o ticket médio do Público Geral é de R$ 939,09 por compra, que ocupa um volume equivalente a 2,02 sacolas, em média. Já para os Turistas de Compras, o ticket médio, consolidado com os percentuais de cada segmento, é de R$ 2.795,00 com média de 2,9 sacolas por pessoa, ou seja, o Turista de Compras de fato apresenta maiores níveis de consumo per capita.

Levando em conta a baixa oferta de hotéis nas regiões pesquisadas, a pesquisa buscou capturar percepções dos entrevistados quanto à hospedagem. Dessa forma, a pesquisa mapeou se os entrevistados dormem na cidade de São Paulo e, se sim, quantos dias ficam hospedados. Além disso, também foi registrada a intenção de divisão de quartos como forma de estruturar um possível produto de hotelaria para o público estudado.

Matéria DOCREC 1007/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 1213/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516.

autuado por Diego Marinetto em 08/11/2021 14:10:07.

fl. 372
Maria Cristina P. B. Abritta
Assessora Técnica
RF 31940.7
SDTE/AJ

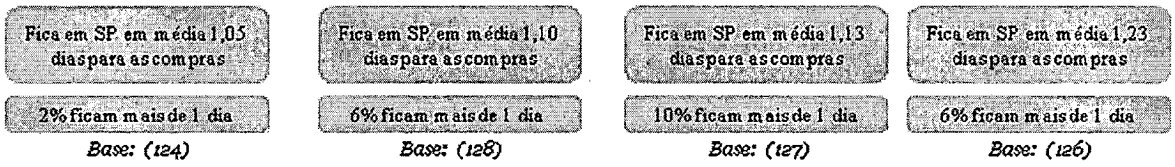


Figura 7: Tempo médio de permanência para hospedagem

Dessa maneira, tem-se que do público entrevistado, o tempo médio de permanência para realizar compras é de 1,13 dias em São Paulo, sendo que 94% dos entrevistados dizem que ficam apenas 1 dia na cidade e 6% ficam ao menos 2 dias.

Tabela 10: Respostas sobre o tempo de permanência

	SEGMENTOS DE ENTREVISTADOS				
	Total	Turista Geral	Atacadista	Varejista	Sacoleiro
Base de entrevistas	505	126	127	124	128
	100%	100%	100%	100%	100%
1 dia	93,7%	93,7%	89,8%	97,6%	93,8%
2 dias	4,0%	3,2%	7,1%	1,6%	3,9%
3 dias	1,4%	0,8%	3,1%	-	1,6%
4 dias	0,2%	0,8%	-	-	-
5 dias	0,4%	-	-	0,8%	0,8%
15 dias	0,2%	0,8%	-	-	-
7 dias	0,2%	0,8%	-	-	-
Média em dias	1,13	1,23	1,13	1,05	1,10

Do público que fica em São Paulo, observa-se uma baixa captura de mercado pelos hotéis da região, já que apenas 50% desse público se hospeda em hotéis das regiões de compras. O Restante divide-se em hotéis de outras localidades, casa de conhecidos e até mesmo há gente que prefere dormir no próprio ônibus:

Matéria DOCREC 1007/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 1213/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516.

Fls. n.º _____ do Proc.
autuado por Diego Marinetto em 08/11/2021 14:10:07.

fl. 373

Maria Cristina P. B. Abreu
Assessora Técnica
RF 8[illegible]40.7
SDTE/AJ

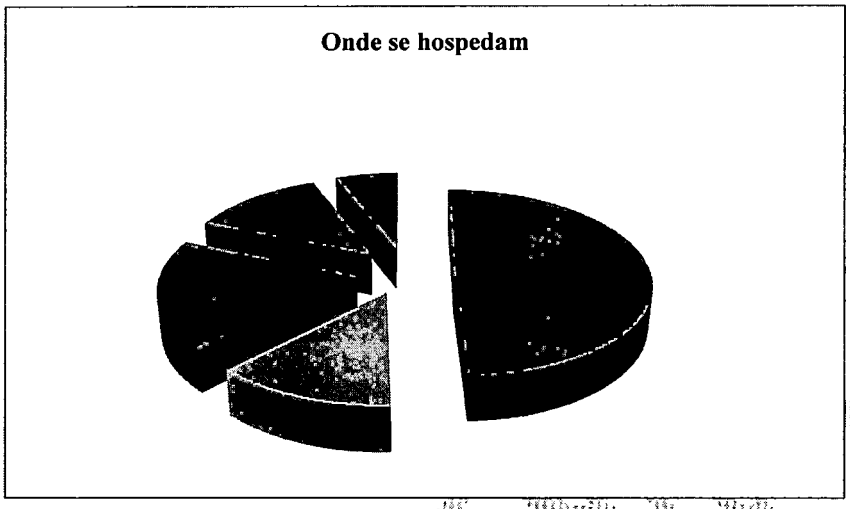


Gráfico 7: Local de hospedagem dos Turistas de Compras

Fonte: TNS Research, novembro 2010

Os entrevistados também foram estimulados a pensar que teriam que se hospedar na região e, quando perguntados se estariam dispostos a dividir os quartos durante o período de hospedagem, observa-se uma boa captação geral (49%) para a divisão de quartos entre conhecidos ou da própria excursão:

Tabela 11: Estimulada quanto à divisão de quartos

	SEGMENTOS DE ENTREVISTADOS				
	Total	Turista Geral	Atacadista	Varejista	Sacoleiro
Base:	505	126	127	124	128
	100%	100%	100%	100%	100%
Um quarto apenas para mim/ sozinho	51%	63%	53%	42%	46%
Dividiria com alguém conhecido ou da própria excursão	49%	37%	48%	58%	54%
Dividiria com alguém desconhecido	0	1%	-	-	-

Compras em Geral

Na pesquisa quantitativa, foram capturadas algumas percepções e características gerais do tipo de compra realizada pelo público pesquisado. Como forma de identificar o consumidor por

Matéria DOCREC 1007/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 1213/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516.

autuado por Diego Marinetto em 08/11/2021 14:10:07.

tipo de produto comprado, foi indicado o produto e o quanto o entrevistado gasta em média com aquele tipo de item:

Maria Cristina P. B. Abreu
Assessor Técnica
RF 817.440.7
SDTE/AJ

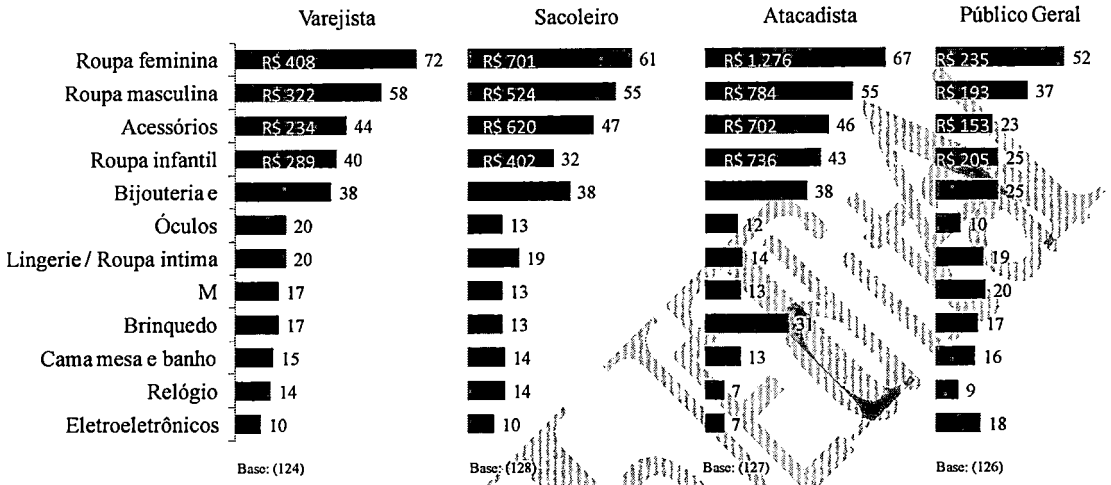


Gráfico 8: Perfil de compra dos entrevistados

Fonte: TNS Research, novembro 2010

De acordo com a vocação do comércio das regiões de compras, a predominância aparece nas compras de roupas femininas e masculinas, respectivamente, seguido por acessórios e roupas infantis. De modo geral, 63% dos entrevistados disseram comprar roupas femininas e 51% também compram de roupas masculinas.

Uma característica importante para o projeto CIRCUITO DAS COMPRAS, tange com relação à circulação dos Turistas de Compras entre as principais regiões de compras: Brás, Bom Retiro, 25 de Março e Santa Ifigênia. Dessa forma, a pesquisa quantitativa identificou as necessidades de locomoção com base na intenção dos entrevistados.

Matéria DOCREC 1007/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 1213/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516.

autuado por Diego Marinetto em 08/11/2021 14:10:07.

fl. 375

Maria Cristina P. B. Abreu
Assessor Técnica
RF 817.140.7
SDTE/AJ

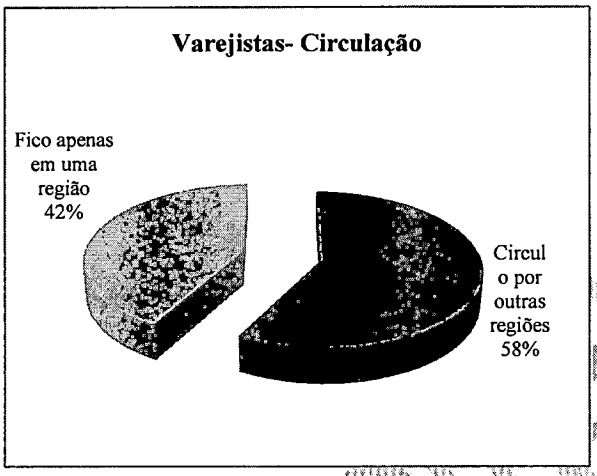


Gráfico 9: Intenção de deslocamento dos Varejistas

Fonte: TNS Research, novembro 2010

Dos varejistas que responderam que circulam, seguem as intenções de deslocamento:

Gráfico 10: Intenção de deslocamento dos Varejistas (por local)

Fonte: TNS Research, novembro 2010

Matéria DOCREC 1007/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 1213/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516.

Documento Anexo III do Edital - Estudo de Mercado (053284927) SEI 6010.2021/0002874-8 / pg. 145

autuado por Diego Marinetto em 08/11/2021 14:10:07.
2013 - 0.363.235 - 3 fls. 240

fl. 4025

fl. 376

Maria Cristina P. B. Abreu
Assessor Técnica
RF 817.410.7
SDTE/AJ

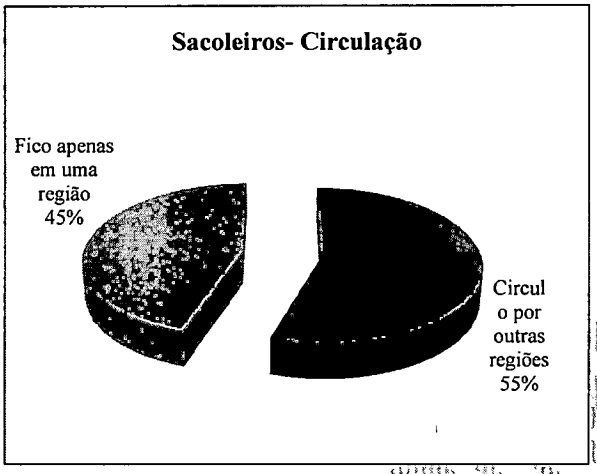


Gráfico 11: Intenção de deslocamento dos Sacoleiros

Fonte: TNS Research, novembro 2010

Dos sacoleiros que responderam que circulam, seguem as intenções de deslocamento:

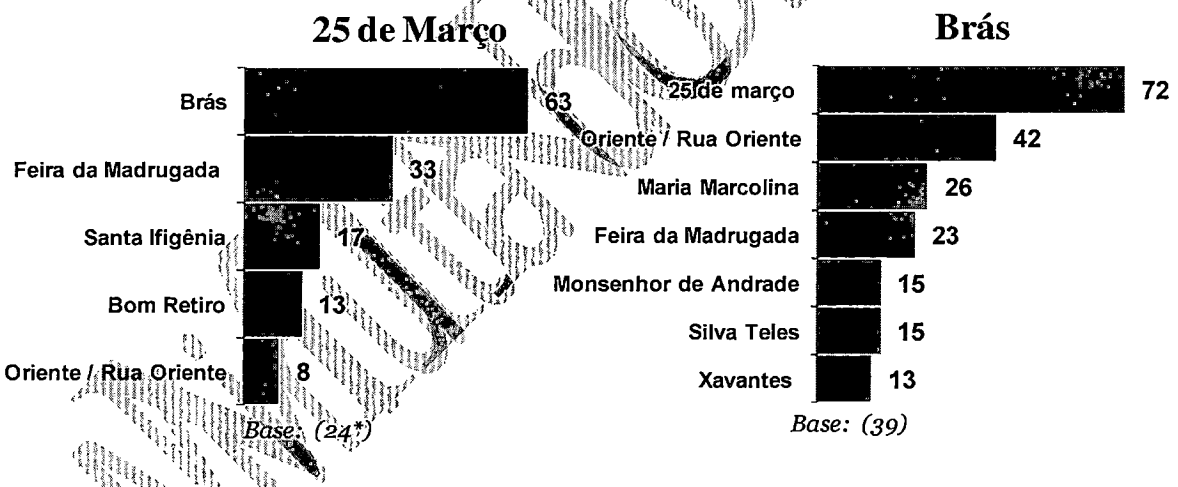


Gráfico 12: Intenção de deslocamento dos Sacoleiros (por local)

Fonte: TNS Research, novembro 2010

Matéria DOCREC 1007/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 1213/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516.

do Proc.
autuado por Diego Marinetto em 08/11/2021 14:10:07.
2013 - 0.363.235 - 3 fls. 241

fl. 4026

fl. 377

Maria Cristina P. B. Abreu
Assessoria Técnica
RF 817.110.7
SDTE/AJ

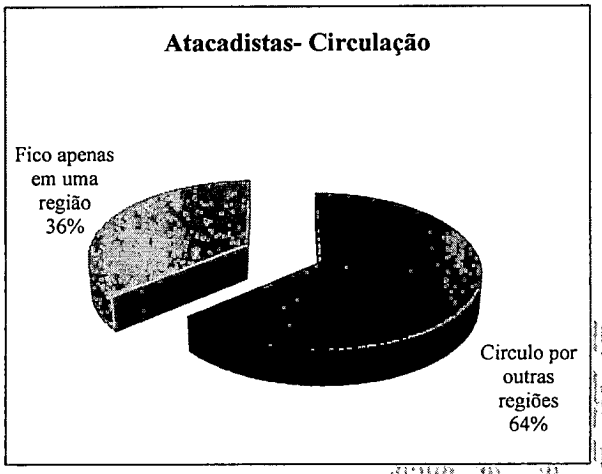


Gráfico 13: Intenção de deslocamento dos Atacadistas

Fonte: TNS Research, novembro 2010

Dos atacadistas que responderam que circulam, seguem as intenções de deslocamento:

Gráfico 14: Intenção de deslocamento dos Atacadistas (por local)

Fonte: TNS Research, novembro 2010

Avaliando as intenções de deslocamento, observa-se que a maior parte dos Turistas de Compras (59%) deseja circular entre as regiões de compras, ao passo que 41% preferem realizar suas compras apenas em uma região.

Matéria DOCREC 1007/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 1213/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516.

Fls. n.º _____ do Proc.
autuado por Diego Marinetto em 08/11/2021 14:10:07.
2013 - 0.363 235 - 3 fls. 242

fl. 4027

Maria Cristina P. B. Abreu
Assessoria Técnica
RF 317.440.7
SDTE/AJ
fl. 378

Com relação aos destinos, de modo consolidado, a 25 de Março representa o destino para 56% dos entrevistados e a região do Brás (R. Oriente, Feira da Madrugada e adjacências) é o destino para 82% dos entrevistados. Já a região da Santa Ifigênia representa destino para 18% e o Bom Retiro para 14% do público entrevistado.

Tabela 12: Principais destinos dos entrevistados que se deslocam

	SEGMENTOS DE ENTREVISTADOS				
	Total	Turista Geral	Atacadista	Varejista	Sacoleiro
	---	---	---	---	---
Base:	265	42	81	72	70
25 de março	56%	64%	54%	63%	53%
Brás	82%	60%	86%	87%	86%
Santa Ifigênia	18%	31%	12%	25%	11%
Bom Retiro	14%	17%	15%	15%	10%
Outros	74%				

Fonte: TNS Research, novembro 2010

Avaliação da infraestrutura atual

Os entrevistados foram estimulados a avaliarem os serviços e equipamentos atualmente disponíveis nas regiões de compras. Muito da infraestrutura avaliada baseia-se na disponibilidade que a Feira da Madrugada dispõe aos usuários, pois trata-se do padrão atual de referência para os usuários.

Dessa maneira, durante o dia de compras, os entrevistados indicaram os locais, estruturas e serviços aos quais tem acesso:

Tabela 13: Itens ou serviços que atualmente os Turistas de Compras têm acesso

SEGMENTOS DE ENTREVISTADOS				
Total	Turista		Varejista	Sacoleiro

Matéria DOCREC 1007/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 1213/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516.

fl. 379
Maria Cristina P. B. Abreu
Assessor Técnica
RF 817.440.7
SDTE/AJ

		Geral	Atacadista		
Base:	505	126	127	124	128
Banheiro	95%	90%	98%	97%	98%
Praça de Alimentação	78%	60%	83%	88%	83%
Lojas / Galerias	64%	71%	62%	60%	62%
Estacionamento	32%	28%	39%	31%	30%
Caixa eletrônico / bancos	30%	33%	33%	30%	24%
Restaurante	9%	11%	13%	6%	6%
Duchas	8%	-	16%	4%	12%
Lanchonete	8%	13%	4%	5%	8%
Provadores	7%	13%	5%	4%	5%
Local para descanso	6%	6%	9%	4%	5%
Hospedagem	4%	4%	9%	2%	3%
Lan House	2%	5%	2%	-	2%
Taxi	1%	1%	3%	-	1%
Local para entretenimento	1%	2%	1%	1%	-
Bar / Bares	0%	1%	-	-	1%
Mercadão	0%	-	1%	1%	-
Barraca de frutas	0%	-	1%	-	-

Fonte: TNS Research, novembro 2010

Em função do uso da infraestrutura disponível, os entrevistados foram condicionados a responder espontaneamente o valor gasto com alimentação em um dia típico de compras. Além disso, após a resposta espontânea, eles foram condicionados a considerar a existência de uma praça de alimentação adequada, e com isso indicaram o quanto estariam dispostos a gastar com alimentação:

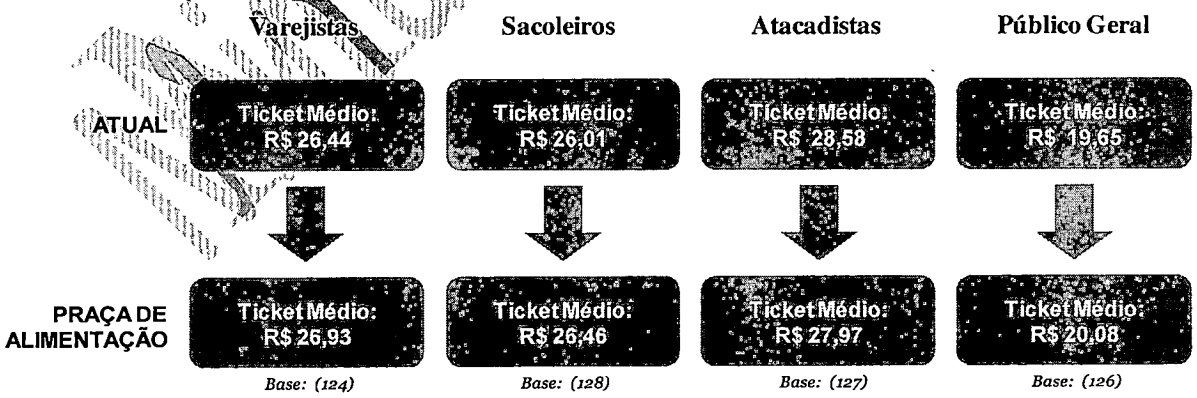


Figura 8: Ticket médio gasto atualmente

Fonte: TNS Research, novembro 2010

Matéria DOCREC 1007/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 1213/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516.

Fls. n.º _____ do Proc.
autuado por Diego Marinetto em 08/11/2021 14:10:07.

Maria Cristina P. B. Abreu
Assessora Técnica
RF 817.440.7
SDTE/AJ

Foram apresentadas aos entrevistados algumas estruturas e serviços aos quais eles possuem acesso. Dessa maneira, os entrevistados informaram quanto pagam para utilizar cada um desses espaços ou serviços:

Tabela 14: Avaliação e preço da infraestrutura atual

	Varejistas		Sacoleiros		Atacadistas		Público Geral	
	Preço Médio	Nota Média	Preço Médio	Nota Média	Preço Médio	Nota Média	Preço Médio	Nota Média
Banheiro	1,62	6,13	1,95	5,80	2,03	5,77	1,87	5,67
Praça de Alimentação	23,08	7,25	23,23	6,78	26,43	6,90	17,03	7,32
Estacionamento	-	-	-	-	-	-	15,17	7,09
MÉDIA		6,69		6,29		6,33		6,69
	Base: (124)		*Base: (128)*		*Base: (127)*		*Base: (126)*	

Fonte: TNS Research, novembro 2010

Observa-se que as notas para os elementos abordados foram relativamente altas frente ao estado da situação atual, principalmente da Feira da Madrugada. Tal fato se dá pela falta de parâmetros de comparação do público entrevistado e também devido à estrutura atual atender ao maior apelo deles, que são as ofertas de preços baixos encontrados principalmente nos boxes da Feira da Madrugada e lojas do entorno.

Nova Proposta para o Turista de Compras

Após a captura da percepção da situação atual por parte dos entrevistados, foi apresentada uma nova proposta alternativa que representaria o modelo do Projeto do CIRCUITO DAS COMPRAS. Abaixo, está a representação utilizada para ilustrar a entrevista e facilitar a compreensão e respostas por parte do entrevistado.

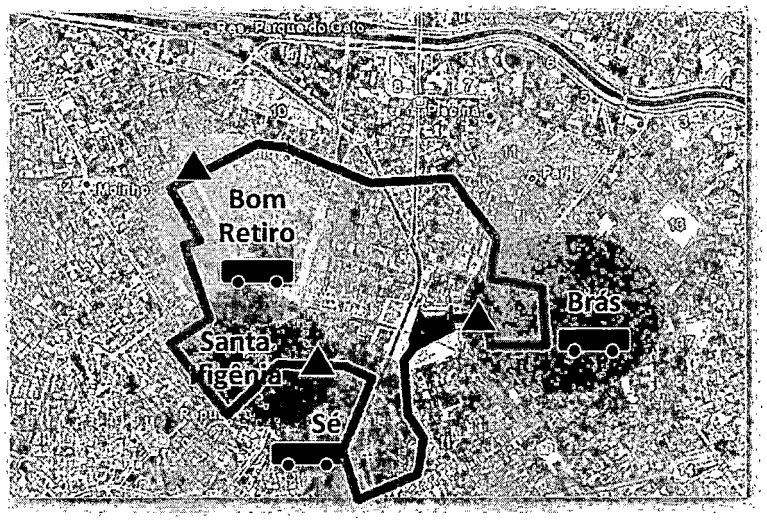
Matéria DOCREC 1007/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 1213/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516.

Documento Anexo III do Edital - Estudo de Mercado (053284927) SEI 6010.2021/0002874-8 / pg. 150

autuado por Diego Marinetto em 08/11/2021 14:10:07.
2013 - 0.363.235 - fls 245

fl. 4030

Maria Cristina P. B. Abreu
Assessor Técnica
RF 817.440.7
SDTE/AJ



Estacionamento | Centro popular de compras | Centros de apoio | Ônibus para transporte de compradores e bagagens

Figura 9: Representação esquemática utilizada para ilustrar o projeto

Para exemplificar os conceitos do projeto, porém sem expor, o seguinte texto foi utilizado nas pesquisas quantitativas:

Existe um projeto que conta com uma grande infraestrutura, que abrange todo o CIRCUITO DE COMPRAS da região Central de São Paulo: Brás, Bom Retiro, 25 de março e Santa Ifigênia.

Este projeto oferecerá um centro de apoio com conforto e variadas opções de serviços, especialmente para quem utiliza os fretados, como: estacionamento seguro exclusivo para ônibus fretados, um shopping popular, um shopping de atacado, banheiros privativos, duchas, serviços de entrega e armazenagem de compras, local para descanso e entretenimento, acesso à internet, opções de alimentação, além de acesso entre essas regiões através de ônibus circulares.

Em função disso, após o texto introdutório, os entrevistados deveriam avaliar a atratividade do modelo proposto em uma escala de 1 a 4, sendo que 1 é nada interessante e 4 muito interessante, e observa-se que em todos os segmentos, a proposta é considerada muito

Matéria DOCREC 1007/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 1213/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516.

Documento Anexo III do Edital - Estudo de Mercado (053284927) SEI 6010.2021/0002874-8 / pg. 151

Fls. n.º _____ do Proc.
autuado por Diego Marinetto em 08/11/2021 14:10:07.
2013 - 0.363.235-3 fls. 246

fl. 4031

Ana P. B. Abreu
Técnica
RF 317446.7
SDTE/AJ

interessante, indicando ser um importante ponto de aderência do público com a proposta do projeto.

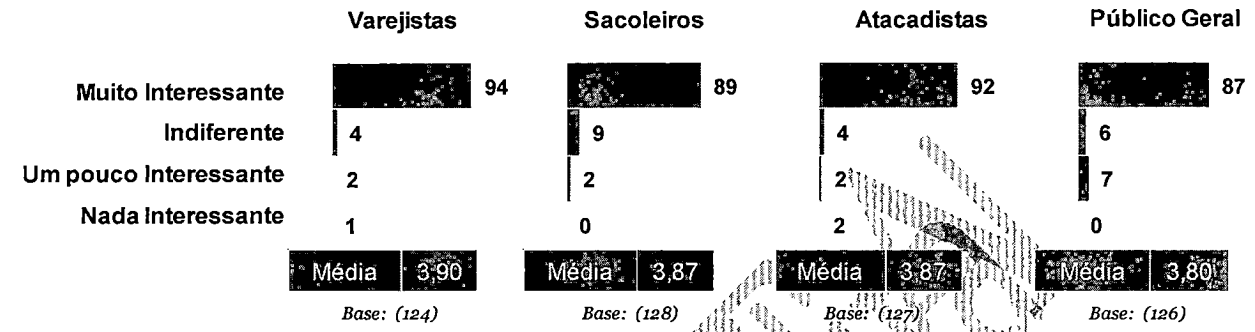


Gráfico 15: Avaliação dos entrevistados quanto à proposta do projeto

Fonte: TNS Research, novembro 2010

Tabela 15: Principais atributos de interesse

	Varejistas	Sacoleiros	Atacadistas	Público Geral
ESTRUTURA	**81**	**82**	**79**	**83**
Vai ser um espaço confortável	24	31	27	31
Ter ônibus fretado/ que vai circular pelas setores comerciais	21	24	27	29
Ter um Shopping Popular	18	10	6	7
As pessoas vão ter maior comodidade na hora de fazer suas compras	16	15	14	16
Ambiente mais organizado	12	4	4	6
Variedades de serviços/ Vários tipos de serviços	9	7	5	7
É um ótimo projeto para pessoas que vem de fora de SP	9	9	5	6
Ter Lan House / internet	5	5	2	1
Vai ser um local espaçoso/ vai ter mais espaço para circular / andar	5	1	3	1
As compras serão feitas de maneira rápida	4	5	4	6
LOJAS	**28**	**24**	**32**	**23**
Variedades de Produtos / tudo o que quer em um só lugar	26	19	26	20
Clientes poderão fazer economia nas compras	5	5	4	4
LOCAL PARA DESCANSO	**22**	**31**	**25**	**15**
Ter locais para descanso	22	31	25	15
SEGURANÇA	**17**	**21**	**27**	**20**
Mais segurança / Policiamento	17	21	27	20
BANHEIROS	**24**	**17**	**21**	**13**
Mais banheiros/ banheiros sem filas	14	11	16	9
Ter banheiros privativos	7	3	3	1
Base: Achou Muito Interessante	*Base: (116)*	*Base: (114)*	*Base: (117)*	*Base: (109)*

Fonte: TNS Research, novembro 2010

Matéria DOCREC 1007/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 1213/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516.

Documento Anexo III do Edital - Estudo de Mercado (053284927) SEI 6010.2021/0002874-8 / pg. 152

autuado por Diego Marinetto em 08/11/2021 14:10:07.
2013 - 0.363.235 - 3 fls. 247
fl. 4032

Maria Cristina P. B. Abrau
Assessora Técnica
RF 817.440.7
SDTE/AJ

As avaliações positivas dos Turistas de Compras, em sua maioria, enfatizam os quesitos de ganho de conforto, em mobilidade (com a possibilidade do transporte de passageiros entre regiões) e organização do ambiente. Tais fatores se consolidam como os fundamentais para melhorar a experiência de compras dos Turistas.

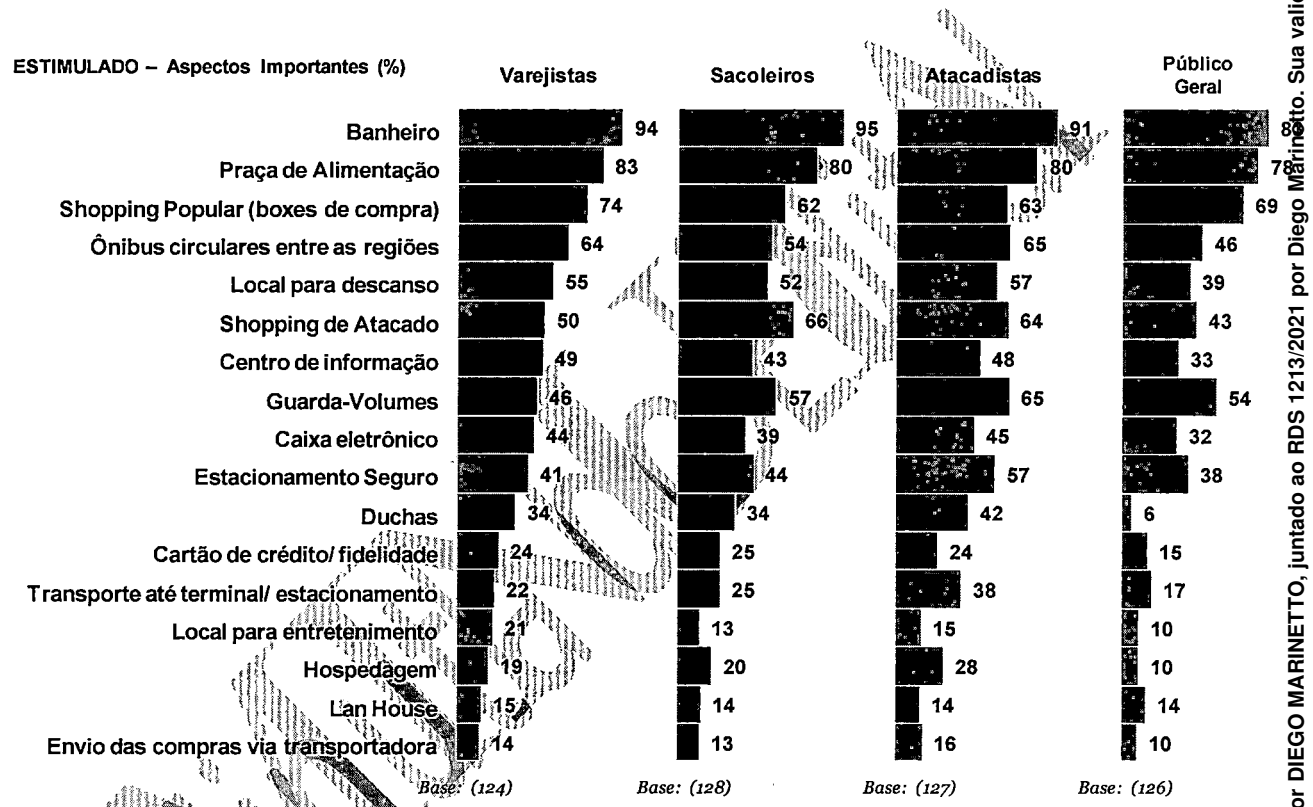


Gráfico 16: % de respostas (estimulada) para os serviços considerados mais importantes

Fonte: TNS Research, novembro 2010

Os entrevistados foram estimulados a pensar na alternativa proposta pelo modelo futuro e foram apresentadas algumas opções de serviços que poderiam estar disponíveis no novo espaço. Dessa maneira, os entrevistados informaram quais opções consideravam mais importantes pensando em um dia típico de compras e nas suas necessidades atuais. Fica constatado que a disponibilização de Banheiro, Praça de Alimentação, oferta de galerias de Boxes em condições

Matéria DOCREC 1007/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 1213/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516.

Documento Anexo III do Edital - Estudo de Mercado (053284927) SEI 6010.2021/0002874-8 / pg. 153

Fls. n.º ____ do Proc.
autuado por Diego Marinetto em 08/11/2021 14:10:07.
2013 - 0.363.235-3 fls. 248

fl. 4033

Cristina P. B. Abrau
Assessora Técnica
RF 817.440.7
SDTE/AJ
fl. 384

melhores, assim como o transporte circular entre regiões, são fatores fundamentais para a melhoria da experiência de compra dos entrevistados.

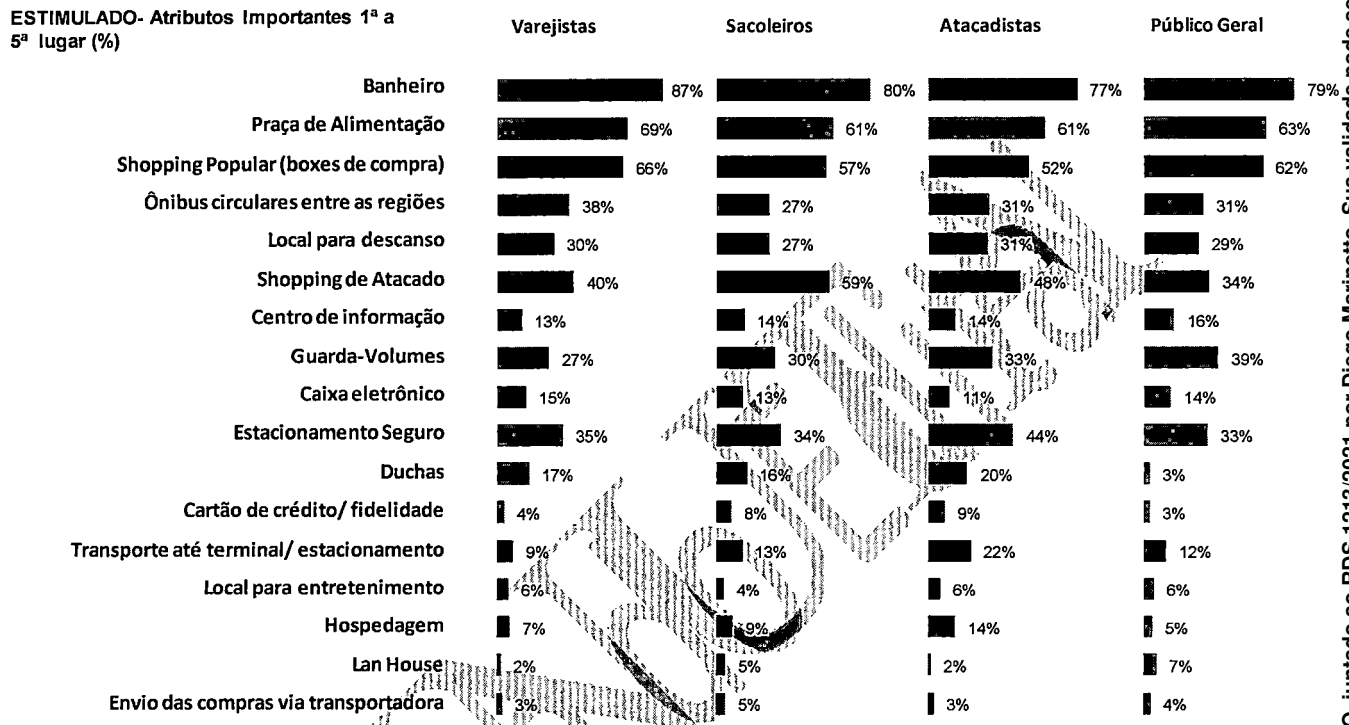


Gráfico 17: % de respostas (estimulada) para os serviços considerados mais importantes de 1-5

Fonte: TNS Research, novembro 2010

Matéria DOCREC 1007/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 1213/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516.

Maria Cristina P. B. Abreu
Assessora Técnica
RF 817.440.7
SDTE/AJ
fl. 385

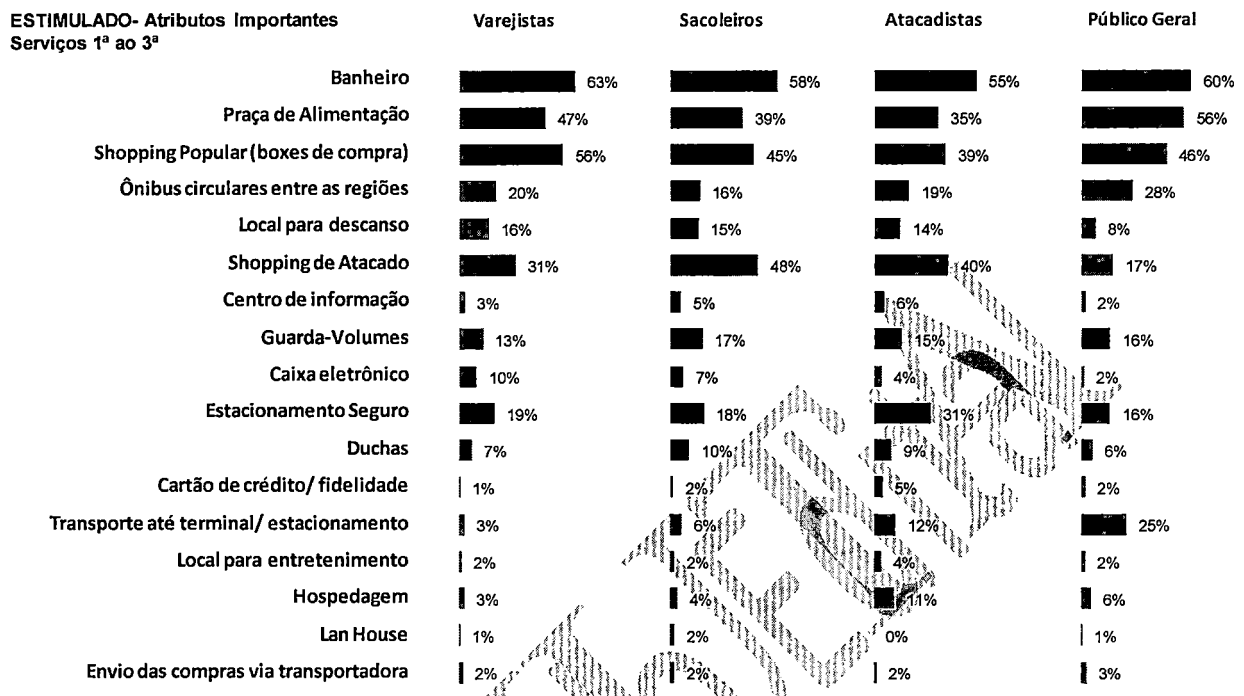


Gráfico 18: % de respostas (estimulada) para os serviços considerados mais importantes de 1-3

Fonte: TNS Research, novembro 2010

Em seguida, os entrevistados foram estimulados a enumerar os serviços apresentados de acordo com a ordem de importância, onde os cinco primeiros itens enumerados representam os serviços mais importantes para o entrevistado considerando um dia típico de compras. Segundo a metodologia adotada, tais percentuais representam o potencial de consumo de um determinado serviço, onde considera-se como potencial consumidor para determinado produto, as parcelas que enumeraram o determinado serviço dentre os mais importantes.

Estando o entrevistado com uma ideia melhor formatada sobre o modelo proposto, foi proposta uma avaliação de quanto o modelo apresentado seria interessante. Nota-se uma leve distinção quanto ao grau de importância entre os Turistas de Compras. 83% dos entrevistados do segmento Público Geral demonstraram muito interesse no modelo proposto, frente à quase unanimidade dos segmentos Varejistas e Atacadistas, 93% e 94%, respectivamente. Tal comportamento justifica-se pela necessidade de compra, haja vista que os Turistas de Compras

Matéria DOCREC 1007/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 1213/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516.

demandam mais das estruturas propostas do que os compradores do Público Geral. Entretanto, observa-se nitidamente uma grande aceitação e consequente aderência ao projeto por parte do mercado consumidor potencial.

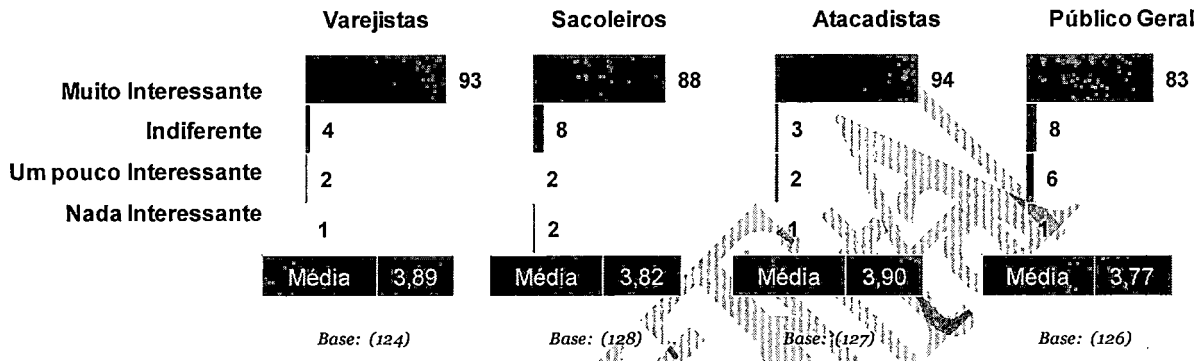


Gráfico 19: Avaliação do modelo proposto

Fonte: TNS Research, novembro 2010

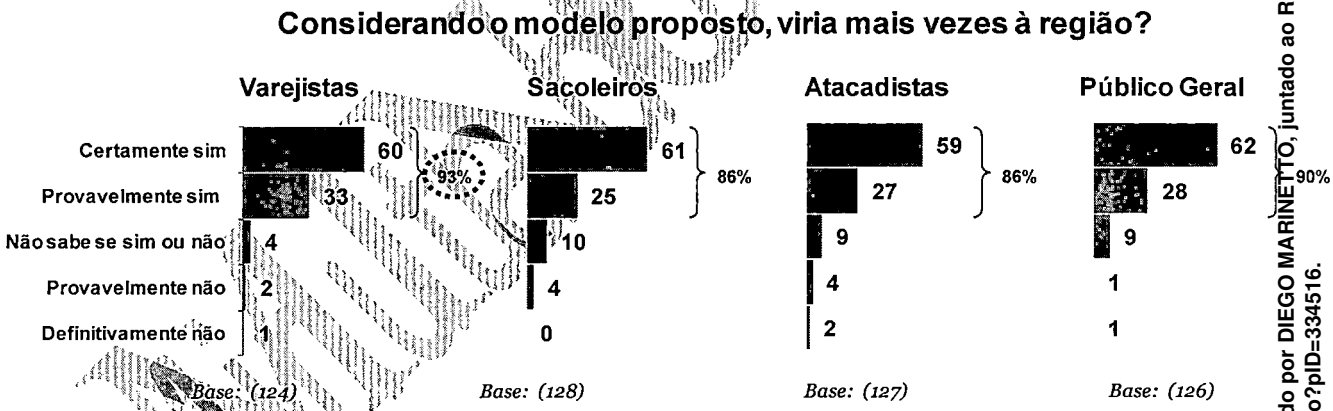


Gráfico 20: Intenção de aumento de visitas devido à melhoria de infraestrutura

Fonte: TNS Research, novembro 2010

Observa-se que de modo geral, 89% dos Turistas de Compras afirmam que viriam mais vezes às regiões de compras, sendo que destes 60% responderam que certamente viriam mais vezes à região. Com isso constata-se que a melhoria da infraestrutura favorece o aumento da frequência de visita às regiões.

Matéria DOCREC 1007/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 1213/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516.

Juntado por Diego Marinetto em 08/11/2021 14:19:07

Maria Cristina P. R. Abrau
Assessor Técnica
RF 817.140.7
SDTE/AJ

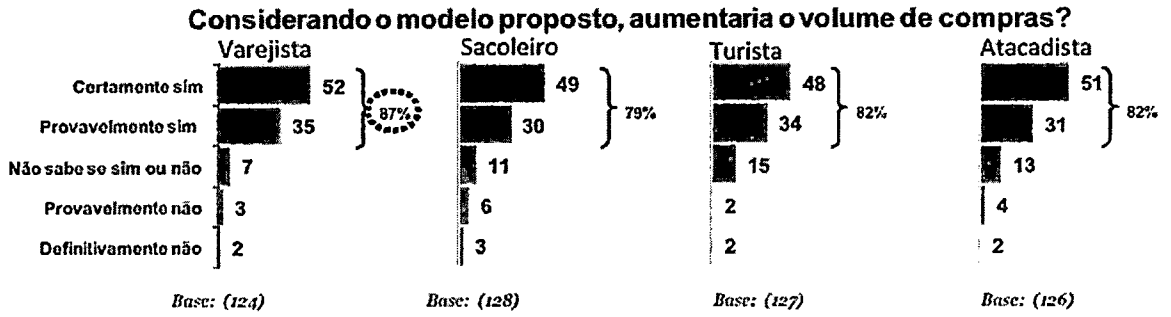


Gráfico 21: Intenção de aumento de gastos devido à melhoria de infraestrutura

Fonte: TNS Research, novembro 2010

Considerando a mobilização quanto à nova proposta, os entrevistados foram estimulados a responder se a disponibilização da estrutura proposta o faria aumentar o seu volume de compras na região, ou seja, compraria mais produtos. Dessa forma, a entrevista utilizou uma escala de 1 a 10, sendo que quanto mais próximo de 1 menor a influência e mais perto de 10 maior a influência nas compras.

Observa-se que de modo geral, 82% dos Turistas de Compras afirmam que aumentariam o valor gasto nas regiões de compras, sendo que destes 49% responderam que certamente gastariam mais na região. Com isso constata-se que, indiretamente, a melhoria da infraestrutura favorece o aumento do ticket médio de compras.

Considerando os entrevistados que afirmaram que aumentariam o volume de compras na região, os mesmos foram estimulados a informar algumas razões que possivelmente poderiam influenciar nesse aumento das compras. Além disso, os entrevistados informaram em uma escala de 1 a 10, o quanto seria influenciado sendo que quanto mais próximo de 1 menor a influência e mais perto de 10 maior a influência.

Matéria DOCREC 1007/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 1213/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516.

Documento Anexo III do Edital - Estudo de Mercado (053284927) SEI 6010.2021/0002874-8 / pg. 157

autuado por Diego Marinetto em 08/11/2021 14:10:07.

fl. 4037

2013 - 0.363.235 - 3

Cristina R B. Abreu
Assessora Técnica
RF 817.440.7
SDTE/AJ

fl. 388

Tabela 16: Principais fatores de influência no aumento dos gastos com compras

	Varejistas	Sacoleiros	Atacadistas	Público Geral
Infraestrutura mais completa (banheiros, praça de alimentação, estacionamento)	9,01	9,03	9,09	8,83
Conforto da experiência de compra	8,65	8,95	8,92	8,66
Facilidade de transporte das compras	7,91	8,42	8,58	8,01
Acesso a cartão de crédito/ fidelidade	7,71	7,75	7,95	8,16
Facilidade de armazenamento das compras durante o dia	7,44	8,35	8,29	7,92
Base: Certamente/ Provavelmente aumentaria volume de compras	*Base: (109)*	*Base: (102)*	*Base: (104)*	*Base: (103)*

Fonte: TNS Research, novembro 2010

4.1.4. Sensibilidade a Preço dos TURISTAS DE COMPRAS

Para os Turistas de Compras, foram testadas as sensibilidades a preço de cada um dos segmentos (Atacadistas, Varejistas e Sacoleiros). A metodologia utilizada foi através do desenvolvimento de PSM para cada serviço testado.

Foram analisadas as sensibilidades a preço para os seguintes serviços oferecidos:

- Guarda Volumes;
- Hospedagem;
- Circular de Passageiros;
- Transporte de Cargas.

Matéria DOCREC 1007/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 1213/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser consultada em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516.

Fls. n.º do Proc.
autuado por Diego Marinetto em 08/11/2021 14:10:07.

Maria Cristina F.B. Abreu
Assessoria Técnica
RF 817.440.7
SDTE/AJ

fl. 389

Com a leitura dos PSM elaborados para cada segmento dos Turistas de Compras, a análise foi consolidada considerando a participação relativa de cada segmento na amostra, de acordo com a distribuição dos segmentos derivados das respostas espontâneas, conforme a tabela seguinte:

Tabela 17: Distribuição dos segmentos na amostra de Turistas de Compras

Segmento dos Turistas de Compras	Participação na Amostra (%)
Varejista	23%
Atacadista	36%
Sacoleiros	41%

Guarda Volumes

As pesquisas de sensibilidade de preço para Guarda Volumes realizadas com os Turistas de Compras, mostram que não existem grandes variações da faixa de preços aceitáveis para os diferentes segmentos pesquisados.

Segundo a pesquisa para os Turistas de Compras de modo consolidado, observa-se na Tabela 19 que a análise das faixas de preços mostra que o intervalo dos preços aceitáveis para o Guarda Volumes é de R$ 2,00 (Ponto Barato Marginal) até R$ 3,62 (Ponto Caro Marginal).

O ponto de máxima captura de mercado, o qual representa o cenário otimista, ocorre com o preço de R$ 3,50 (Ponto de Máximo Compradores), onde a probabilidade de captura do público interessado no serviço seria de 62,83% de compradores sendo que a probabilidade dos interessados mostrarem-se como possíveis potenciais compradores do serviço é de 91,34%.

Matéria DOCREC 1007/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 1213/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516.

Maria Cristina P. B. Abreu
Assessora Técnica
RF 817.440.7
SDTE/AJ

fl. 390

O Ponto de Indiferença de preços ocorre em R$ 3,30, o qual representa o cenário mais provável de captura, no qual o % dos que acham caro é igual ao dos que acham barato, tendo assim uma probabilidade de 59,95% de captura de mercado.

Já o Ponto Ótimo de Preço ocorre em R$ 2,41, o qual representa o cenário mais conservador, onde a probabilidade de público alvo interessado no serviço é de 38,95% e a de possíveis compradores é de 96,31%.

Destacam-se inclusive os pontos de ruptura desse serviço como R$ 4,50 e R$ 5,99 com 54,96% e 29,56% de compradores, respectivamente. (Tabela 19).

Tabela 18: Consolidado dos PSM para Guarda Volumes para Turistas de Compras

Ponto	GUARDA VOLUME		
	% Comprador	% Possível	R$
Max Compradores	62,83	91,34	R$ 3,50
Pto Indif.	59,95	92,31	R$ 3,30
Pto Ótimo	38,95	96,31	R$ 2,41
Pto Caro Mrg	61,53	90,05	R$ 3,62
Pto Barato Mrg	25,65	95,94	R$ 2,00
Pto de Ruptura	-	32,95	R$ 9,50
Pto de Ruptura	54,96	85,04	R$ 4,50
Pto de Ruptura	29,56	66,99	R$ 5,99

Fonte: Análise Accenture, 2010.

Para o segmento dos Sacoleiros, observa-se no gráfico abaixo que a análise das faixas de preços mostra que o intervalo dos preços aceitáveis para o Guarda Volumes é de R$ 2,00 (Ponto Barato Marginal) até R$ 4,00 (Ponto Caro Marginal).

O ponto de máxima captura de mercado ocorre com o preço de R$ 3,50 (Ponto de Máximo Compradores), onde a probabilidade de captura do público interessado no serviço seria de 61,29% de compradores sendo que a probabilidade dos interessados mostrarem-se como possíveis potenciais compradores do serviço é de 93,55%. Sendo que o Ponto de Indiferença de preços (PI) ocorre também em R$ 3,50, coincidindo com o ponto de máxima captura de mercado.

Matéria DOCREC 1007/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 1213/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516.

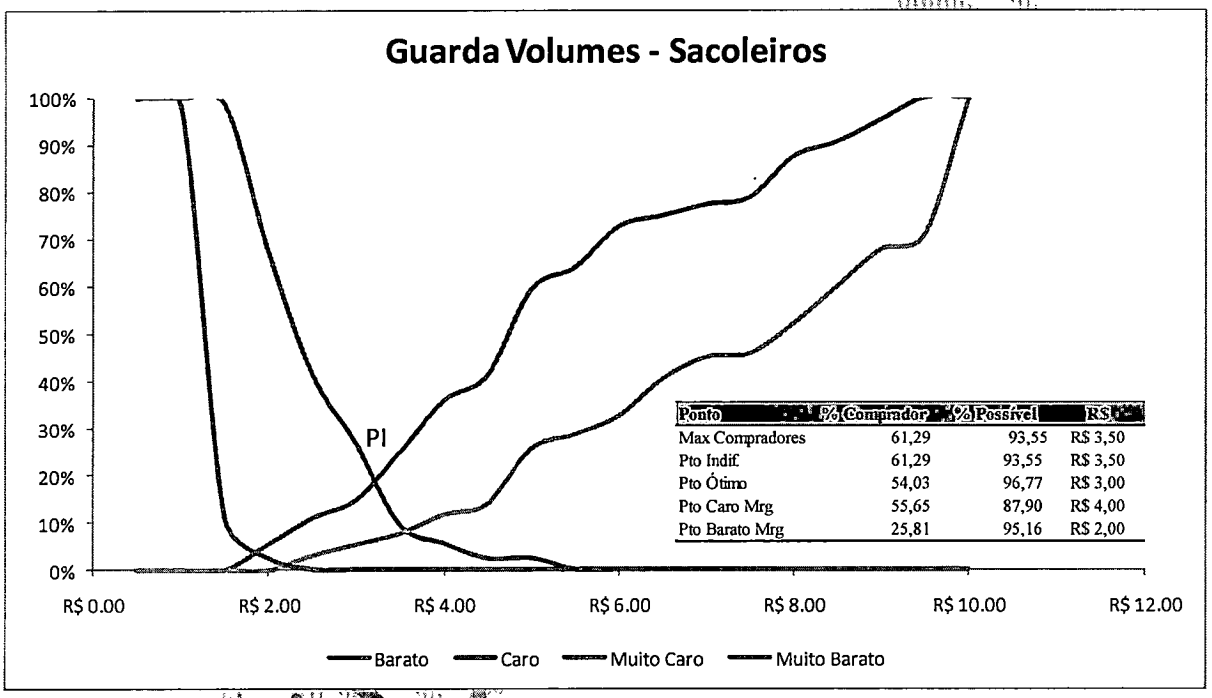
Fls. n.º _____ do Proc.
autuado por Diego Marinetto em 08/11/2021 14:10:07.
2013 - 0.363.235-3 fls. 255

fl. 4040

Maria Cristina P. B. Abreu
Assessora Técnica
RF 817.440.7
SDTE/AJ

fl. 391

Já o ponto ótimo de preços (Ponto Ótimo) ocorre em R$ 3,00, com as probabilidades de captura de mercado de 54,03% e de possíveis compradores em 96,77%.



Ponto	% Comprador	% Possível	R$
Max Compradores	61,29	93,55	R$ 3,50
Pto Indif.	61,29	93,55	R$ 3,50
Pto Ótimo	54,03	96,77	R$ 3,00
Pto Caro Mrg	55,65	87,90	R$ 4,00
Pto Barato Mrg	25,81	95,16	R$ 2,00

Gráfico 22: PSM Guarda Volumes para Sacoleiros

Fonte: TNS Research, análise Accenture, 2010.

Para o segmento dos Varejistas, observa-se no gráfico abaixo que a análise das faixas de preços mostra que o intervalo dos preços aceitáveis para o Guarda Volumes é de R$ 2,00 (Ponto Barato Marginal) até R$ 3,50 (Ponto Caro Marginal).

O ponto de máxima captura de mercado ocorre com o preço de R$ 3,50 (Ponto de Máximo Compradores), onde a probabilidade de captura do público interessado no serviço seria

Matéria DOCREC 1007/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 1213/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516.

Documento Anexo III do Edital - Estudo de Mercado (053284927) SEI 6010.2021/0002874-8 / pg. 161

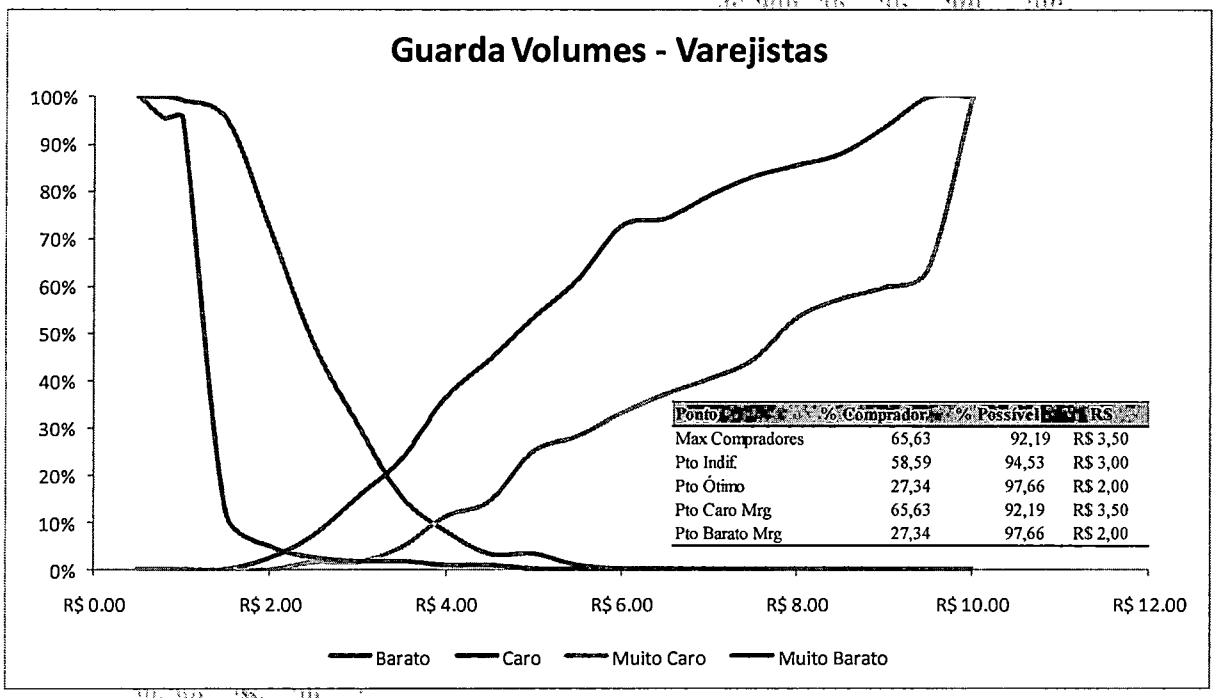
Fls. nº
autuado por Diego Marinetto em 08/11/2021 14:00:00 do Proc
fl. 4041
fls. 256
2013 - 0.363 235 - 3

Maria Cristina P. B. Abreu
Assessor Técnico
RF 81.240.7
SDTE/AJ
fl. 342

de 65,63% de compradores sendo que a probabilidade dos interessados mostrarem-se como possíveis potenciais compradores do serviço é de 92,19%.

O Ponto de Indiferença (PI) de preços ocorre em R$ 3,00, no qual a probabilidade de captura é de 58,59% e o percentual de possíveis potenciais compradores é de 94,53%.

Já o ponto ótimo de preços ocorre em R$ 2,00, com as probabilidades de captura de mercado de 27,34% e de possíveis compradores em 97,66%.



Ponto	% Compradores	% Possível	R$
Max Compradores	65,63	92,19	R$ 3,50
Pto Indif.	58,59	94,53	R$ 3,00
Pto Ótimo	27,34	97,66	R$ 2,00
Pto Caro Mrg	65,63	92,19	R$ 3,50
Pto Barato Mrg	27,34	97,66	R$ 2,00

Gráfico 23: PSM Guarda Volumes para Varejistas

Fonte: TNS Research, análise Accenture, 2010.

Para o segmento dos Atacadistas, observa-se no gráfico abaixo que a análise das faixas de preços mostra que o intervalo dos preços aceitáveis para o Guarda Volumes é de R$ 2,00 (Ponto Barato Marginal) até R$ 3,50 (Ponto Caro Marginal).

Matéria DOCREC 1007/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 1213/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516.

Documento Anexo III do Edital - Estudo de Mercado (053284927) SEI 6010.2021/0002874-8 / pg. 162

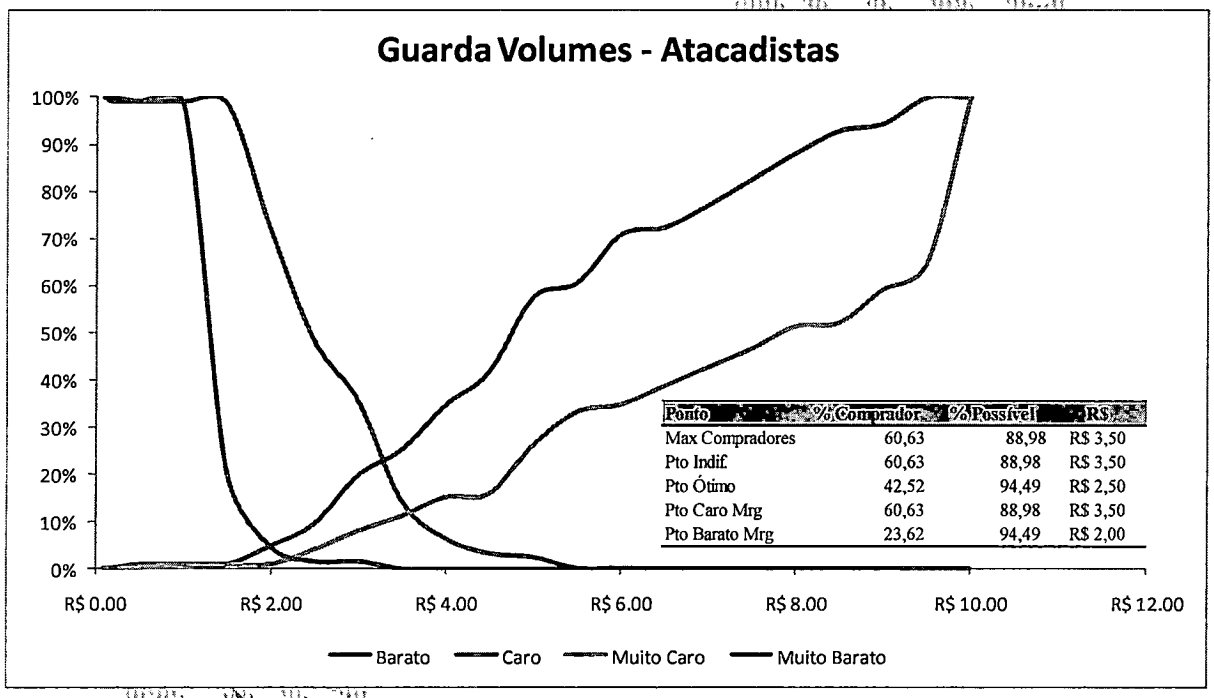
Fls. n.º
autuado por Diego Marinetto em 08/11/2021 14:10:05 do Pro...
fls. 257
2013 - 0.363.235 - 3

fl. 4042

Maria Cristina P. B. Abreu
Assessora Técnica
RF 617.440.7
SDTE/AJ
fl. 393

O ponto de máxima captura de mercado ocorre com o preço de R$ 3,50 (Ponto de Máximo Compradores), onde a probabilidade de captura do público interessado no serviço seria de 60,63% de compradores sendo que a probabilidade dos interessados mostrarem-se como possíveis potenciais compradores do serviço é de 88,98%, sendo que o Ponto de Indiferença (PI) de preços ocorre também em R$ 3,50, coincidindo com o ponto de máxima captura de mercado.

Já o ponto ótimo de preços ocorre em R$ 2,50, com as probabilidades de captura de mercado de 42,52% e de possíveis compradores em 94,49%.



Ponto	% Comprador	% Possível	R$
Max Compradores	60,63	88,98	R$ 3,50
Pto Indif.	60,63	88,98	R$ 3,50
Pto Ótimo	42,52	94,49	R$ 2,50
Pto Caro Mrg	60,63	88,98	R$ 3,50
Pto Barato Mrg	23,62	94,49	R$ 2,00

Gráfico 24: PSM Guarda Volumes para Atacadistas

Fonte: TNS Research, análise Accenture, 2010.

Hospedagem

Matéria DOCREC 1007/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 1213/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516.

Documento Anexo III do Edital - Estudo de Mercado (053284927) SEI 6010.2021/0002874-8 / pg. 163

Fls. nº ___ do Pr
autuado por Diego Marinetto em 08/11/2021 14:10:07.

Maria Cristina P. B. Abreu
Assessora Técnica
RF 817.140.7
SDTE/AJ

fl. 344

As pesquisas de sensibilidade de preço para Hospedagem apresentam percentuais de captura absolutos menores pois trata-se de um serviço oferecido de maior valor, sendo assim, atua como fator de inibição em parte do mercado interessado.

Segundo a pesquisa para os Turistas de Compras de modo consolidado, observa-se na Tabela 20 que a análise das faixas de preços mostra que o intervalo dos preços aceitáveis para o Guarda Volumes é de R$ 68,20 (Ponto Barato Marginal) até R$ 80,00 (Ponto Caro Marginal).

O ponto de máxima captura de mercado, o qual representa o cenário otimista, ocorre com o preço de R$ 87,70 (Ponto de Máximo Compradores), onde a probabilidade de captura do público interessado no serviço seria de 32,24% de compradores sendo que a probabilidade dos interessados mostrarem-se como possíveis potenciais compradores do serviço é de 67,95%.

O Ponto de Indiferença (PI) de preços ocorre em R$ 77,70, o qual representa o cenário mais provável de captura, no qual a porcentagem dos que acham caro é igual a dos que acham barato, tendo assim uma probabilidade de 22,43% de captura de mercado.

Já o Ponto Ótimo de Preço ocorre em R$ 68,20, o qual representa o pio cenário, onde a probabilidade de compradores é de 5,45% e a de possíveis compradores é de 84,81%.

Destaca-se inclusive, entre os pontos de ruptura desse serviço, ao custo de R$ 140,00 há apenas 0,28% de probabilidade de captura de compradores. (Tabela 20).

Tabela 19: Consolidado dos PSM para Guarda Volumes para Turistas de Compras

Ponto	HOSPEDAGEM		
	% Comprador	% Possível	R$
Max Compradores	32,24	67,95	R$ 87,70
Pto Indif.	22,43	81,18	R$ 77,70
Pto Ótimo	5,45	84,81	R$ 68,20
Pto Caro Mrg	29,11	79,14	R$ 80,00
Pto Barato Mrg	5,45	84,81	R$ 68,20
Pto de Ruptura	0,28	35,20	R$ 140,00
Pto de Ruptura	29,11	79,14	R$ 80,00
Pto de Ruptura	14,99	60,07	R$ 101,80

Fonte: TNS Research, análise Accenture, 2010.

Matéria DOCREC 1007/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 1213/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516.

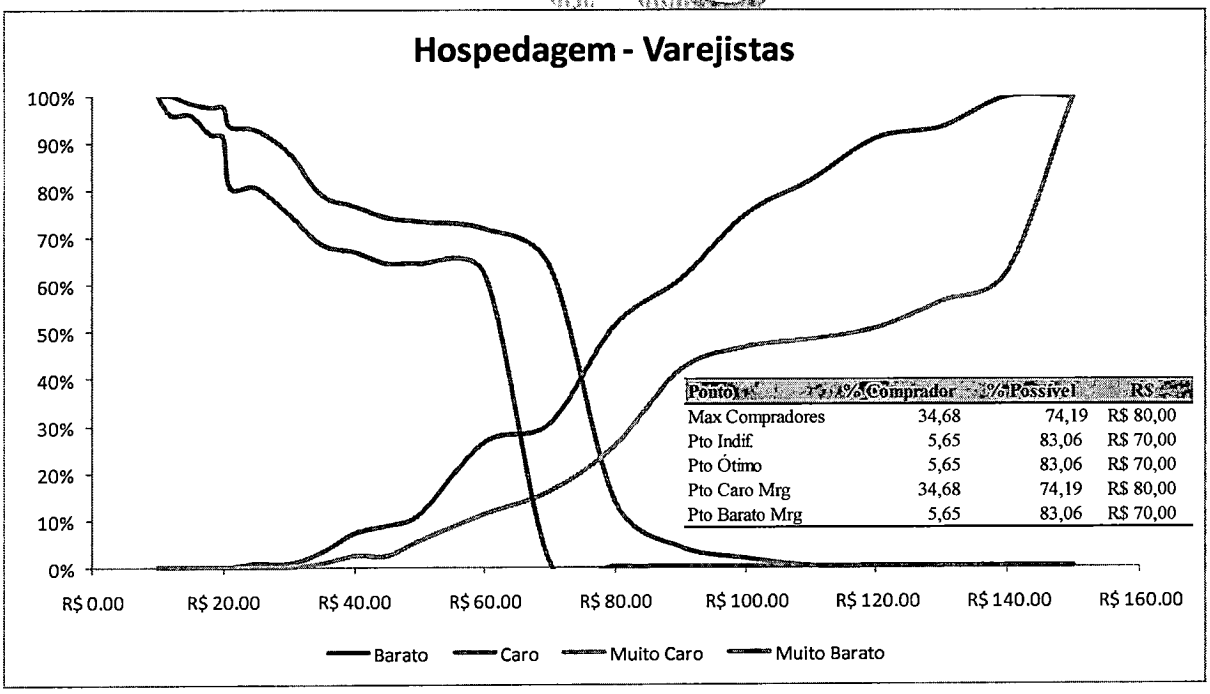
Fls. n.º
autuado por Diego Marinetto em 08/11/2021 14:39:07
fls. 259
2013-0.363.235-3

Maria Cristina P. B. Abreu
Assessora Técnica
RF 817.240.7
SDTE/AJ

Para o segmento dos Varejistas, observa-se no gráfico abaixo que a análise das faixas de preços mostra que o intervalo dos preços aceitáveis para a Hospedagem é curto, variando entre R$ 70,00 (Ponto Barato Marginal) até R$ 80,00 (Ponto Caro Marginal).

O ponto de máxima captura de mercado ocorre com o preço de R$ 80,00 (Ponto de Máximo Compradores), onde a probabilidade de captura do público interessado no serviço seria de 34,68% de compradores sendo que a probabilidade dos interessados mostrarem-se como possíveis potenciais compradores do serviço é de 74,19%

O ponto de indiferença (PI) e o ponto ótimo de preços ocorrem em R$ 70,00, coincidindo com o ponto de marginal barato, onde a probabilidade de captura do público interessado no serviço é de apenas 5,65% de compradores sendo que a probabilidade dos interessados mostrarem-se como possíveis potenciais compradores do serviço é de 83,06%.



Ponto	% Comprador	% Possível	R$
Max Compradores	34,68	74,19	R$ 80,00
Pto Indif.	5,65	83,06	R$ 70,00
Pto Ótimo	5,65	83,06	R$ 70,00
Pto Caro Mrg	34,68	74,19	R$ 80,00
Pto Barato Mrg	5,65	83,06	R$ 70,00

Gráfico 25: PSM Hospedagem para Varejistas

Matéria DOCREC 1007/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 1213/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516.

Documento Anexo III do Edital - Estudo de Mercado (053284927) SEI 6010.2021/0002874-8 / pg. 165

Fonte: TNS Research, análise Accenture, 2010.

Para o segmento dos Sacoleiros, observa-se no gráfico abaixo que a análise das faixas de preços mostra que o intervalo dos preços aceitáveis para a Hospedagem é curto, variando entre R$ 70,00 (Ponto Barato Marginal) até R$ 80,00 (Ponto Caro Marginal).

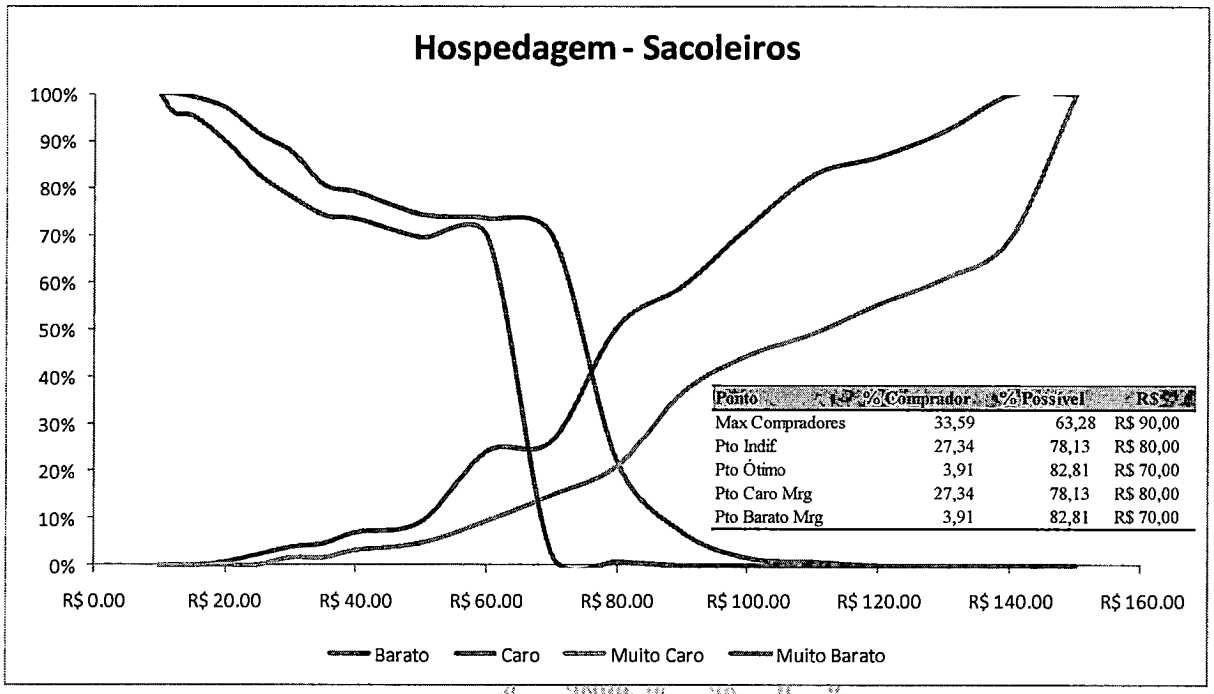
O ponto de máxima captura de mercado ocorre com o preço de R$ 90,00 (Ponto de Máximo Compradores), onde a probabilidade de captura do público interessado no serviço seria de 33,59% de compradores sendo que a probabilidade dos interessados mostrarem-se como possíveis potenciais compradores do serviço é de 63,28%

O ponto de indiferença de preços (PI) e o ponto marginal caro ocorrem em R$ 80,00, onde a probabilidade de captura do público interessado no serviço é de apenas 27,34% de compradores sendo que a probabilidade dos interessados mostrarem-se como possíveis potenciais compradores do serviço é de 78,13%.

O ponto ótimo de preços ocorre em R$ 70,00 e coincide com o ponto marginal barato, com as probabilidades de captura de mercado de 3,91% e de possíveis compradores em 82,81%.

Matéria DOCREC 1007/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 1213/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516.

Maria Cristina P. B. Abreu fl. 397
Assessora Técnica
RF 817.440.7
SDTE/AJ



Ponto	% Comprador	% Possível	R$
Max Compradores	33,59	63,28	R$ 90,00
Pto Indif.	27,34	78,13	R$ 80,00
Pto Ótimo	3,91	82,81	R$ 70,00
Pto Caro Mrg	27,34	78,13	R$ 80,00
Pto Barato Mrg	3,91	82,81	R$ 70,00

Gráfico 26: PSM Hospedagem para Varejistas

Fonte: TNS Research, análise Accenture, 2010.

Para o segmento dos Atacadistas, observa-se no gráfico abaixo que a análise das faixas de preços mostra que o intervalo dos preços aceitáveis para a Hospedagem varia entre R$ 65,00 (Ponto Barato Marginal) até R$ 80,00 (Ponto Caro Marginal).

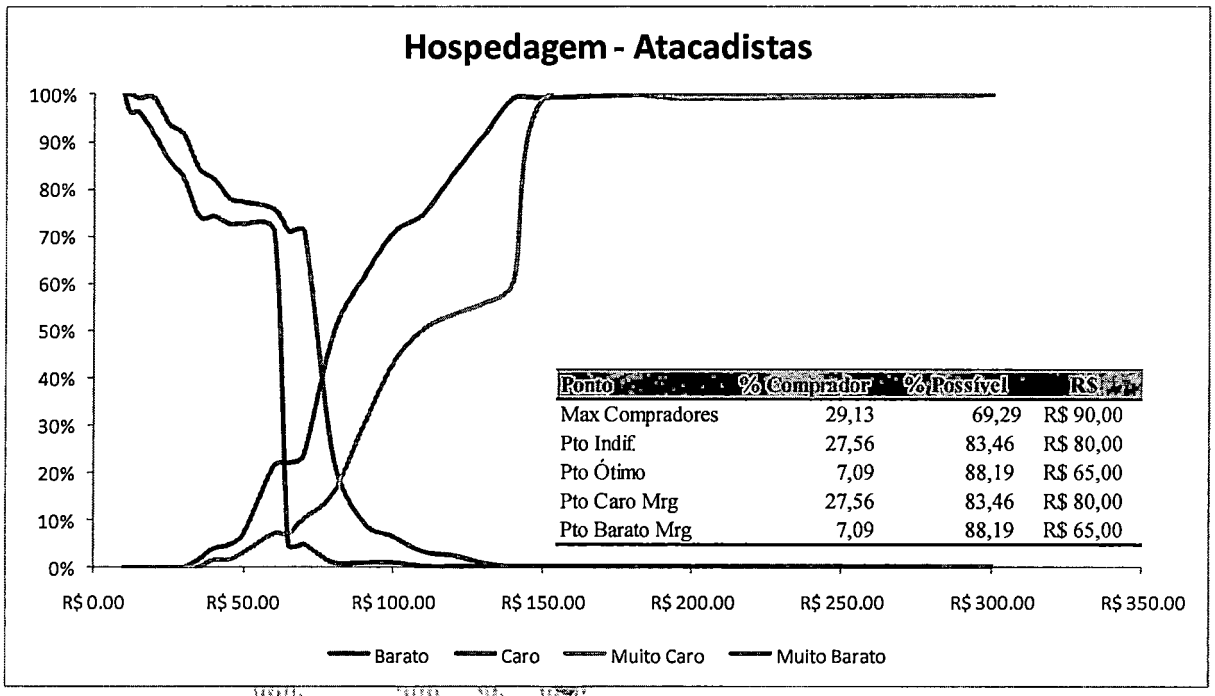
O ponto de máxima captura de mercado ocorre com o preço de R$ 90,00 (Ponto de Máximo Compradores), onde a probabilidade de captura do público interessado no serviço seria de 29,13% de compradores sendo que a probabilidade dos interessados mostrarem-se como possíveis potenciais compradores do serviço é de 69,29%

O ponto de indiferença de preços (PI) e o ponto marginal caro ocorrem em R$ 80,00, onde a probabilidade de captura do público interessado no serviço é de 27,56% de compradores sendo que a probabilidade dos interessados mostrarem-se como possíveis potenciais compradores do serviço é de 83,46%.

Matéria DOCREC 1007/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 1213/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516.

Autenticado por Diego Marinetto em 08/11/2021 14:10:07

O ponto ótimo de preços ocorre em R$ 65,00 e coincide com o ponto marginal barato, com as probabilidades de captura de mercado de 7,09% e de possíveis compradores em 88,19%.



Ponto	% Comprador	% Possível	R$
Max Compradores	29,13	69,29	R$ 90,00
Pto Indif.	27,56	83,46	R$ 80,00
Pto Ótimo	7,09	88,19	R$ 65,00
Pto Caro Mrg	27,56	83,46	R$ 80,00
Pto Barato Mrg	7,09	88,19	R$ 65,00

Gráfico 27: PSM Hospedagem para Atacadistas

Fonte: TNS Research, análise Accenture, 2010.

Circular de Passageiros

As pesquisas de sensibilidade de preço para o Circular de Passageiros apresentam percentuais de captura absolutos relativamente altos (média de 46% entre os segmentos avaliados), pois trata-se de um serviço que os públicos entrevistados mostraram interesse na análise dos PSM.

Matéria DOCREC 1007/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 1213/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516.

Documento Anexo III do Edital - Estudo de Mercado (053284927) SEI 6010.2021/0002874-8 / pg. 168

Fls. n.º
autuado por Diego Marinetto em 08/11/2021 14:10:07
fls. 263
2013-0.363.235-3

Maria Cristina P. B. Abreu
Assessoria Técnica
RF 809.440.7
SDTE/AJ

Segundo a pesquisa para os Turistas de Compras de modo consolidado, observa-se na Tabela 21 que a análise das faixas de preços mostra que o intervalo dos preços aceitáveis para o Guarda Volumes é de R$ 3,89 (Ponto Barato Marginal) até R$ 5,50 (Ponto Caro Marginal).

O ponto de máxima captura de mercado, o qual representa o cenário otimista, ocorre com o preço de R$ 5,50 (Ponto de Máximo Compradores), onde a probabilidade de captura do público interessado no serviço seria de 59,51% de compradores sendo que a probabilidade dos interessados mostrarem-se como possíveis potenciais compradores do serviço é de 88,06%.

O Ponto de Indiferença (PI) de preços ocorre em R$ 5,00, o qual representa o cenário mais provável de captura, no qual a porcentagem dos que acham caro é igual a dos que acham barato, tendo assim uma probabilidade de 45,32% de captura de mercado.

Já o Ponto Ótimo de Preço ocorre em R$ 4,18, o qual representa o pior cenário, onde a probabilidade de compradores é de 33,67% e a de possíveis compradores é de 95,96%.

Destacam-se inclusive os pontos de ruptura desse serviço como R$ 6,65 e R$ 7,45 com apenas 29,59% e 32,14% de probabilidade de captura de compradores, respectivamente. (Tabela 21).

Tabela 20: Consolidado dos PSM para Circular de Passageiros para Turistas de Compras

Ponto	TAXA CIRCULAR		
	% Comprador	% Possível	R$
Max Compradores	59,51	88,06	R$ 5,50
Pto Indif.	45,32	87,50	R$ 5,00
Pto Ótimo	33,67	95,96	R$ 4,18
Pto Caro Mrg	59,51	88,06	R$ 5,50
Pto Barato Mrg	22,91	94,37	R$ 3,89
Pto de Ruptura	0,19	52,40	R$ 9,50
Pto de Ruptura	29,59	79,30	R$ 6,65
Pto de Ruptura	32,14	72,07	R$ 7,45

Fonte: TNS Research, análise Accenture, 2010.

Matéria DOCREC 1007/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 1213/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516.

Fls. nº autuado por Diego Marinetto em 08/11/2021 do Proc.

Maria Cristina P. B. Abreu
Assessoria Técnica
RF 817.440.7
SDTE/AJ

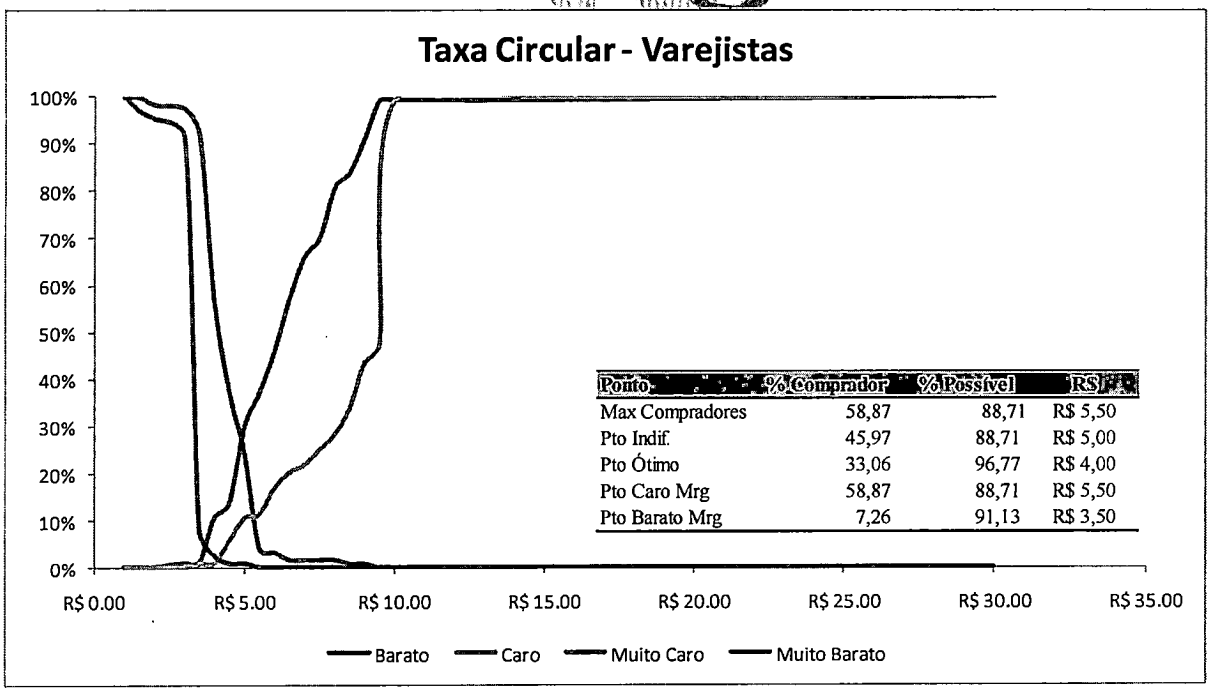
fl. 400

Para o segmento dos Varejistas, observa-se no gráfico abaixo que a análise das faixas de preços mostra que o intervalo dos preços aceitáveis para o Circular de Passageiros, variando entre R$ 3,50 (Ponto Barato Marginal) até R$ 5,50 (Ponto Caro Marginal).

O ponto de máxima captura de mercado ocorre com o preço de R$ 5,50 (Ponto de Máximo Compradores), onde a probabilidade de captura do público interessado no serviço seria de 58,87% de compradores sendo que a probabilidade dos interessados mostrarem-se como possíveis potenciais compradores do serviço é de 88,71%

O ponto de indiferença de preços (PI) ocorre em R$ 5,00, onde a probabilidade de captura do público interessado no serviço é de 45,97% de compradores sendo que a probabilidade dos interessados mostrarem-se como possíveis potenciais compradores do serviço é de 88,71%.

O ponto ótimo de preços ocorre em R$ 4,00, com as probabilidades de captura de mercado de 33,06% e de possíveis compradores em 96,77%.



Ponto	% Comprador	% Possível	R$
Max Compradores	58,87	88,71	R$ 5,50
Pto Indif.	45,97	88,71	R$ 5,00
Pto Ótimo	33,06	96,77	R$ 4,00
Pto Caro Mrg	58,87	88,71	R$ 5,50
Pto Barato Mrg	7,26	91,13	R$ 3,50

Gráfico 28: PSM Circular de Passageiros para Varejistas

Matéria DOCREC 1007/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 1213/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516.

autuado por Diego Marinetto em 08/11/2021 10:10:07

Maria Cristina P. B. Abreu
Assessor Técnica
RF 817.440.7
SDTE/AJ

Fonte: TNS Research, análise Accenture, 2010.

Para o segmento dos Sacoleiros, observa-se no gráfico abaixo que a análise das faixas de preços mostra que o intervalo dos preços aceitáveis para o Circular de Passageiros, variando entre R$ 4,00 (Ponto Barato Marginal) até R$ 5,50 (Ponto Caro Marginal).

O ponto de máxima captura de mercado ocorre com o preço de R$ 5,50 (Ponto de Máximo Compradores), onde a probabilidade de captura do público interessado no serviço seria de 67,19% de compradores sendo que a probabilidade dos interessados mostrarem-se como possíveis potenciais compradores do serviço é de 88,28%

O ponto de indiferença de preços (PI) ocorre em R$ 5,00, onde a probabilidade de captura do público interessado no serviço é de 51,56% de compradores sendo que a probabilidade dos interessados mostrarem-se como possíveis potenciais compradores do serviço é de 88,28%.

O ponto ótimo de preços ocorre em R$ 4,00 e coincide com o ponto marginal barato, com a probabilidade de captura de mercado de 29,69% e de possíveis compradores em 96,09%.

MINUTA

Matéria DOCREC 1007/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 1213/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516.

autenticado por Diego Marinetto em 08/11/2021 14:10:07

PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE SÃO PAULO

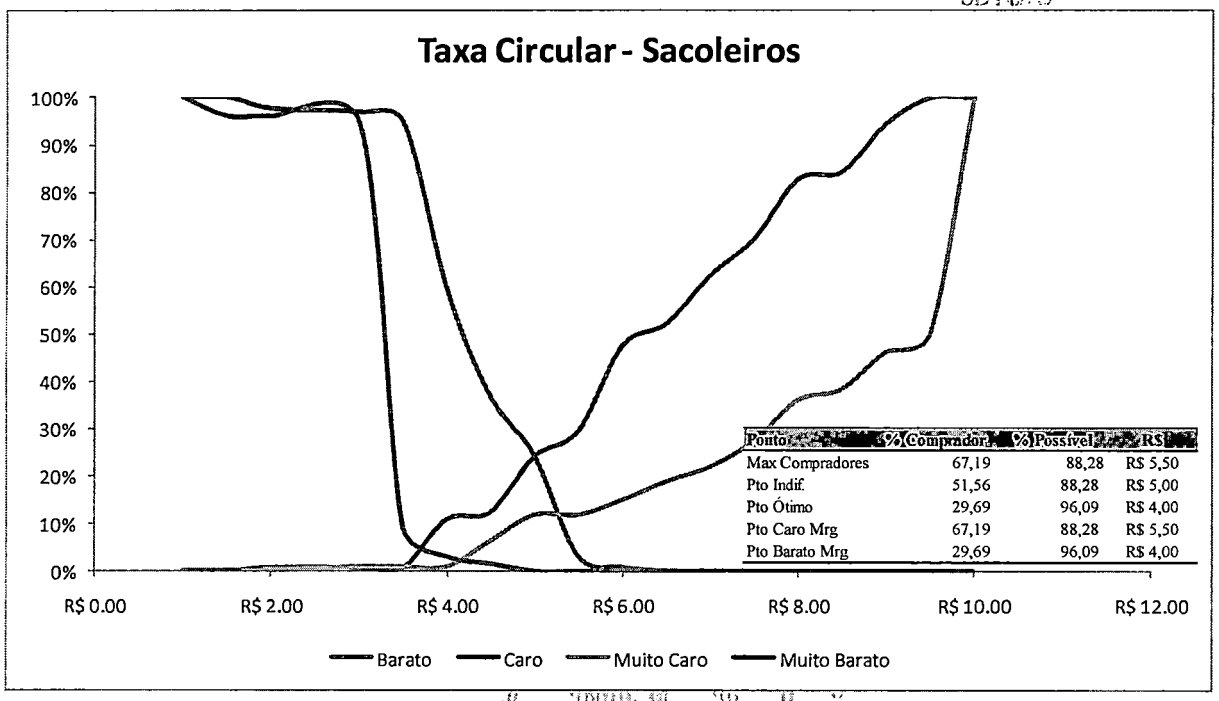
Secretaria Municipal do Desenvolvimento Trabalho e Empreendedorismo – SDTE

Edital de Concorrência Pública nº 01-B/SDTE/2014

Processo nº 2013-0.363.235-3

Maria Cristina R. B. Alves
Assessora Técnica
RF 817.440.7
SDTE/AJ

fl. 402



Ponto	% Comprador	% Possível	R$
Max Compradores	67,19	88,28	R$ 5,50
Pto Indif.	51,56	88,28	R$ 5,00
Pto Ótimo	29,69	96,09	R$ 4,00
Pto Caro Mrg	67,19	88,28	R$ 5,50
Pto Barato Mrg	29,69	96,09	R$ 4,00

Gráfico 29: PSM Circular de Passageiros para Sacoleiros

Fonte: TNS Research, análise Accenture, 2010.

Para o segmento dos Atacadistas, observa-se no gráfico abaixo que a análise das faixas de preços mostra que o intervalo dos preços aceitáveis para o Circular de Passageiros, variando entre R$ 4,00 (Ponto Barato Marginal) até R$ 5,50 (Ponto Caro Marginal).

O ponto de máxima captura de mercado ocorre com o preço de R$ 5,50 (Ponto de Máximo Compradores), onde a probabilidade de captura do público interessado no serviço seria de 51,18% de compradores sendo que a probabilidade dos interessados mostrarem-se como possíveis potenciais compradores do serviço é de 87,40%

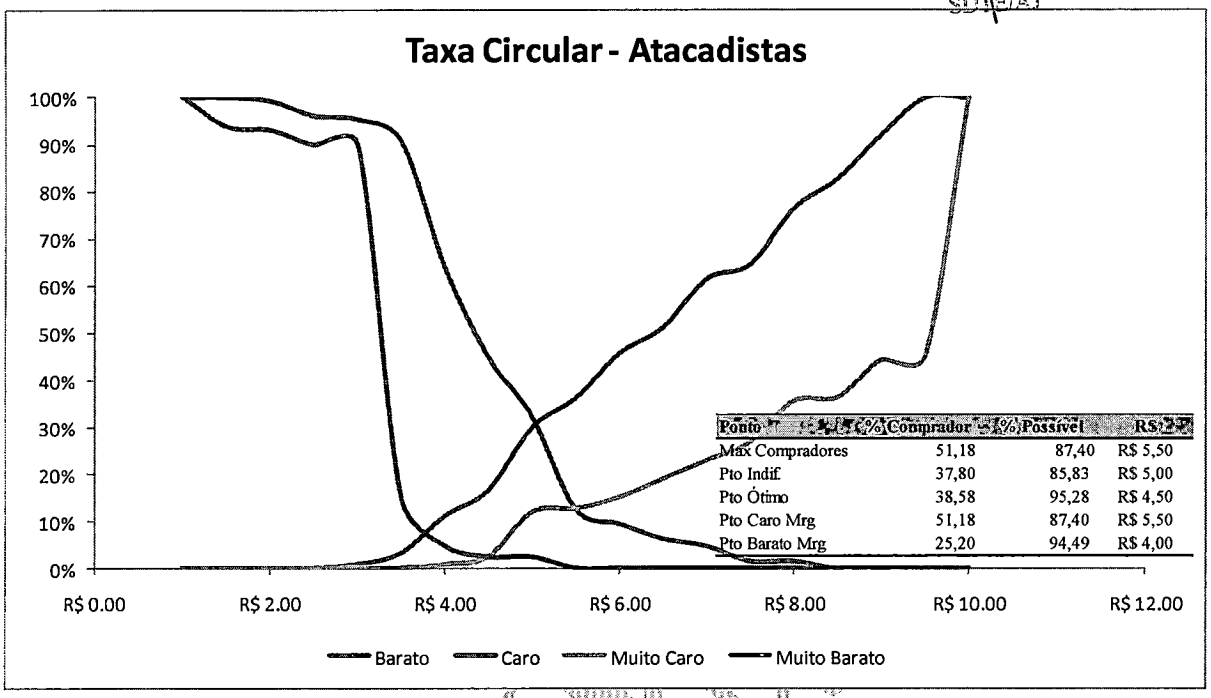
O ponto de indiferença de preços (PI) ocorre em R$ 5,00, onde a probabilidade de captura do público interessado no serviço é de 37,80% de compradores sendo que a probabilidade dos interessados mostrarem-se como possíveis potenciais compradores do serviço é de 85,83%.

O ponto ótimo de preços ocorre em R$ 4,50, com a probabilidade de captura de mercado de 38,58% e de possíveis compradores em 95,28%.

Matéria DOCREC 1007/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 1213/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516.

Maria Cristina P. B. Abreu
Assessora Técnica
RF 817.440.7
SDTE/AJ

fl. 403



Ponto	% Comprador	% Possível	R$
Máx Compradores	51,18	87,40	R$ 5,50
Pto Indif.	37,80	85,83	R$ 5,00
Pto Ótimo	38,58	95,28	R$ 4,50
Pto Caro Mrg	51,18	87,40	R$ 5,50
Pto Barato Mrg	25,20	94,49	R$ 4,00

Gráfico 30: PSM Circular de Passageiros para Atacadistas

Fonte: TNS Research, análise Accenture, 2010.

Transporte de Cargas

Segundo a pesquisa para os Turistas de Compras de modo consolidado, observa-se na Tabela 22 que a análise das faixas de preços mostra que o intervalo dos preços aceitáveis por sacolas para o Transporte de Cargas é de R$ 4,18 (Ponto Barato Marginal) até R$ 6,59 (Ponto Caro Marginal).

O ponto de máxima captura de mercado (Ponto de Máximo Compradores), o qual representa o cenário otimista, assim como o Ponto de Indiferença (PI), ocorre com o preço de R$ 6,33, onde a probabilidade de captura do público interessado no serviço seria de 48,76% de compradores sendo que a probabilidade dos interessados mostrarem-se como possíveis potenciais compradores do serviço é de 84,90%.

Matéria DOCREC 1007/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 1213/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516.

Fls. n.º _____ do Proc
autuado por Diego Marinetto em 08/11/2021 14:10:07.

Maria Cristina P. B. Abreu
Assessor Técnica
RF 817.440.7
SDTE/AJ

fl. 404

Já o Ponto Ótimo de Preço ocorre em R$ 5,00, o qual representa o pior cenário, onde a probabilidade de compradores é de 26,89% e a de possíveis compradores é de 95,11%.

Destacam-se inclusive os pontos de ruptura desse serviço como R$ 13,35, R$ 10,31 e R$ 22,85 com apenas 27,38%, 26,80% e 10,89% de probabilidade de captura de compradores, respectivamente. (Tabela 22).

Tabela 21: Consolidado dos PSM para Transporte de Cargas para Turistas de Compras

Ponto	TRANSPORTE DE CARGAS		
	% Comprador	% Possível	R$
Max Compradores	48,76	84,90	R$ 6,33
Pto Indif.	48,76	84,90	R$ 6,23
Pto Ótimo	26,89	95,11	R$ 5,00
Pto Caro Mrg	45,45	82,91	R$ 6,59
Pto Barato Mrg	15,26	92,86	R$ 4,18
Pto de Ruptura	27,38	58,39	R$ 13,35
Pto de Ruptura	10,89	30,44	R$ 22,85
Pto de Ruptura	26,80	71,56	R$ 10,31

Fonte: TNS Research, análise Accenture, 2010.

Para o segmento dos Varejistas, observa-se no gráfico abaixo que a análise das faixas de preços mostra que o intervalo dos preços aceitáveis para o Transporte de Cargas, variando entre R$ 4,00 (Ponto Barato Marginal) até R$ 7,00 (Ponto Caro Marginal) por sacola.

O ponto de máxima captura de mercado ocorre com o preço de R$ 8,00 (Ponto de Máximo Compradores), onde a probabilidade de captura do público interessado no serviço seria de 49,19% de compradores sendo que a probabilidade dos interessados mostrarem-se como possíveis potenciais compradores do serviço é de 79,03%

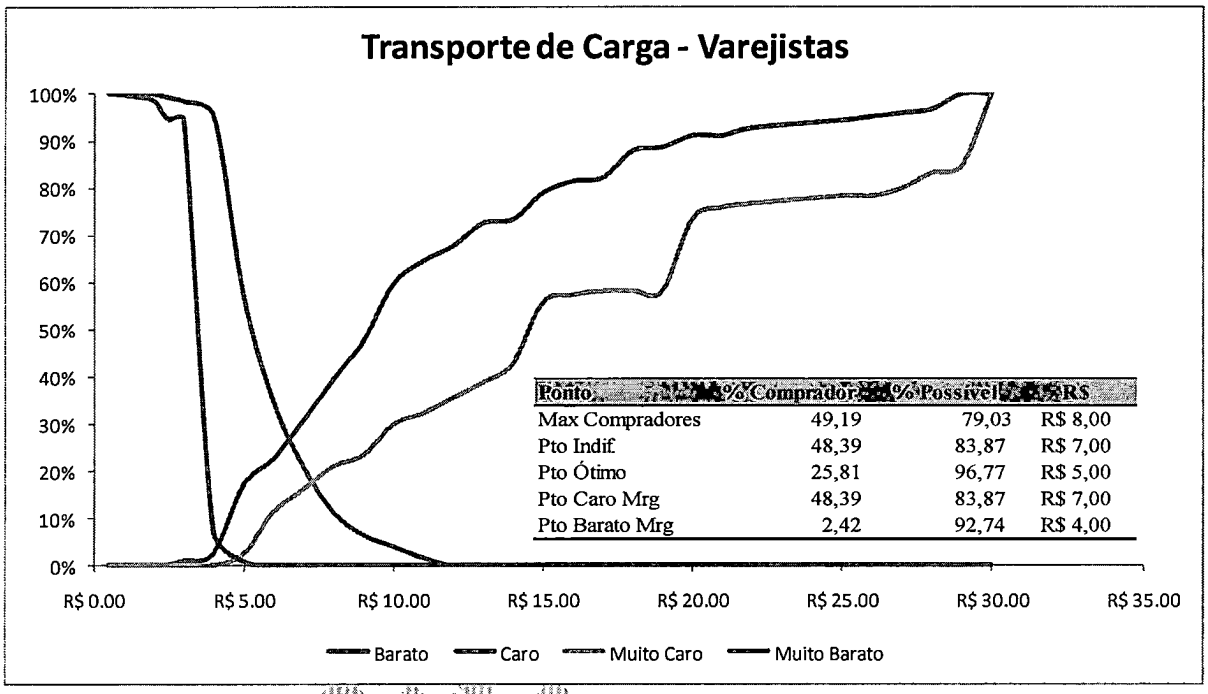
O ponto de indiferença de preços (PI) ocorre em R$ 7,00, onde a probabilidade de captura do público interessado no serviço é de 48,39% de compradores sendo que a probabilidade dos interessados mostrarem-se como possíveis potenciais compradores do serviço é de 83,87%.

Matéria DOCREC 1007/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 1213/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516.

Fls. n.º
autuado por Diego Marinetto em 08/11/2021 14:10:07 do Proc
fls. 269
2013-0.363.235-3

Maria Cristina P. B. Abreu
Assessora Técnica
RF 817.440.7
SDTE/AJ
fl. 405

O ponto ótimo de preços ocorre em R$ 5,00, com as probabilidades de captura de mercado de 25,81% e de possíveis compradores em 96,77%.



Ponto	% Comprador	% Possível	R$
Max Compradores	49,19	79,03	R$ 8,00
Pto Indif.	48,39	83,87	R$ 7,00
Pto Ótimo	25,81	96,77	R$ 5,00
Pto Caro Mrg	48,39	83,87	R$ 7,00
Pto Barato Mrg	2,42	92,74	R$ 4,00

Gráfico 31: PSM Transporte de Cargas para Varejistas

Fonte: TNS Research, análise Accenture, 2010.

Para o segmento dos Sacoleiros, observa-se no gráfico abaixo que a análise das faixas de preços mostra que o intervalo dos preços aceitáveis para o Transporte de Cargas, variando entre R$ 4,00 (Ponto Barato Marginal) até R$ 6,00 (Ponto Caro Marginal) por sacola.

O ponto de máxima captura de mercado ocorre com o preço de R$ 7,00 (Ponto de Máximo Compradores), onde a probabilidade de captura do público interessado no serviço seria de 54,69% de compradores sendo que a probabilidade dos interessados mostrarem-se como possíveis potenciais compradores do serviço é de 80,47%

Matéria DOCREC 1007/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 1213/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516.

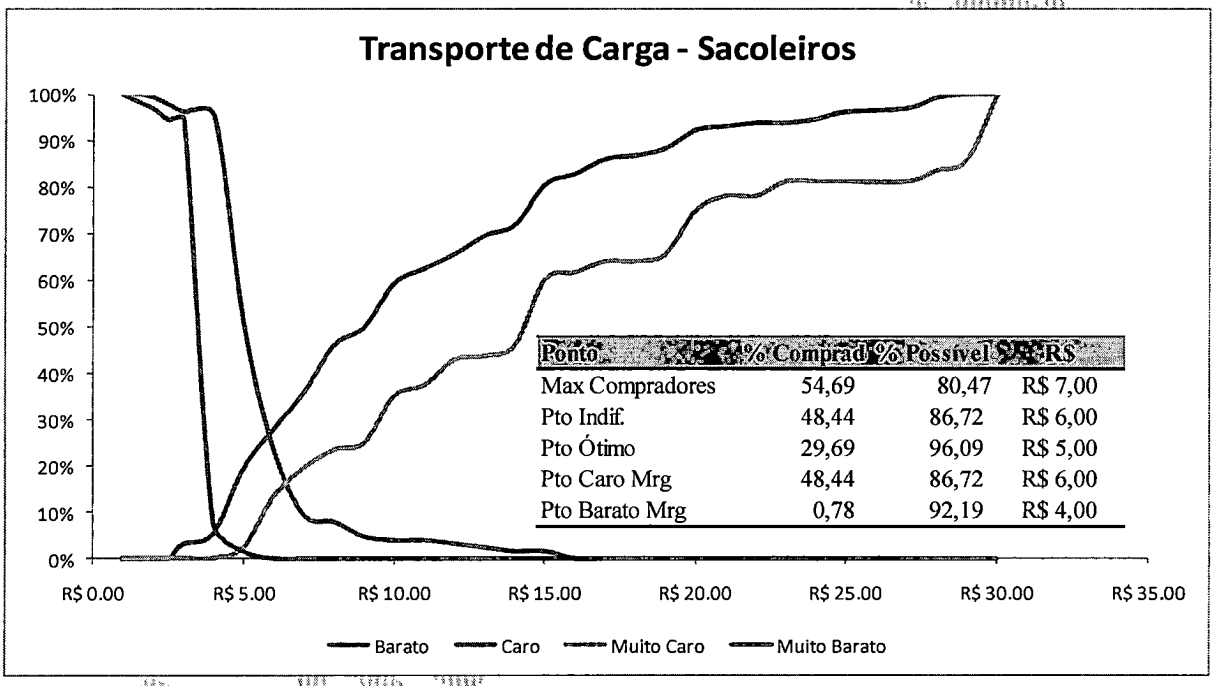
Documento Anexo III do Edital - Estudo de Mercado (053284927) SEI 6010.2021/0002874-8 / pg. 175

Fls. n.º
autuado por Diego Marinetto em 08/11/2021 14:10:07.
2013 - 0.363.235 - 3 fls. 270
fl. 4055

Maria Cristina P. B. Abreu
Assessoria Técnica
RF 817.440.7
SDTE/AJ
fl 406

O ponto de indiferença de preços (PI) ocorre em R$ 6,00, onde a probabilidade de captura do público interessado no serviço é de 48,44% de compradores sendo que a probabilidade dos interessados mostrarem-se como possíveis potenciais compradores do serviço é de 86,72%.

O ponto ótimo de preços ocorre em R$ 5,00, com as probabilidades de captura de mercado de 29,69% e de possíveis compradores em 96,09%.



Ponto	% Comprad	% Possível	R$
Max Compradores	54,69	80,47	R$ 7,00
Pto Indif.	48,44	86,72	R$ 6,00
Pto Ótimo	29,69	96,09	R$ 5,00
Pto Caro Mrg	48,44	86,72	R$ 6,00
Pto Barato Mrg	0,78	92,19	R$ 4,00

Gráfico 32: PSM Transporte de Cargas para Sacoleiros

Fonte: TNS Research, análise Accenture, 2010.

Para o segmento dos Atacadistas, observa-se no gráfico abaixo que a análise das faixas de preços mostra que o intervalo dos preços aceitáveis para o Transporte de Cargas, variando entre R$ 4,50 (Ponto Barato Marginal) até R$ 7,00 (Ponto Caro Marginal) por sacola.

O ponto de máxima captura de mercado coincide com o ponto barato marginal com o preço de R$ 4,50 (Ponto de Máximo Compradores), onde a probabilidade de captura do público

Matéria DOCREC 1007/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 1213/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516.

autuado por Diego Marinetto em 08/11/2021 14:10:07.

fl. 4056

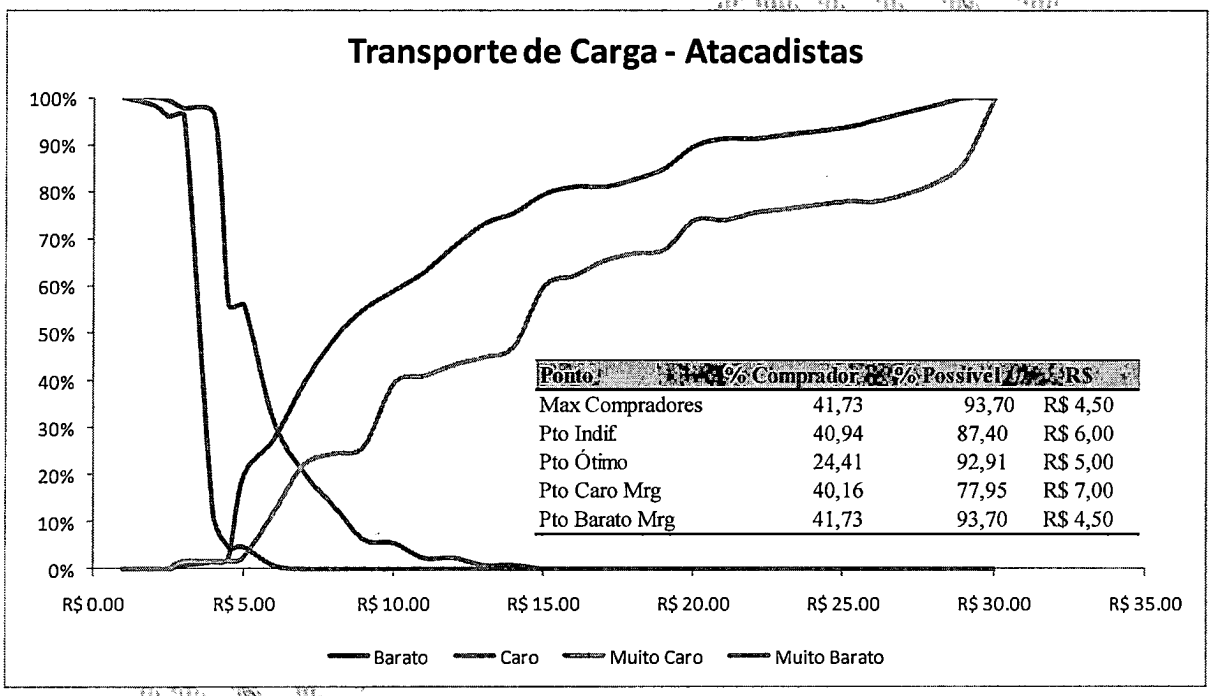
fl 407

Maria Cristina P. B. Abreu
Assessoria Técnica
RF 817.440.7
SDTE/AJ

interessado no serviço seria de 41,73% de compradores sendo que a probabilidade dos interessados mostrarem-se como possíveis potenciais compradores do serviço é de 93,70%

O ponto de indiferença de preços (PI) ocorre em R$ 6,00, onde a probabilidade de captura do público interessado no serviço é de 40,94% de compradores sendo que a probabilidade dos interessados mostrarem-se como possíveis potenciais compradores do serviço é de 87,40%.

O ponto ótimo de preços ocorre em R$ 5,00, com as probabilidades de captura de mercado de 24,41% e de possíveis compradores em 92,91%.



Ponto	% Comprador	% Possível	R$
Max Compradores	41,73	93,70	R$ 4,50
Pto Indif.	40,94	87,40	R$ 6,00
Pto Ótimo	24,41	92,91	R$ 5,00
Pto Caro Mrg	40,16	77,95	R$ 7,00
Pto Barato Mrg	41,73	93,70	R$ 4,50

Gráfico 33: PSM Transporte de Cargas para Atacadistas

Fonte: TNS Research, análise Accenture, 2010.

Matéria DOCREC 1007/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 1213/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516.

autuado por Diego Marinetto em 08/11/2021 14:10:07.

Maria Cristina P. B. Abreu
Assessora Técnica
RF 817.440.7
SDTE/AJ

4.2. Principais Resultados para Lojistas e Camelôs

4.2.1. Contexto e Percepções

A pesquisa com os Camelôs das regiões de compras do projeto atestou a alta da clandestinidade dos comerciantes da Feirinha da Madrugada do Brás, região central, onde os camelôs operam há pelo menos quatro anos, muitos sem licença ou permissão de uso.

Segundo levantado nas pesquisas, 90% dos camelôs não tem garantia de que poderão trabalhar, já que a categoria trabalha praticamente sob a ilegalidade. Na época das pesquisas, não havia licença da prefeitura para esta atividade na região. Como é de conhecimento público, o contexto atual da Feirinha da Madrugada é permeado por cobranças de propina e contrabandos. O que contribui ainda mais para a ilegalidade na categoria.

No caso dos camelôs de ruas, a situação é ainda mais crítica em relação à clandestinidade, pois em muitos casos, eles pagam para os lojistas para que estes permitam que se instalem na porta das lojas (muitas vezes vendem o mesmo produto por um custo muito mais baixo).

O setor representa a ponta de um enorme *iceberg* para o país. Daí a necessidade de ações emergenciais junto ao setor.

Como foi percebido pelas equipes de entrevistadores, dentro de um contexto "clandestino", a proposta de uma estrutura legalizada e oficializada, no mínimo, causa insegurança e incertezas neste público.

Se por um lado há vantagens em virtude da isenção de impostos ou quaisquer outras despesas obrigatórias para um negócio, por outro lado, muitas são as desvantagens de viver às margens, sem legítimo direito de trabalhar: "*Todo camelô sonha em ser legalizado*" – testemunha um camelô.

Apesar do desejo, estes não conseguem tangibilizar uma estrutura, até porque não sentem-se parte dela. O fato de não experimentarem sentimentos de pertencimento em seu cotidiano, dificulta o entendimento acerca do novo projeto, sobretudo em relação aos benefícios e possíveis obrigações que este novo panorama pode trazer.

Matéria DOCREC 1007/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 1213/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516.

autuado por Diego Marinetto em 08/11/2021 14:10:07
2013 - 0.363.235 - fls. 273

Maria Cristina P. B. Abreu
Assessor Técnica
RF 817.440.7
SDTE/AJ

Dentro deste contexto, pode-se dizer que o interesse é bastante positivo, onde 6 entre 10 camelôs têm muito interesse em participar no projeto CIRCUITO DAS COMPRAS.

Para dimensionar o espaço que necessitariam no novo contexto, os camelôs espelham-se no box que hoje trabalham, assim 75% estimaram um box entre $2m^2$ e $4m^2$.

Tabela 22: Distribuição das entrevistas quantitativas para Camelôs

		REGIÃO		TOTAL
		25 de Março	Brás	
SEGMENTO	Camelôs	25	100	125
TOTAL		25	100	125

Fonte: TNS Research, 2010.

4.2.2. Principais Resultados da Pesquisa

Perfil dos Entrevistados

Segundo a pesquisa conduzida, entre os Camelôs, a predominância é para o público masculino, que representou 56% da amosta entrevistada, composta por 125 entrevistados.

Matéria DOCREC 1007/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 1213/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516.

autuado por Diego Marinetto em 08/11/2021 14:10:07.
2013 - 0.363.235 - 3 fls. 274

fl. 4059

fl. 410

Maria Cristina P. D. ...
Assessora Técnica
RF 8.174.446.7
SDTE/AJ

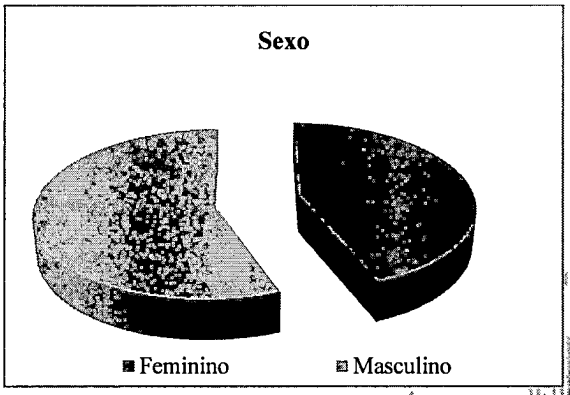


Gráfico 34: Distribuição por sexo dos Camelôs

Fonte: TNS Research, 2010.

Observando-se a distribuição pela idade declarada, observa-se uma clara predominância de 53% dos entrevistados entre 25 e 44 anos. Também nota-se um importante grupo firmado por jovens comerciantes, com 19% dos entrevistados entre 18 e 24 anos. A idade média dos Camelôs entrevistados é de 36,8 anos, indicando assim que trata-se de um público jovem.

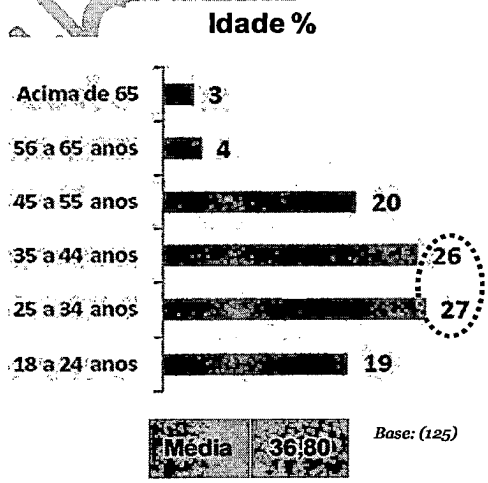


Gráfico 35: Distribuição dos Camelôs pela idade

Fonte TNS Research, 2010.

Matéria DOCREC 1007/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 1213/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516.

Documento Anexo III do Edital - Estudo de Mercado (053284927) SEI 6010.2021/0002874-8 / pg. 180

Fls. n.º
autuado por Diego Marinetto em 08/11/2021 14:10:07 do Proc.
fl. 4060
2013 - 0.363.235 - 3
fls. 275

Maria Cristina P. B. Abreu
Assessoria Técnica
RF 817.440.7
SDTE/AJ

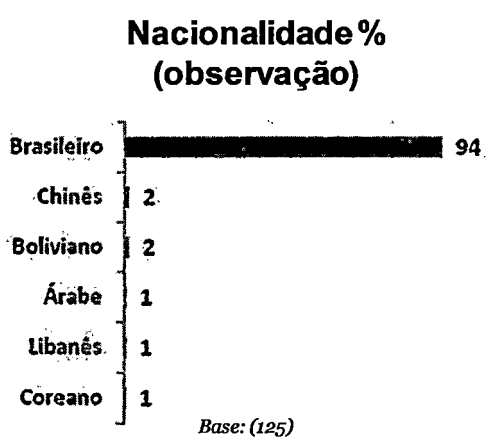


Gráfico 36: Distribuição dos Camelôs por nacionalidade

Fonte TNS Research, 2010

Com relação à nacionalidade, o alto percentual de brasileiros se justifica especialmente ao fato da prática de sublocação dos espaços. Ou seja, as respostas obtidas pelas pessoas da "linha de frente" pertencem às sublocações, a qual é uma prática muito comum entre os comerciantes da Feira da Madrugada.

Características do Comércio

O comércio local apresenta uma concentração de funcionamento no horário da madrugada, onde 86% dos Camelôs entrevistados afirmaram trabalhar apenas entre o período da manhã e tarde.

Matéria DOCREC 1007/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 1213/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516.

Documento Anexo III do Edital - Estudo de Mercado (053284927) SEI 6010.2021/0002874-8 / pg. 181

autuado por Diego Marinetto em 08/11/2021 14:10:07.

Maria Cristina P. B. Abreu
Assessoria Técnica
RF 317.440.7
SDTE/AJ

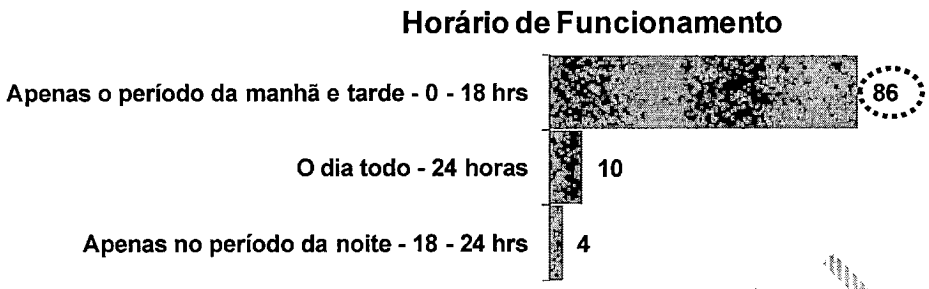


Gráfico 37: Distribuição dos Camelôs pelo horário de trabalho

Fonte TNS Research, 2010

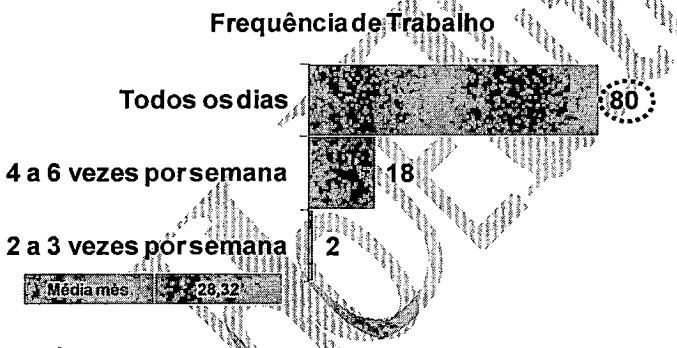


Gráfico 38: Distribuição dos Camelôs pela frequência de trabalho

Fonte TNS Research, 2010

Com relação à frequência de trabalho, quase todos alegam trabalhar diariamente, sendo que a média é de 28,8 dias de trabalho no mês. Além disso, também foi constatado que 98% dos Camelôs não circulam, ou seja, são fixos nas suas regiões de trabalho.

A pesquisa verificou o tamanho médio do espaço de vendas utilizado e o quanto é pago para a manutenção dos espaços mensalmente. Observa-se que a média da mensalidade paga pelos Camelôs entrevistados é de R$ 881,12, sendo que o tamanho médio alegado é de 2,73m^2 (base amostral de 125 entrevistados).

Avaliação da Infraestrutura Atual

Matéria DOCREC 1007/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 1213/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516.

Fls. n.º _____ do Proc
autuado por Diego Marinetto em 08/11/2021 14:10:07.

Maria Cristina P. B. Abreu
Assessoria Técnica
RF 817.440.7
SDTE/AJ
413

Os entrevistados foram estimulados a avaliarem os serviços e equipamentos atualmente disponíveis nas regiões de compras. Muito da infraestrutura avaliada baseia-se na disponibilidade que a Feira da Madrugada dispõe aos usuários.

Dessa maneira, durante o dia de compras, os entrevistados indicaram os locais, estruturas e serviços aos quais tem acesso:

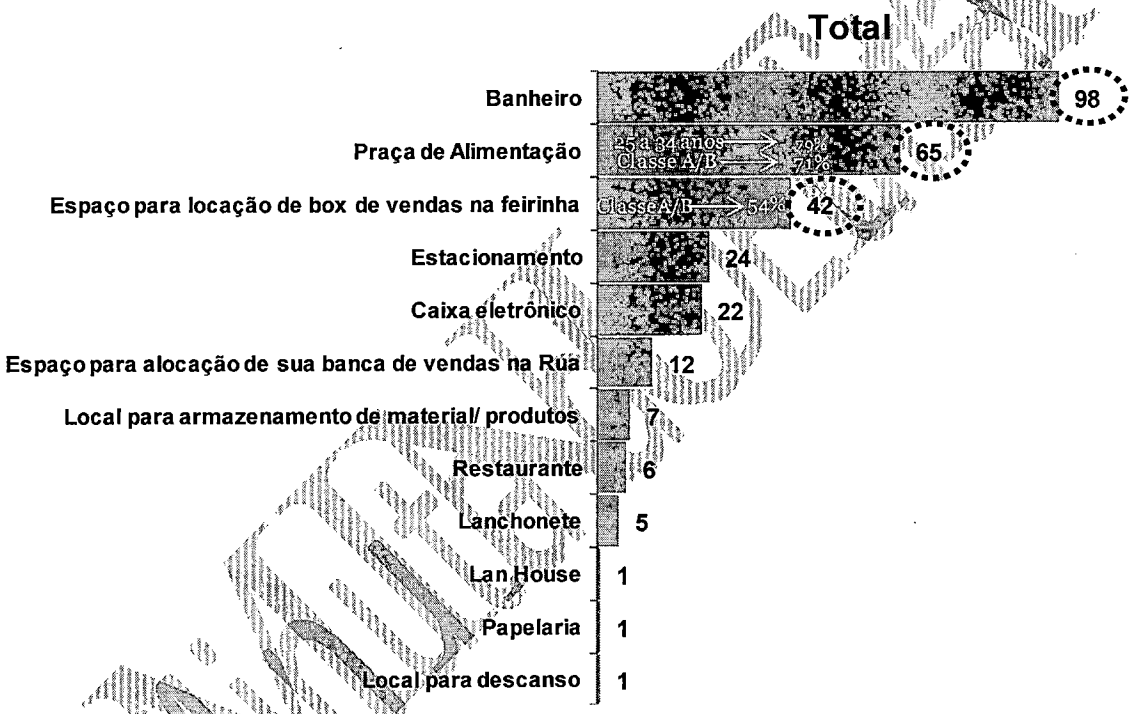


Gráfico 39: Utilização de elementos da infraestrutura atual

Fonte: TNS Research, 2010.

Para os três primeiros elementos avaliados (Banheiro, Praça de Alimentação e Box) foi realizada a pesquisa espontânea para capturar o valor médio gasto com cada um desses serviços, bem como uma nota média atribuída a infraestrutura atual. Observa-se uma avaliação relativamente alta considerando as condições atuais de infraestrutura. Esse ponto se deve ao fato dos Camelôs não terem uma referência para comparar a situação atual com um modelo melhor em termos de infraestrutura e condições.

Matéria DOCREC 1007/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 1213/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516.

Documento Anexo III do Edital - Estudo de Mercado (053284927) SEI 6010.2021/0002874-8 / pg. 183

autuado por Diego Marinetto em 08/11/2021 14:10:07.

Maria Cristina P. B. Abreu
Assessor Técnica
RF 81.140.7
SDTE/AJ

Tabela 23: Avaliação da infraestrutura utilizada pelos Camelôs

	Paga em média...	Nota média...
Banheiro	R$ 2,74 (Base: 32)	6,63 (Base: 123)
Alimentação	R$ 14,50 (Base: 68)	6,77 (Base: 81)
Locação de box	R$ 1.140,80 (Base: 50)	6,62 (Base: 52)

Fonte: TNS Research, 2010.

Com relação aos gastos com alimentação na região, a pesquisa identificou via pergunta espontânea, o valor médio gasto e o quanto ele estaria disposto a gastar, caso existisse uma nova praça de alimentação no local. Segundo a pesquisa, o Ticket Médio/Dia é de R$ 13,64 e caso existissem novas alternativas de alimentação, os Camelôs responderam em média que estariam dispostos a aumentar seus gastos para R$ 15,07/dia.

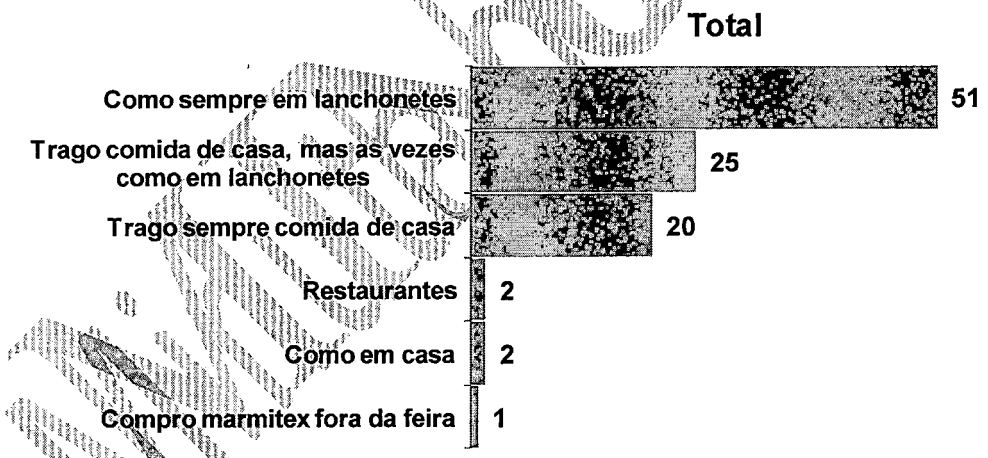


Gráfico 40: Distribuição dos Camelôs por onde faz refeição

Fonte: TNS Research, 2010.

A pesquisa identificou o uso de espaços para armazenagem, do tipo *selfstorage* pelos Camelôs. Nitidamente, percebe-se que o uso do *selfstorage* não é uma prática difundida entre os Camelôs, pois 89% afirmaram não fazer uso desse serviço.

Matéria DOCREC 1007/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 1213/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516.

Fls. n.º ____ do Proc.
autuado por Diego Marinetto em 08/11/2021 14:10:07.
2013 - 0.363.235-3 fls. 279
fl. 4064

fl. 415
Maria Cristina P. B. Abreu
Assessor Técnica
RF 817.440.7
SDTE/AJ

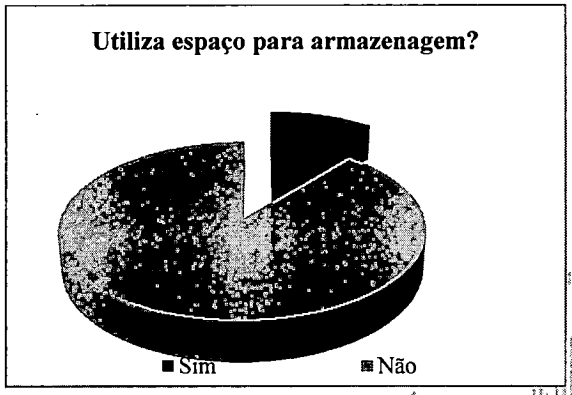


Gráfico 41: Uso de espaço adicional para armazenagem de mercadorias

Fonte: TNS Research, 2010.

Para os entrevistados que responderam que utilizam um espaço adicional de armazenagem de mercadorias, estes foram estimulados a pensarem que caso tivessem um espaço adicional para armazenagem de mercadorias, os tamanhos mais representativos são 4 m^2 e $2m^2$, respectivamente.

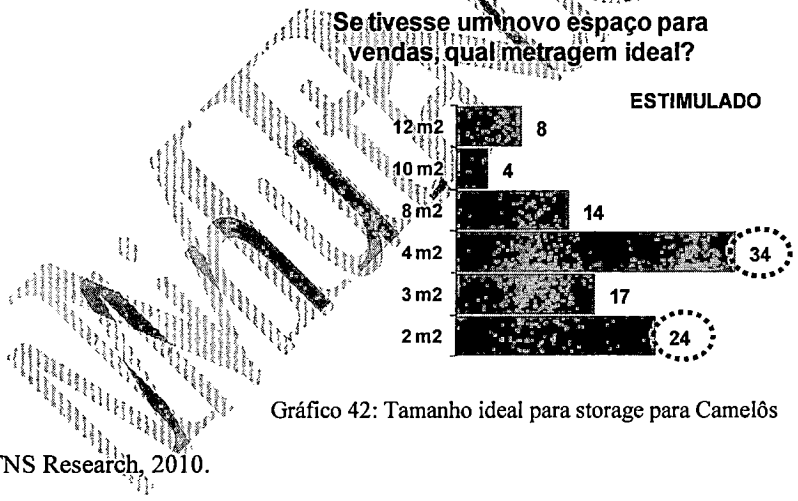


Gráfico 42: Tamanho ideal para storage para Camelôs

Fonte: TNS Research, 2010.

Quando estimulados a pensar na possibilidade da existência de um local próximo ao seu box onde seria poderia armazenar todo seu estoque em condições organizadas, seguras e ter acesso a esse espaço no momento que quiser, deixando assim de ocupar o espaço de venda do seu box com estoque, 57% dos interessados se mostram interessados no serviço.

Matéria DOCREC 1007/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 1213/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516.
Documento Anexo III do Edital - Estudo de Mercado (053284927) SEI 6010.2021/0002874-8 / pg. 185

autuado por Diego Marinetto em 08/11/2021 14:10:07.

PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE SÃO PAULO

Secretaria Municipal do Desenvolvimento Trabalho e Empreendedorismo – SDTE

Edital de Concorrência Pública nº 01-B/SDTE/2014

Processo nº 2013-0.363.235-3

fl. 416

Maria Cristina P. B. Abreu
Assessora Técnica
RF 817.140.7
SDTE/AJ

Avaliação do Conceito

Após a captura da percepção da situação atual por parte dos entrevistados, foi apresentada uma nova proposta alternativa que representaria o modelo do projeto CIRCUITO DAS COMPRAS. Abaixo, está a representação utilizada para ilustrar a entrevista e facilitar a compreensão e respostas por parte do entrevistado.

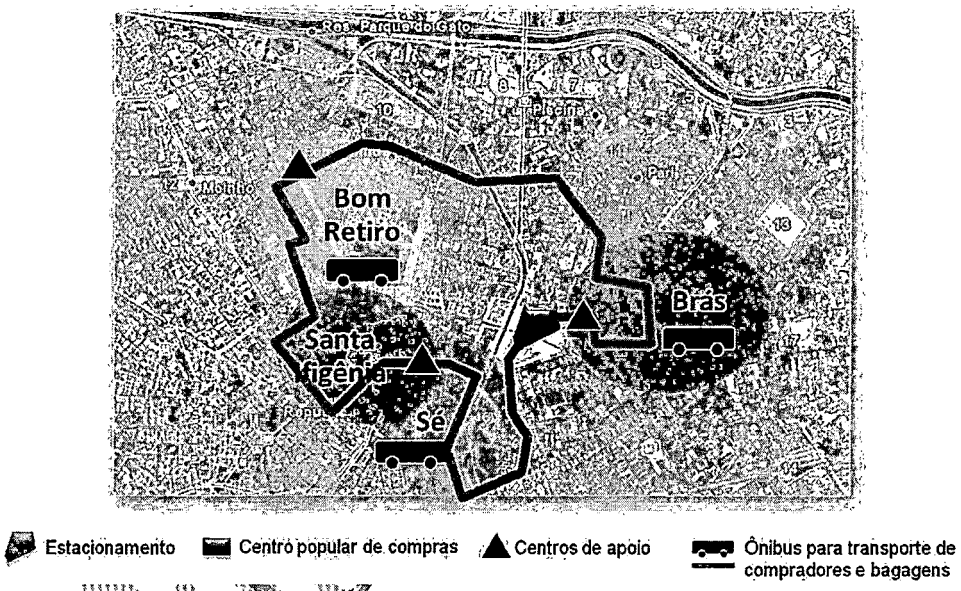


Figura 10: Representação esquemática utilizada para ilustrar o projeto

Para exemplificar, porém sem expor, os conceitos do projeto, o seguinte texto foi utilizado nas pesquisas quantitativas:

Existe um projeto que conta com uma grande infra-estrutura, que abrange todo o CIRCUITO DE COMPRAS da região Central de São Paulo: Brás, Bom Retiro, 25 de março e Santa Ifigênia.

Este projeto oferecerá um centro de apoio com conforto e variadas opções de serviços, especialmente para quem utiliza os fretados, como: estacionamento seguro exclusivo para

Matéria DOCREC 1007/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 1213/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516.

Documento Anexo III do Edital - Estudo de Mercado (053284927) SEI 6010.2021/0002874-8 / pg. 186

autuado por Diego Marinetto em 08/11/2021 14:10:07.

Maria Cristina P. R. Abreu
Assessora Técnica
RF 817.440.7
SDTE/AJ

ônibus fretados, um shopping popular, um shopping de atacado, banheiros privativos, duchas, serviços de entrega e armazenagem de carga, local para descanso e entretenimento, acesso à internet, opções de alimentação, além de acesso entre essas regiões através de ônibus circulares.

Em função disso, após o texto introdutório, os entrevistados deveriam avaliar a atratividade do modelo proposto, e observa-se que a proposta é considerada muito interessante pelos Camelôs, indicando ser um importante ponto de aderência do público com a proposta do projeto.

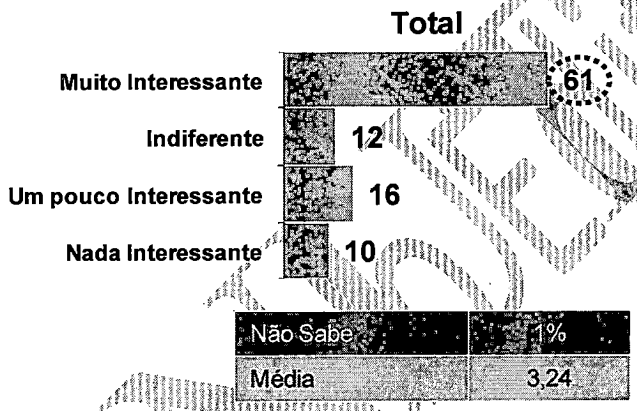


Gráfico 43: Atratividade do projeto para os Camelôs

Fonte: TNS Research, 2010.

Dos entrevistados que acharam a proposta muito interessante, 32% justificam devido ao possível aumento de turistas para realizarem compras, ou seja, potencializa as vendas, 25% acreditam que as vendas aumentariam e 21% associam a um espaço mais agradável para a atividade de compras.

Matéria DOCREC 1007/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 1213/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516.

fl. 418

Maria Cristina P. B. Abreu
Assessor Técnica
RF 811.440.7
SDTE/AJ

Tabela 24: Motivos dos que acharam a proposta muito interessante

ESPONTANEA	TOTAL
ESTRUTURA	**75**
Mais espaço aumenta o fluxo de pessoas / mais pessoas virão fazer compras	32
Vai ser um espaço confortável	21
Ambiente mais organizado	10
Ter ônibus fretado/Ter ônibus que vai circular pelas setores comerciais	10
Serviço de armazenagem de mercadorias / comprar mercadorias em grande quantidade	9
OUTROS	**31**
Aumentar as vendas / lucros	25
Poderei investir mais nos meus negócios	5
Local mais limpo / Higiene	1
Não vou ser ameaçada pelos fiscais / Não vou mais ficar nas ruas	1
SEGURANÇA	**22**
Mais segurança /Policiamento / Segurança contra roubo	22
LOJAS	**16**
Variedades de Produtos / Cliente vai encontrar tudo o que quer em um só lugar	10
Os boxes dão maior credibilidade nas vendas / chamam mais atenção	5
Produtos vão ficar mais expostos	2

Base: Achou Muito Interessante (81)

Fonte: TNS Research, 2010.

Pensando nas atividades cotidianas, os entrevistados foram estimulados a dizer quais são as opções importantes de acordo com as necessidades atuais, e na sequência, foi solicitado o ordenamento de acordo com o grau de importância individual.

Matéria DOCREC 1007/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 1213/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516.

Fls. n.º ____ do Proc.
autuado por Diego Marinetto em 08/11/2021 14:10:07.

Maria Cristina P. B. Abreu
Assessoria Técnica
RF 317.140.7
SDTE/AJ

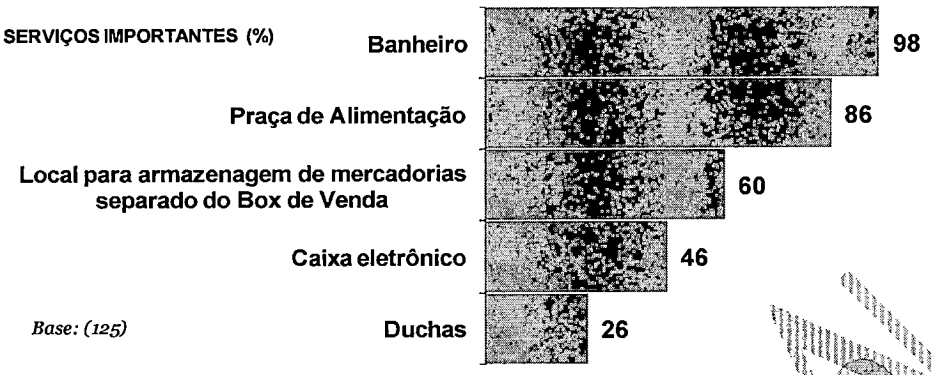


Gráfico 44: Serviços mais importantes mencionados pelos Camelôs

Fonte: TNS Research, 2010.

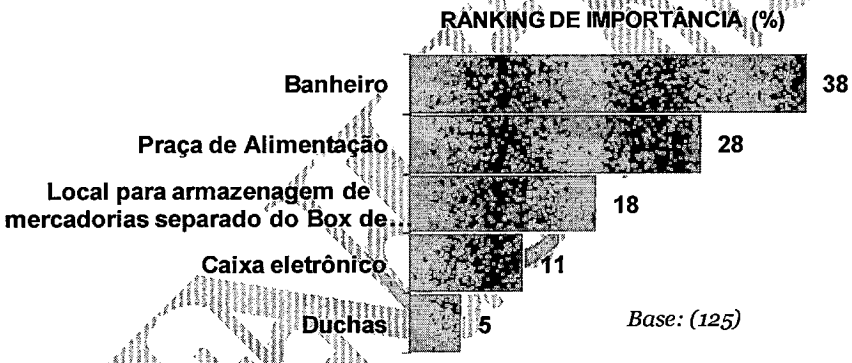


Gráfico 45: Serviços mais importantes priorizados pelos Camelôs

Fonte: TNS Research, 2010.

Observa-se a prevalência do banheiro como serviço mais importante, seguido pela praça de alimentação e o local para armazenamento de produtos. Tais pontos se justificam pela necessidade de melhoria da infraestrutura atual.

A avaliação do conceito do projeto CIRCUITO DAS COMPRAS por parte dos Camelôs da 25 de Março, mostra-se um pouco diferente devido ao comportamento peculiar observado por aquele público quando comparado com os outros camelôs entrevistados.

De modo geral, os Camelôs da 25 de Março não são favoráveis a ideia de mudança para um shopping popular na região do Brás (56% nada disposto e 16% pouco disposto). Também são

Matéria DOCREC 1007/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 1213/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516.

Documento Anexo III do Edital - Estudo de Mercado (053284927) SEI 6010.2021/0002874-8 / pg. 189

Fls. nº
autuado por Diego Marinetto em 08/11/2021 14:10:07.

pouco favoráveis à mudança para um shopping popular na região da 25 de Março, onde apenas 24% se mostram favoráveis a essa alternativa.

Maria Cristina P.B. Abreu
Assessor Técnica
RF 31746.7
SDTE/AJ

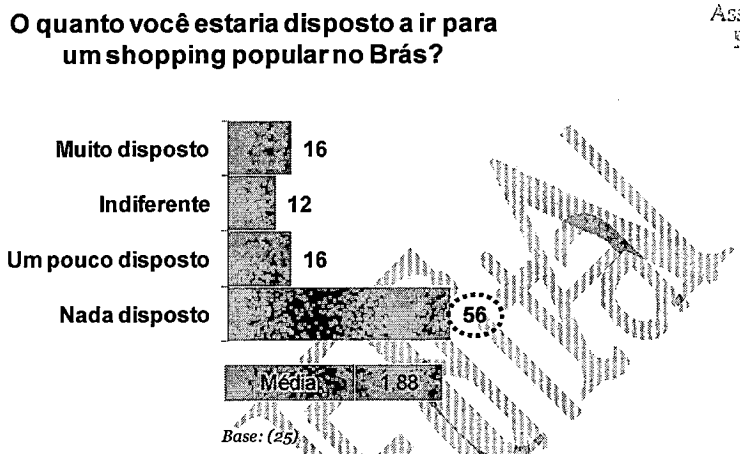


Gráfico 46: Disposição a shopping popular no Brás.

Fonte: TNS Research, 2010.

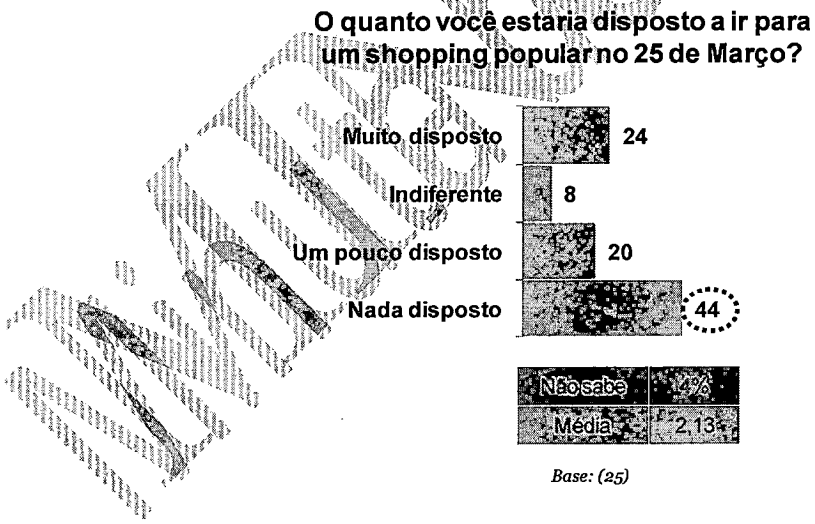


Gráfico 47: Disposição a shopping popular na região da 25 de Março

Fonte: TNS Research, 2010.

Matéria DOCREC 1007/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 1213/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516.

Documento Anexo III do Edital - Estudo de Mercado (053284927) SEI 6010.2021/0002874-8 / pg. 190

autuado por Diego Marinetto em 08/11/2021 14:10:07.

Cristina P.B. Abreu
Assessor Técnica
RF 317.470.V
SDTE/AJ

4.2.3. Sensibilidade a Preço dos Camelôs

Foram testadas as sensibilidades a preço para os 125 Camelôs entrevistados. A metodologia utilizada foi através do desenvolvimento de PSM para cada serviço testado.

Foram analisadas as sensibilidades a preço para os seguintes serviços oferecidos:

- Aluguel de boxes
- *Selfstorage*

Aluguel de Boxes

Segundo a pesquisa para os Camelôs, observa-se na Tabela 26 que a análise das faixas de preços mostra que o intervalo dos preços aceitáveis por sacolas para o Aluguel de boxes é de R$ 200,00/m^2 (Ponto Barato Marginal) até R$ 320,00/m^2 (Ponto Caro Marginal). O tamanho referencial para a pesquisa, foi um box de 4 m^2, pois representa o tamanho padrão mais próximo do que os Camelôs possuem e serve portanto como parâmetro comparativo.

O ponto de máxima captura de mercado, o qual representa o cenário otimista, ocorre com o preço de R$ 300,00/m^2 (Ponto de Máximo Compradores), onde a probabilidade de captura do público interessado no serviço seria de 45,24% de compradores, sendo que a probabilidade dos interessados mostrarem-se como possíveis potenciais compradores do serviço é de 83,33%.

O Ponto de Indiferença (PI) de preços ocorre em R$ 280,00/m^2, o qual representa o cenário mais provável de captura, no qual a porcentagem dos que acham caro é igual a dos que acham barato, tendo assim uma probabilidade de 38,10% de captura de mercado.

Já o Ponto Ótimo de Preço ocorre em R$ 240,00/m^2, o qual representa o pior cenário, onde a probabilidade de compradores é de 42,86% e a de possíveis compradores é de 85,71%.

Destacam-se inclusive os pontos de ruptura desse serviço como R$ 360,00/m2 e R$ 560,00/m2 com apenas 33,33% e 21,43% de probabilidade de captura de compradores, respectivamente. (Tabela 26).

Matéria DOCREC 1007/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 1213/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516.

Fls. n.º
autuado por Diego Marinetto em 08/11/2021 - Rubrica do Proc.
fl. 4071
2013 - 0.363.235 - 3
fls. 286

Maria Cristina P. B. Abreu
Assessora Técnica
RF 817.4[illegible]
SDTE/A[illegible]
fl. 422

Tabela 25: PSM para Aluguel de Box para Camelôs

Ponto	ALUGUEL BOX		
	% Comprador	% Possível	R$
Max Compradores	45,24	83,33	R$ 300,00
Pto Indif.	38,10	83,33	R$ 280,00
Pto Ótimo	42,86	85,71	R$ 240,00
Pto Caro Mrg	38,10	76,19	R$ 320,00
Pto Barato Mrg	9,52	78,57	R$ 200,00
Pto de Ruptura	-	45,24	R$ 760,00
Pto de Ruptura	33,33	73,81	R$ 360,00
Pto de Ruptura	21,43	59,52	R$ 560,00

Fonte: TNS Research, 2010. Análise Accenture.

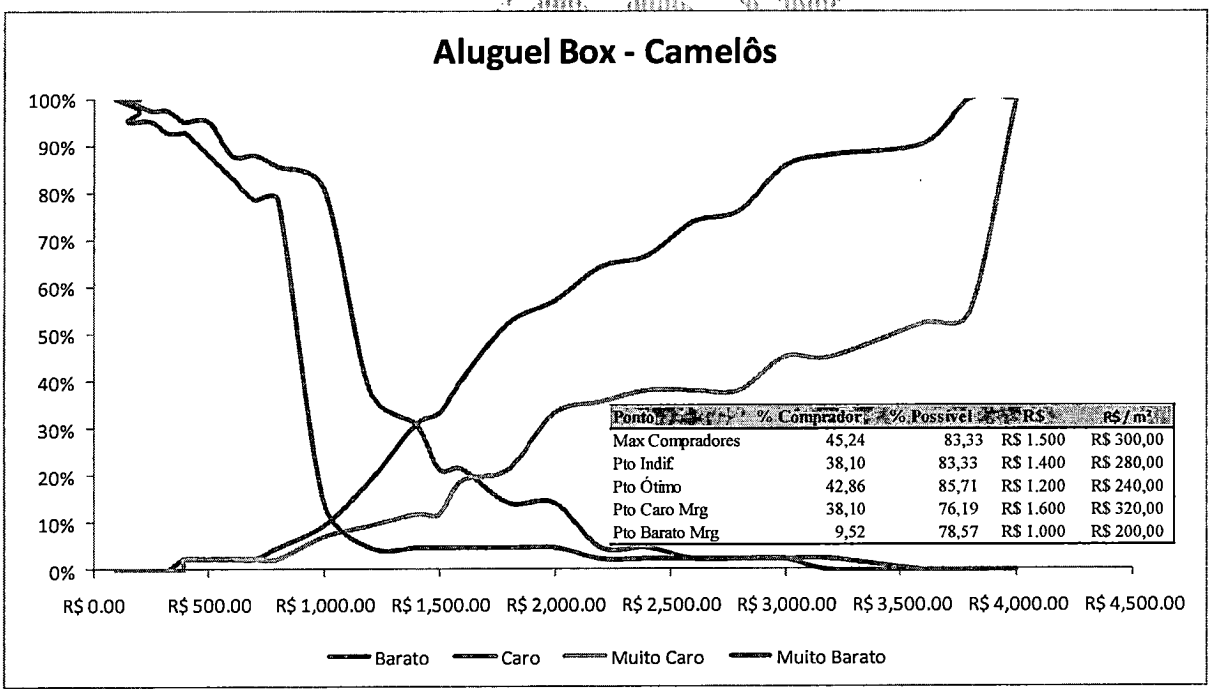


Gráfico 48: PSM para Aluguel de Box para Camelôs

Fonte: TNS Research, 2010. Análise Accenture.

Matéria DOCREC 1007/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 1213/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516.

autuado por Diego Marinetto em 08/11/2021 14:10:07

Maria Cristina P. B. Abreu
Assessora Técnica
RF 817.4[illegible]0.7
SDTE/AJ

Selfstorage

Segundo a pesquisa para os Camelôs, observa-se na Tabela 27 que a análise das faixas de preços mostra que o intervalo dos preços aceitáveis para o aluguel do *Selfstorage* é de R$ 225,00/m^2 (Ponto Barato Marginal) até R$ 275,00/m^2 (Ponto Caro Marginal).

O ponto de máxima captura de mercado, o qual representa o cenário otimista, ocorre com o preço de R$ 350,00/m^2 (Ponto de Máximo Compradores), onde a probabilidade de captura do público interessado no serviço seria de 46,48% de compradores, sendo que a probabilidade dos interessados mostrarem-se como possíveis potenciais compradores do serviço é de 64,79%.

O Ponto de Indiferença (PI) de preços ocorre em R$ 275,00/m^2, o qual representa o cenário mais provável de captura, no qual a % dos que acham caro é igual a dos que acham barato, tendo assim uma probabilidade de 42,25% de captura de mercado.

Já o Ponto Ótimo de Preço ocorre em R$ 225,00/m^2, o qual representa o pior cenário, onde a probabilidade de compradores é de 11,27% e a de possíveis compradores é de 90,14%.

Tabela 26: PSM para *Selfstorage* para Camelôs

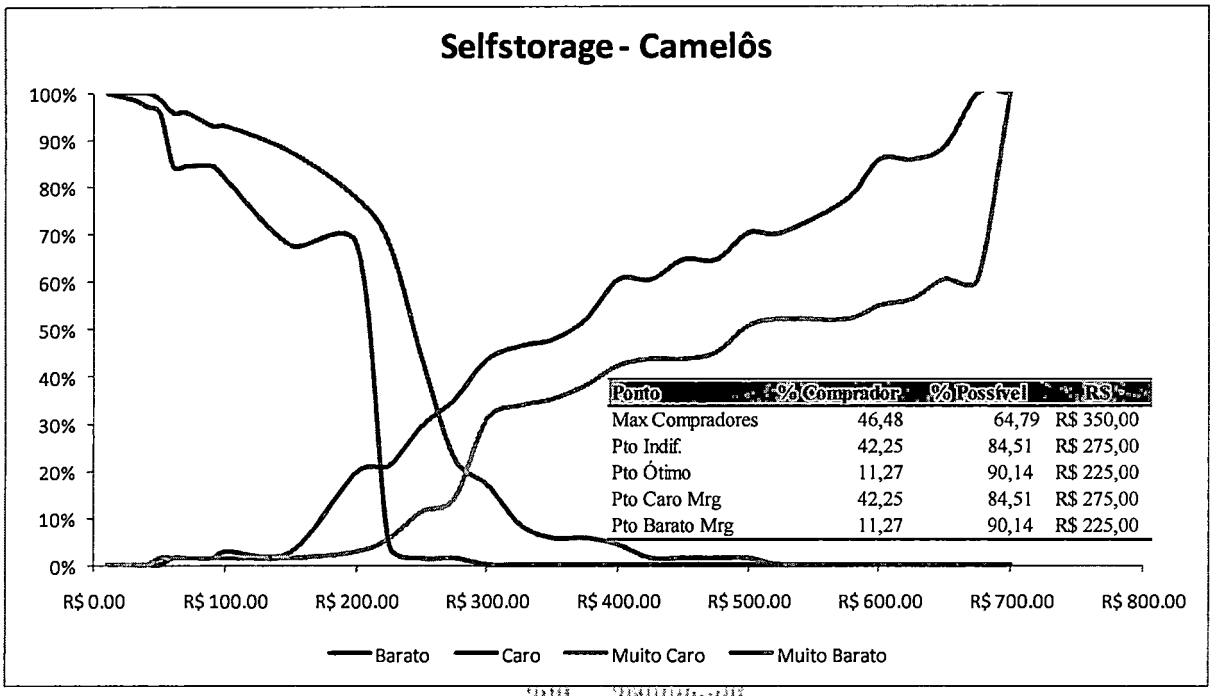
Ponto	SELFSTORAGE		
	% Comprador	% Possível	R$
Max Compradores	46,48	64,79	R$ 350,00
Pto Indif.	42,25	84,51	R$ 275,00
Pto Ótimo	11,27	90,14	R$ 225,00
Pto Caro Mrg	42,25	84,51	R$ 275,00
Pto Barato Mrg	11,27	90,14	R$ 225,00
Pto de Ruptura	-	39,44	R$ 675,00
Pto de Ruptura	42,25	84,51	R$ 275,00
Pto de Ruptura	11,27	90,14	R$ 225,00

Fonte: TNS Research, 2010. Análise Accenture.

Matéria DOCREC 1007/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 1213/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516.

Fls. n.º
autuado por Diego Marinetto em 08/11/2021 14:10:07 do Proc.
fl. 4073
2013 - 0.363.235 - 3
fls. 288

Maria Cristina P. B. Abreu
Assessora Técnica
RF 817.4.017
SDTE/AJ



Ponto	% Comprador	% Possível	R$
Max Compradores	46,48	64,79	R$ 350,00
Pto Indif.	42,25	84,51	R$ 275,00
Pto Ótimo	11,27	90,14	R$ 225,00
Pto Caro Mrg	42,25	84,51	R$ 275,00
Pto Barato Mrg	11,27	90,14	R$ 225,00

Gráfico 49: PSM para *Selfstorage* para Camelôs

Fonte: TNS Research, 2010. Análise Accenture.

4.3. Principais Resultados para Motoristas e Guias

4.3.1. Contexto e Percepções

As pesquisas quantitativas realizadas com os Motoristas e Guias das regiões de compras do projeto permitem a captação segmentada do comportamento dos dois diferentes perfis de trabalhadores que compõem esse grupo. A partir de então, é possível a análise e interpretação do perfil dos mesmos.

Matéria DOCREC 1007/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 1213/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516.

autuado por Diego Marinetto em 08/11/2021 14:10:07.

A composição da amostra total desta pesquisa, formada pelo número de indivíduos pertencentes a cada seguimento abordado por região, está explicitada na Tabela 29.

Tabela 27: Distribuição das entrevistas quantitativas para Motoristas e Guias

		REGIÃO				TOTAL
		25 de Março	Brás	Bom Retiro	Sta Ifigênia	
SEGMENTO	Guias	23	35	1	3	62
	Motoristas	23	35	2	3	63
TOTAL		46	70	3	6	125

Fonte: TNS Research, 2010.

Os resultados da pesquisa estão expressos de forma segmenta entre os grupos e de forma consolidada, através de gráficos e tabelas.

4.3.2. Principais Resultados da Pesquisa

Perfil dos Entrevistados

Segundo a pesquisa realizada, a totalidade dos 63 Motoristas entrevistados são homens, enquanto entre os Guias, a quantidade do público masculino é inferior ao feminino, com 47% ante 53%, respectivamente, da base de 62 entrevistados.

Matéria DOCREC 1007/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 1213/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516.

Fls. n.º
autuado por Diego Marinetto em 08/11/2021 14:10:07
2013-0.363.235-3
fls. 290

Maria Cristina P. B. Abreu
Assessor Técnica
RF 817.417
SDTE/AJ

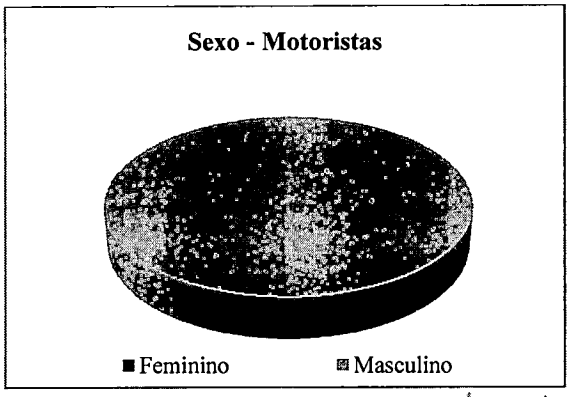


Gráfico 50: Distribuição por sexo dos Motoristas

Fonte: TNS Research, 2010.

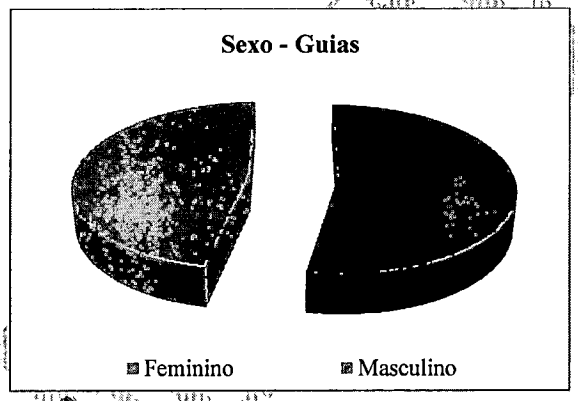


Gráfico 51: Distribuição por sexo dos Guias

Fonte: TNS Research, 2010.

Analisando a distribuição por faixas etárias, observa-se uma maior quantidade, tanto de Motoristas quanto de Guias, com idades entre 45 e 55 anos. Nota-se também uma maior concentração de Motoristas entre as idades de 25 e 65 anos, enquanto os Guias possuem uma distribuição um pouco mais uniforme ao longo de todas as idades. A idade média obtida para os Motoristas foi de 44,4 anos, enquanto a dos Guias foi de 42,6 anos.

Matéria DOCREC 1007/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 1213/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516.

Fls. n.º
autuado por Diego Marinetto em 08/11/2021 14:00:07
do Proc.
fls. 29
2013 - 0.363.235 - 3
fl. 4076

fl. 427
Maria Cristina F. B. Abreu
Assessora Técnica
RF 817.440.7
SDTE/AJ

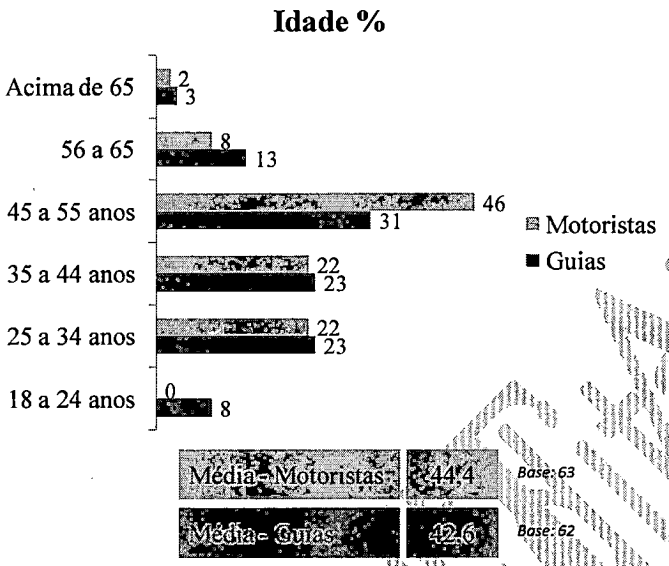


Gráfico 52: Distribuição dos Motoristas e Guias pela idade

Fonte TNS Research, 2010.

A pesquisa também avaliou a faixa de renda do público entrevistado por meio da resposta estimulada por faixas de rendimentos familiares. Dessa forma, tanto entre os Motoristas quanto os Guias, observa-se uma predominância de trabalhadores das classes B2 e C1. Também é possível observar que, com exceção da classe C, os Guias pertencem a classes sociais superiores, com mais representantes nas classes A e B e menos na classe D quando comparados aos Motoristas.

Matéria DOCREC 1007/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 1213/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516.

Documento Anexo III do Edital - Estudo de Mercado (053284927) SEI 6010.2021/0002874-8 / pg. 197

autuado por Diego Marinetto em 08/11/2021 14:10:07.

Maria Cristina P. B. Abreu
Assessor Técnica
RF 317.446.7
SDTE/AJ

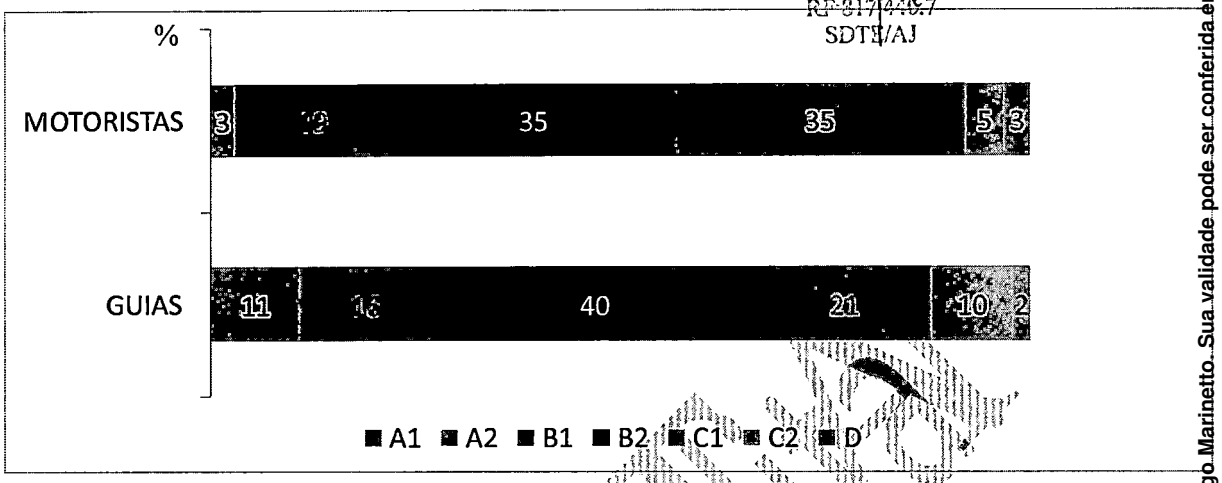


Gráfico 53: Distribuição dos entrevistados por classe social

Fonte: TNS Research, novembro 2010

Com relação ao local da moradia dos Motoristas e Guias que realizam viagens para as regiões de compras, observa-se que, em ambos os grupos, a maioria reside em São Paulo. Nota-se também que este estado, somado a Minas Gerais e Paraná, se caracterizam como os locais de origem de uma parcela superior a 70% de cada um destes grupos entrevistados.

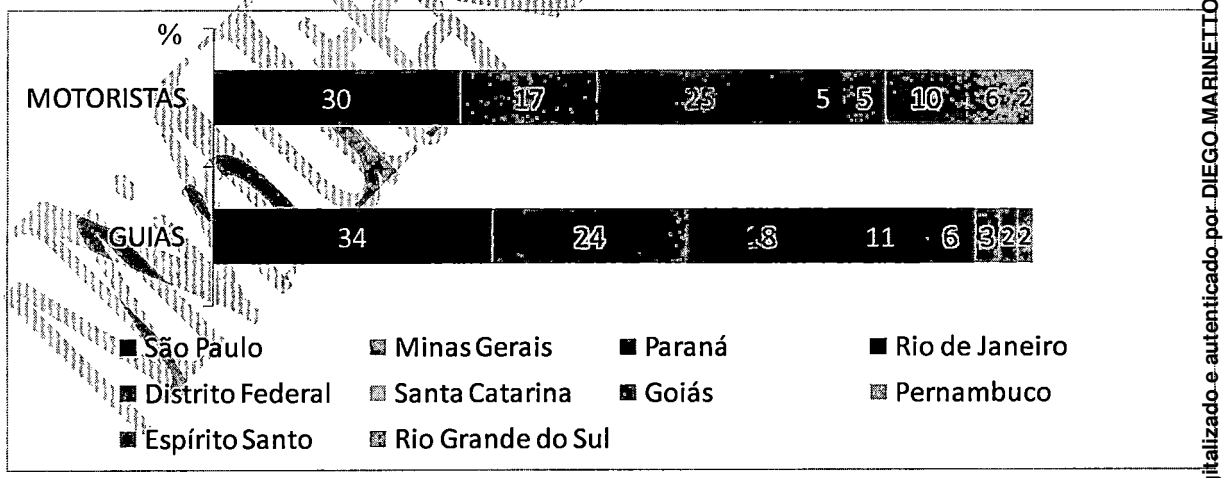


Gráfico 54: Distribuição do local de moradia de Motoristas e Guias

Fonte: TNS Research, novembro 2010

Matéria DOCREC 1007/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 1213/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516.

Documento Anexo III do Edital - Estudo de Mercado (053284927) SEI 6010.2021/0002874-8 / pg. 198

Fls. n.º
autuado por Diego Marinetto em 08/11/2021 - Proc.
fl. 4078
2013 - 0.363.235 - 3
fls. 293

Maria Cristina R.B. Alves
Assessor Técnico
RF 817.440-7
SDTE/AJ
fl. 429

Quanto à frequência de viagens à região de vendas realizadas pelos entrevistados, destacam-se os números de trabalhadores que realizam o percurso uma vez por semana e entre duas a três vezes por semana. Estão enquadrados nessas duas categorias 79% tanto dos Motoristas quanto dos Guias.

Somando-se a esse valor o número de trabalhadores que possuem frequência de visitas superiores a três vezes por semana, obtém-se mais de 80% do público em ambos os grupos, o que evidencia que a grande maioria destes trabalhadores traz turistas de compras rotineiramente.

Os entrevistados também informaram o número médio de passageiros que trazem em suas viagens e quanto cada um destes costumam transportar de mercadorias compradas durante o retorno. Como resultados foram obtidos os valores médios de que, por viagem, cada motorista transporta 35,03 passageiros, cada um com 3,77 sacolas, enquanto cada Guia traz 35,52 consumidores, que retornam com 3,59 sacolas cada.

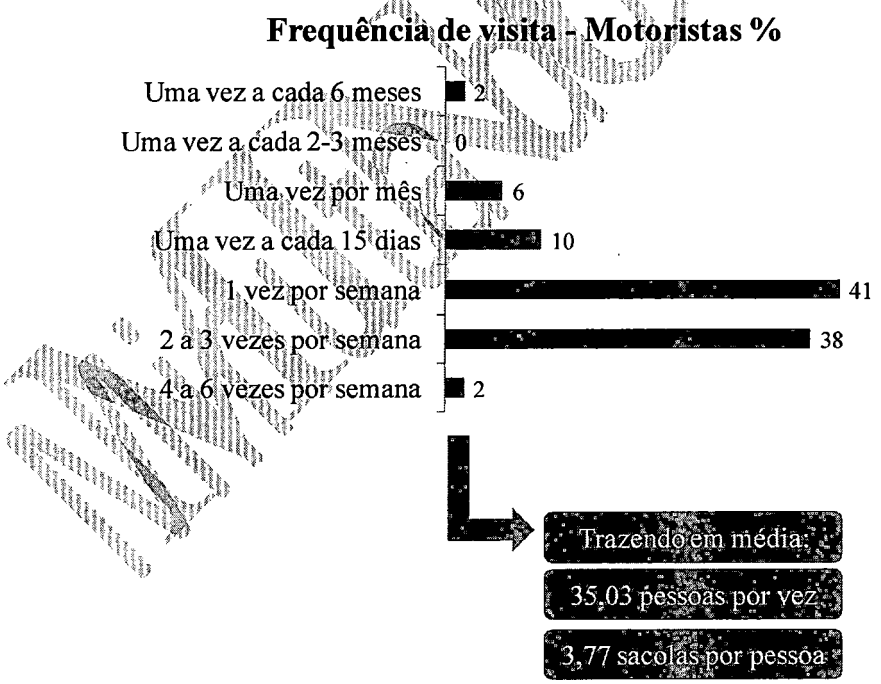


Gráfico 55: Frequência e características das visitas dos Motoristas às regiões de compras

Fonte: TNS Research, novembro 2010

Matéria DOCREC 1007/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 1213/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516.

autuado por Diego Marinetto em 08/11/2021 14:10:07.

fl. 430

Maria Cristina F. B. Abreu
Assessor Técnica
RF 817.140.7
SDTE/AJ

Frequência de visita - Guias %

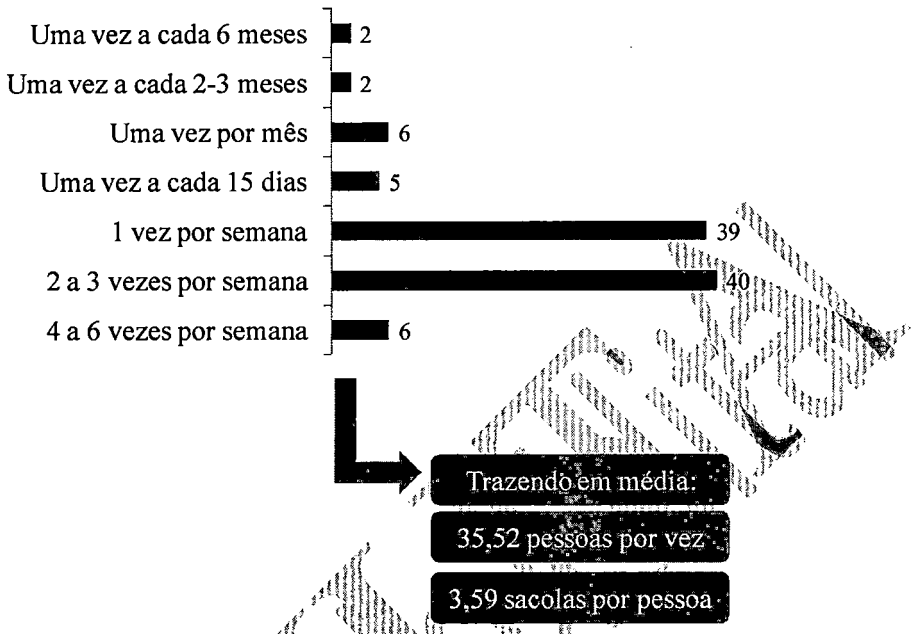


Gráfico 56: Frequência e características das visitas dos Guias às regiões de compras

Fonte: TNS Research, novembro 2010

Segundos as pesquisas, a grande maioria dos entrevistados, tanto Motoristas quanto Guias, utilizam ônibus fretados para chegar às regiões de compras. Este é o meio de transporte de 84% dos Motoristas e 78% dos Guias.

Matéria DOCREC 1007/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 1213/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516.

Autuado por Diego Marinetto em 08/11/2021 14:10:07

Maria Cristina P. B. Abreu
Assessoria Técnica
RF 817.440.7
SDTE/AJ
fl. 431

Meio de transporte %

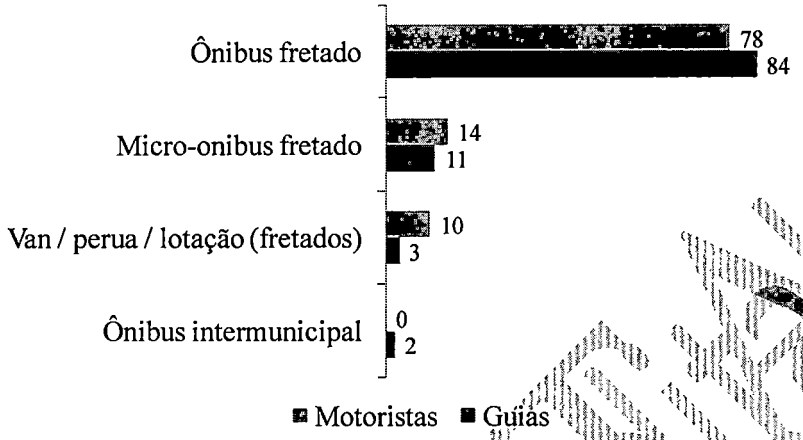


Gráfico 57: Meio de transporte utilizado por Motoristas e Guias

Fonte: TNS Research, novembro 2010

Após a chegada e parada em São Paulo, a pesquisa indicou que a maioria dos entrevistados, em ambos os grupos, não costuma circular pelas regiões de compra, se restringindo ao local de parada. Apenas 22% dos Motoristas e 31% dos Guias costumam circular pelos locais, sendo que destes, os primeiros possuem como destinos preferidos as regiões do Brás e da 25 de março e os segundo acrescentam a esta lista a Santa Ifigênia.

Matéria DOCREC 1007/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 1213/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516.

autenticado por Diego Marinetto em 08/11/2021 14:16:07.

PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE SÃO PAULO

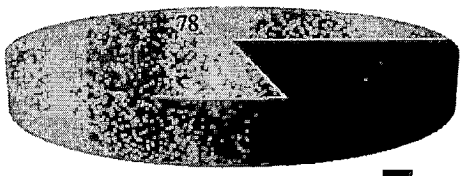
Secretaria Municipal do Desenvolvimento Trabalho e Empreendedorismo – SDTE

Edital de Concorrência Pública nº 01-B/SDTE/2014

Processo nº 2013-0.363.235-3

Maria Cristina P. R. ... fl. 432
Assessor Técnico
RF 817.440.7
SDTE/AJ

Por onde circula –Motoristas? %



- Circulo pelas regiões próximas
- Fico apenas em uma região

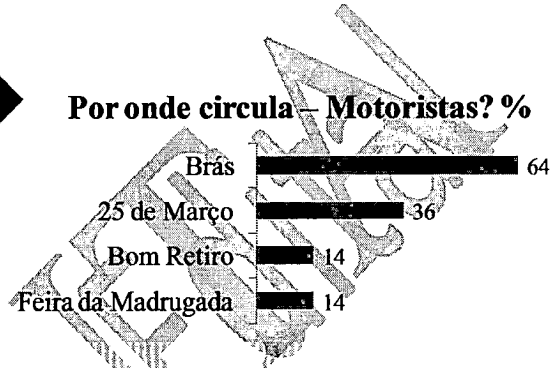
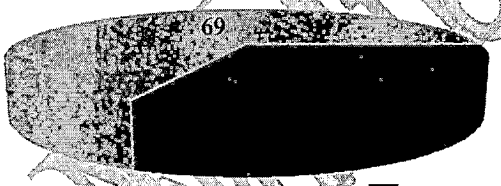


Gráfico 58: Circulação Motoristas

Fonte: TNS Research, novembro 2010

Por onde circula – Guias? %



- Circulo pelas regiões próximas
- Fico apenas em uma região

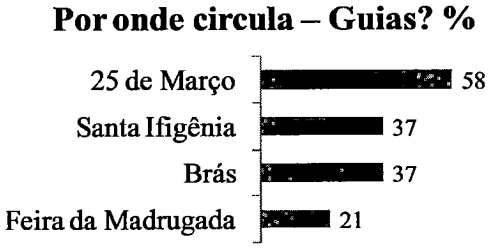


Gráfico 59: Circulação Guias

Matéria DOCREC 1007/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 1213/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516.

Documento Anexo III do Edital - Estudo de Mercado (053284927) SEI 6010.2021/0002874-8 / pg. 202

Autenticado por Diego Marinetto em 08/11/2021 14:10:07.

Maria Cristina P. B. Abreu
Assessora Técnica
RF 817.748-7
SDTE/AJ

fl 433

Fonte: TNS Research, novembro 2010

Quando questionados a respeito da estrutura oferecida na região, os entrevistados foram estimulados a avaliarem os serviços e equipamentos atualmente disponíveis nas regiões de compras e a indicar quais utilizavam durante seus dias de trabalho.

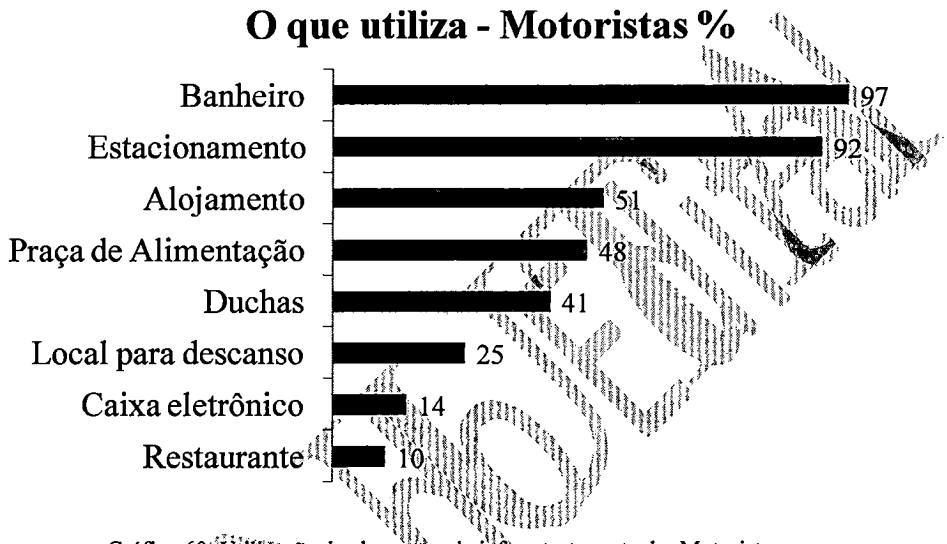


Gráfico 60: Utilização de elementos da infraestrutura atual – Motoristas

Fonte: TNS Research, novembro 2010

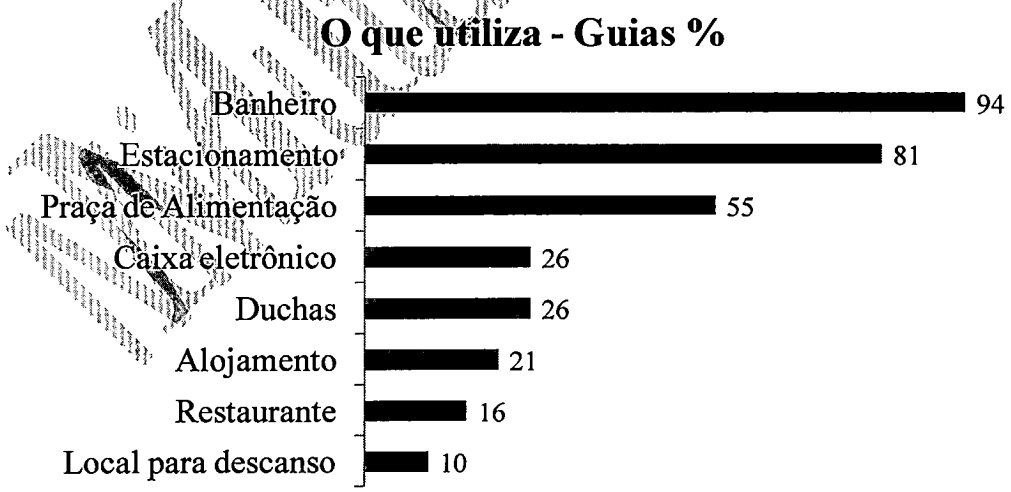


Gráfico 61: Utilização de elementos da infraestrutura atual – Guias

Fonte: TNS Research, novembro 2010

Matéria DOCREC 1007/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 1213/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516.

Documento Anexo III do Edital - Estudo de Mercado (053284927) SEI 6010.2021/0002874-8 / pg. 203

autuado por Diego Marinetto em 08/11/2021 14:10:07

Maria Cristina P. B. Abreu
Assessora Técnica
RF 817.140.7
SDTE/AJ
fl. 434

Para os serviços que são utilizados por um número estatisticamente significativo de entrevistados, foi realizada uma pesquisa espontânea, para capturar o valor médio gasto com cada um desses elementos, bem como a nota média atribuída a infraestrutura atual. Os serviços que apresentaram base suficiente para serem avaliados por ambos os grupos foram Banheiro e Estacionamento, sendo que entre os Guias ainda houve amostra suficiente para avaliar a Praça de Alimentação.

Tabela 28: Avaliação da infraestrutura utilizada pelos Motoristas e Guias

	Motoristas		Guias	
	Paga em média...	Nota média...	Paga em média...	Nota média...
Banheiro	R$ 2,85 (base: 10)	6,69 (base: 61)	R$ 1,53 (base: 15)	6,86 (base: 58)
Estacionamento	R$49,39 (base: 31)	6,48 (base: 58)	R$ 59,05 (base: 21)	6,44 (base: 50)
Pç. de alimentação	NA	NA	R$ 20,58 (base: 24)	7,15 (base: 34)

Fonte: TNS Research, novembro 2010

Observa-se que a avaliação dos serviços obteve notas relativamente altas considerando as condições atuais de infraestrutura. Esse ponto se deve ao fato dos Motoristas e Guias não terem uma referência para servir de parâmetro e comparar a situação atual com um modelo melhor em termos de infraestrutura e condições.

Com relação aos gastos com alimentação na região, a pesquisa identificou via pergunta espontânea, o valor médio gasto e o quanto cada grupo estaria disposto a gastar, caso existisse uma nova praça de alimentação no local. Segundo a pesquisa, o Ticket Médio/Dia atual dos Motoristas é de R$ 19,95 e a dos Guias é de R$ 24,71 e caso existisse novas alternativas de alimentação, os primeiros responderam que estariam dispostos a gastar, em média, R$ 21,71 (base de entrevistados de 63 pessoas) e os segundos apenas R$ 24,60 por dia (base de entrevistados de 62 pessoas). Observa-se que os Motoristas estariam dispostos a gastar mais, enquanto os Guias pretenderiam reduzir seu Ticket Médio.

Quando estimulados a responder espontaneamente quais estruturas faltavam na região para atender todas suas necessidades atuais, a maioria dos entrevistados possuía algum tipo de

Matéria DOCREC 1007/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 1213/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516.

Autenticado por Diego Marinetto em 08/11/2021 14:10:07

Maria Cristina P. B. Abra
Assessora Técnica
RF 817.440.7
SDTE/AJ

carência de atendimento. Grande parte dessas necessidades seria suprida com mais banheiros que contassem com duchas, locais para descanso e mais segurança e organização.

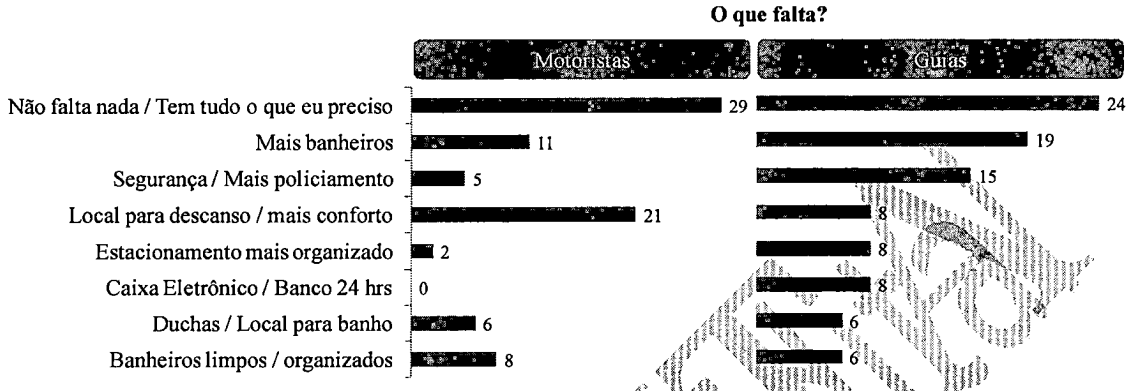


Gráfico 62: Estruturas que faltam nas regiões

Fonte: TNS Research, novembro 2010

Observa-se que os Motoristas possuem uma elevada necessidade de locais para descanso, fato que se deve a suas jornadas de trabalho mais longas e desgastantes.

Avaliação do Conceito

Após a captura da percepção da situação atual por parte dos entrevistados, foi apresentada uma nova proposta alternativa que representaria o modelo do projeto CIRCUITO DAS COMPRAS. Abaixo, está a representação utilizada para ilustrar a entrevista e facilitar a compreensão e respostas por parte do entrevistado.

Matéria DOCREC 1007/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 1213/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516.

autuado por Diego Marinetto em 08/11/2021 14:10:07

PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE SÃO PAULO

Secretaria Municipal do Desenvolvimento Trabalho e Empreendedorismo – SDTE

Edital de Concorrência Pública nº 01-B/SDTE/2014

Processo nº 2013-0.363.235-3

Maria Cristina P. B. Abreu
Assessora Técnica
RF 817.440.7
SDTE/AJ

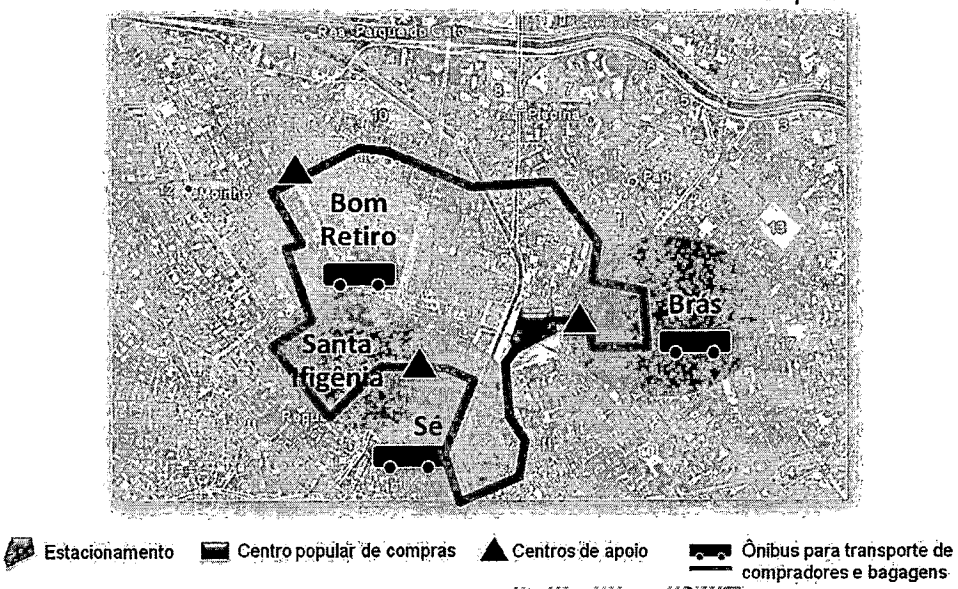


Figura 11: Representação esquemática utilizada para ilustrar o projeto

Para exemplificar, porém sem expor, os conceitos do projeto, o seguinte texto foi utilizado nas pesquisas quantitativas:

Existe um projeto que conta com uma grande infra-estrutura, que abrange todo o CIRCUITO DE COMPRAS da região Central de São Paulo: Brás, Bom Retiro, 25 de março e Santa Ifigênia.

Este projeto oferecerá um centro de apoio com conforto e variadas opções de serviços, especialmente para quem utiliza os fretados, como: estacionamento seguro exclusivo para ônibus fretados, um shopping popular, um shopping de atacado, banheiros privativos, duchas, serviços de entrega e armazenagem de carga, local para descanso e entretenimento, acesso à internet, opções de alimentação, além de acesso entre essas regiões através de ônibus circulares.

Em função disso, após o texto introdutório, os entrevistados deveriam avaliar a atratividade do modelo proposto, e observa-se que em ambos os segmentos, a proposta é considerada muito

Matéria DOCREC 1007/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 1213/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516.

Fls. anexado por Diego Marinetto em 08/11/2021 14:10:07

PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE SÃO PAULO

Secretaria Municipal do Desenvolvimento Trabalho e Empreendedorismo – SDTE

Edital de Concorrência Pública nº 01-B/SDTE/2014

Processo nº 2013-0.363.235-3

Maria Cristina R.B. Abreu fl. 437
Assessoria Técnica
RF 319.440.7
SDTE/AJ

interessante, indicando ser um importante ponto de aderência do público com a proposta do projeto.

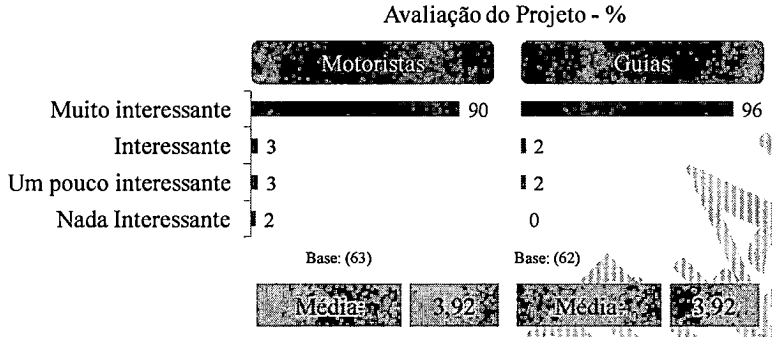


Gráfico 63: Atratividade do projeto para os Motoristas e Guias

Fonte: TNS Research, novembro 2010

Dos entrevistados que acharam a proposta muito interessante, 28% dos Guias e 22% dos Motoristas justificam pelo conforto que seria gerado, 27% dos primeiros, se interessaram pela disponibilidade de ônibus circulares, facilitando o deslocamento entre as regiões e 17% dos segundos gostaram da ideia de um estacionamento exclusivo para ônibus, organizado e sem filas.

Matéria DOCREC 1007/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 1213/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516.

Documento Anexo III do Edital - Estudo de Mercado (053284927) SEI 6010.2021/0002874-8 / pg. 207

autuado por Diego Marinetto em 08/11/2021 14:10:07.

2013 - 0.363.235-3

fl. 4087

PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE SÃO PAULO

Secretaria Municipal do Desenvolvimento Trabalho e Empreendedorismo – SDTE

Edital de Concorrência Pública nº 01-B/SDTE/2014

Processo nº 2013-0.363.235-3

fl. 438

Marcelo Cristina R. B. Abreu
Assessor Técnica
RF 819.440.7
SDTE/AJ

Tabela 29: Motivos dos que acharam a proposta muito interessante

ESTIMULADO	Motoristas	Guias
NET ESTRUTURA	**63**	**75**
Vai ser um espaço confortável	22	28
Ter ônibus fretado/ Ter ônibus que vai circular pelas setores comerciais	12	27
As pessoas vão ter maior comodidade na hora de fazer suas compras	15	10
Mais espaço aumenta o fluxo de pessoas	2	8
Terminal de ônibus na porta do Shopping facilita fazer comprar	3	5
NET ESTACIONAMENTO	**37**	**28**
Ter estacionamento seguro / Estacionamento com mais segurança	15	15
Estacionamento exclusivo para ônibus / Sempre haverá vagas / Sem fila	17	13
Mais espaço para parada dos Ônibus / Estacionamento amplo	14	-
Organização nos estacionamentos	5	-
Como motorista também poderei sair para fazer compras	2	-
NET BANHEIROS	**10**	**17**
Ter banheiros limpos / com mais higiene	3	12
Banheiros/ maior quantidade de banheiros/ sem filas	7	5
NET LOCAL PARA DESCANSO	**15**	**17**
Ter locais para descanso	15	17
NET SEGURANÇA	**14**	**17**
Mais segurança / Policiamento / Segurança contra roubo	14	17
Base: Achou Muito Interessante	*Base: (60)*	*Base: (59)*

Fonte: TNS Research, novembro 2010

Pensando em suas atividades cotidianas, os entrevistados foram estimulados a dizer quais são os serviços mais importantes de acordo com as necessidades atuais, solicitado o ordenamento de acordo com o grau de importância individual.

Matéria DOCREC 1007/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 1213/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516.

PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE SÃO PAULO

Secretaria Municipal do Desenvolvimento Trabalho e Empreendedorismo – SDTE

Edital de Concorrência Pública nº 01-B/SDTE/2014

Processo nº 2013-0.363.235-3

Maria Cristina P. B. Abreu fl. 439
Assessor Técnica
RF 817.240.7
SDTE/AJ

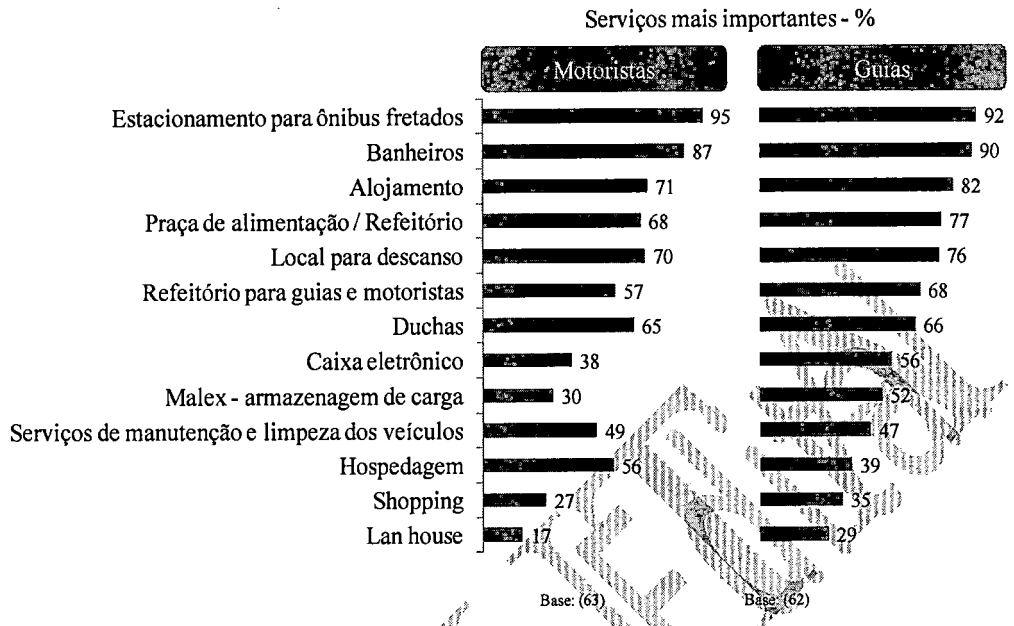


Gráfico 64: Serviços mais importantes mencionados pelos Motoristas e Camelôs

Fonte: TNS Research, novembro 2010

Em seguida foi pedido para que os entrevistados escolhessem apenas cinco dos serviços mencionados, atribuindo-lhes posições por ordem de importância, do primeiro ao quinto lugar.

Matéria DOCREC 1007/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 1213/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516.

Fls. n.º _____ do Proc.
autuado por Diego Marinetto em 08/11/2021 14:10:07
fls. 304
2013 - 0.363.235 - 3
fl. 4089

PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE SÃO PAULO

Secretaria Municipal do Desenvolvimento Trabalho e Empreendedorismo – SDTE

Edital de Concorrência Pública nº 01-B/SDTE/2014

Processo nº 2013-0.363.235-3

Maria Cristina P. B. Abreu
Assessora Técnica
RF 817.440-7
SDTE/AJ
fl. 440

Ordem de importância dos serviços - Motoristas

ESTIMULADO

	Motoristas				
	1º Mais Importante	2º Mais Importante	3º Mais Importante	4º Mais Importante	5º Mais Importante
Estacionamento para ônibus/ micro-ônibus fretados	49	17	15	4	6
Banheiro	17	22	16	11	4
Alojamento para guias e motoristas	13	13	13	9	6
Local para descanso	6	8	15	11	13
Espaço com serviços de manutenção e limpeza dos veículos	5	10	2	4	8
Praça de Alimentação/ Refeitórios	5	14	18	11	17
Hospedagem	3	3	10	13	13
Malex - local para armazenagem de carga	2	2	2	5	2
Caixa eletrônico	0	2	0	5	4
Duchas	0	3	8	15	17
Lan House	0	2	0	0	0
Refeitório para guias e motoristas	0	5	3	13	6
Shopping	0	0	0	0	4
Base:	*63*	*63*	*62*	*55*	*48*

Gráfico 65: Ordem dos 5 serviços mais importantes para os Motoristas

Fonte: TNS Research, novembro 2010

Matéria DOCREC 1007/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 1213/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516.

Fls. n.º
autuado por Diego Marinetto em 08/11/2021 14:10:07

fl. 4090 2013-0.363.235-3

Maria Cristina A...
Assessora Técnica
RF 817.940.7
SDTE/AJ

fl. 441

Ordem de importância dos serviços – Guias

ESTIMULADO

	Guias				
	1º Mais Importante	2º Mais Importante	3º Mais Importante	4º Mais Importante	5º Mais Importante
Estacionamento para ônibus/ micro-ônibus fretados	42	18	18	3	8
Banheiro	18	19	15	17	6
Alojamento para guias e motoristas	8	13	10	17	12
Refeitório para guias e motoristas	8	8	13	5	8
Local para descanso	6	8	11	10	8
Praça de Alimentação/ Refeitórios	6	15	11	17	15
Espaço com serviços de manutenção e limpeza dos veículos	5	3	5	0	4
Caixa eletrônico	3	2	2	5	8
Shopping	3	3	2	2	0
Duchas	0	5	5	7	17
Hospedagem	0	5	7	7	4
Lan House	0	0	2	2	4
Malex - local para armazenagem de carga	0	2	0	7	8
Base:	*62*	*62*	*61*	*58*	*52*

Gráfico 66: Ordem dos 5 serviços mais importantes para os Guias

Fonte: TNS Research, novembro 2010

1.1.1. Sensibilidade a Preço dos Motoristas e Guias

Foram testadas as sensibilidades a preço para os 63 Motoristas e 62 Guias entrevistados. A metodologia utilizada foi através do desenvolvimento de PSM para cada serviço testado.

Foram analisadas as sensibilidades a preço para os seguintes serviços oferecidos:

- Estacionamento
- Alojamento
- Ducha

Matéria DOCREC 1007/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 1213/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516.

Fls. n.º _____ do Proc.
autuado por Diego Marinetto em 08/11/2021 14:10:07.

PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE SÃO PAULO

Secretaria Municipal do Desenvolvimento Trabalho e Empreendedorismo – SDTE

Edital de Concorrência Pública nº 01-B/SDTE/2014

Processo nº 2013-0.363.235-3

fl. 4442

Maria Cristina P. B. Abreu
Assessora Técnica
RF 817.440.7
SDTE/AJ

Estacionamento

Segundo o resultado consolidado das pesquisas realizadas junto aos Motoristas e Guias, mostrado na Tabela 32, observa-se que a faixa de preço aceitável do Estacionamento para ônibus é de R$ 35,00 (Ponto Barato Marginal) até R$ 55,00 (Ponto Caro Marginal).

O ponto de máxima captura de mercado, no qual se baseia o cenário otimista, ocorre com o preço de R$ 50,00 (Ponto de Máximo Compradores), onde a probabilidade de captura do público interessado no serviço seria de 49,56% de compradores sendo que a probabilidade dos interessados mostrarem-se como possíveis potenciais compradores do serviço é de 90,42%.

O Ponto de Indiferença de preços ocorre em R$ 47,50, o qual representa o cenário mais provável de captura, no qual a porcentagem dos que acham caro é igual a dos que acham barato, quando apresenta uma probabilidade de 41,63% de captura de mercado.

Já o Ponto Ótimo de Preço ocorre em R$ 40,00, o qual representa o cenário mais conservador, onde a probabilidade de compradores é de 30,36% e a de possíveis compradores é de 96,01%.

Tabela 30: Consolidado dos PSM para Estacionamento para Motoristas e Guias

Ponto	ESTACIONAMENTO		
	% Comprador	% Possível	R$
Max Compradores	49,56	90,42	R$ 50,00
Pto Indif.	41,63	92,01	R$ 47,50
Pto Ótimo	30,36	96,01	R$ 40,00
Pto Caro Mrg	49,56	85,59	R$ 55,00
Pto Barato Mrg	12,78	91,23	R$ 35,00
Pto de Ruptura	-	37,56	R$ 105,00
Pto de Ruptura	8,79	56,77	R$ 95,00
Pto de Ruptura	49,56	85,59	R$ 55,00

Fonte: Análise Accenture, 2010.

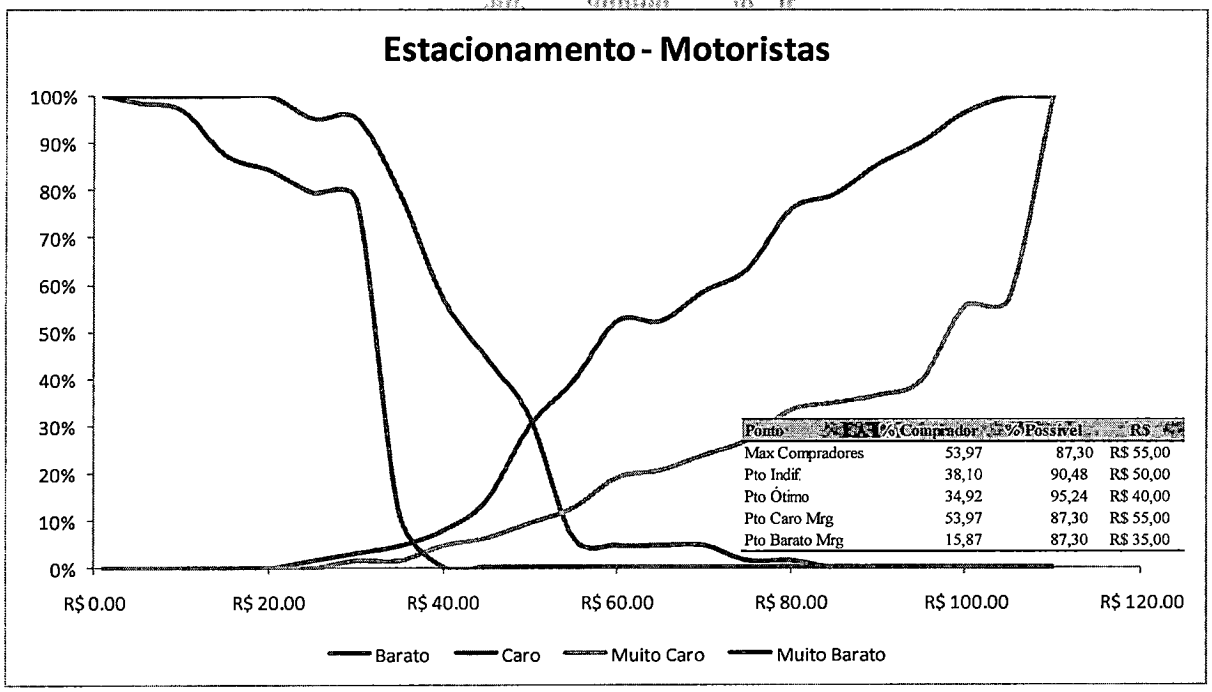
Matéria DOCREC 1007/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 1213/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516.

autuado por Diego Marinetto em 08/11/2021 14:10:07.

Para o segmento dos Motoristas, observa-se no gráfico PSM abaixo que a análise das faixas de preços mostra que o intervalo de preços aceitáveis para o Estacionamento é de R$ 35,00 (Ponto Barato Marginal) até R$ 55,00 (Ponto Caro Marginal).

O ponto de máxima captura de mercado ocorre com o preço em R$ 55,00 (Ponto de Máximo Compradores), onde a probabilidade de captura do público interessado no serviço seria de 53,97% de compradores sendo que a probabilidade dos interessados mostrarem-se como possíveis potenciais compradores do serviço é de 87,30%. Sendo que o Ponto de Indiferença de preços (PI) ocorre em R$ 50,00, no qual a probabilidade de captura de compradores seria de 38,10% e possibilidade de compradores de 90,48%.

Já o ponto ótimo de preços (Ponto Ótimo) ocorre em R$ 40,00, com as probabilidades de captura de mercado de 34,92% e potenciais compradores de 95,24%.



Ponto	% Comprador	% Possível	R$
Max Compradores	53,97	87,30	R$ 55,00
Pto Indif.	38,10	90,48	R$ 50,00
Pto Ótimo	34,92	95,24	R$ 40,00
Pto Caro Mrg	53,97	87,30	R$ 55,00
Pto Barato Mrg	15,87	87,30	R$ 35,00

Gráfico 67: PSM Estacionamento para Motoristas

Fonte: TNS Research, análise Accenture, 2010.

Matéria DOCREC 1007/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 1213/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516.

Documento Anexo III do Edital - Estudo de Mercado (053284927) SEI 6010.2021/0002874-8 / pg. 213

Fls. n.º _____ do Proc.
autuado por Diego Marinetto em 08/11/2021 14:10:07.

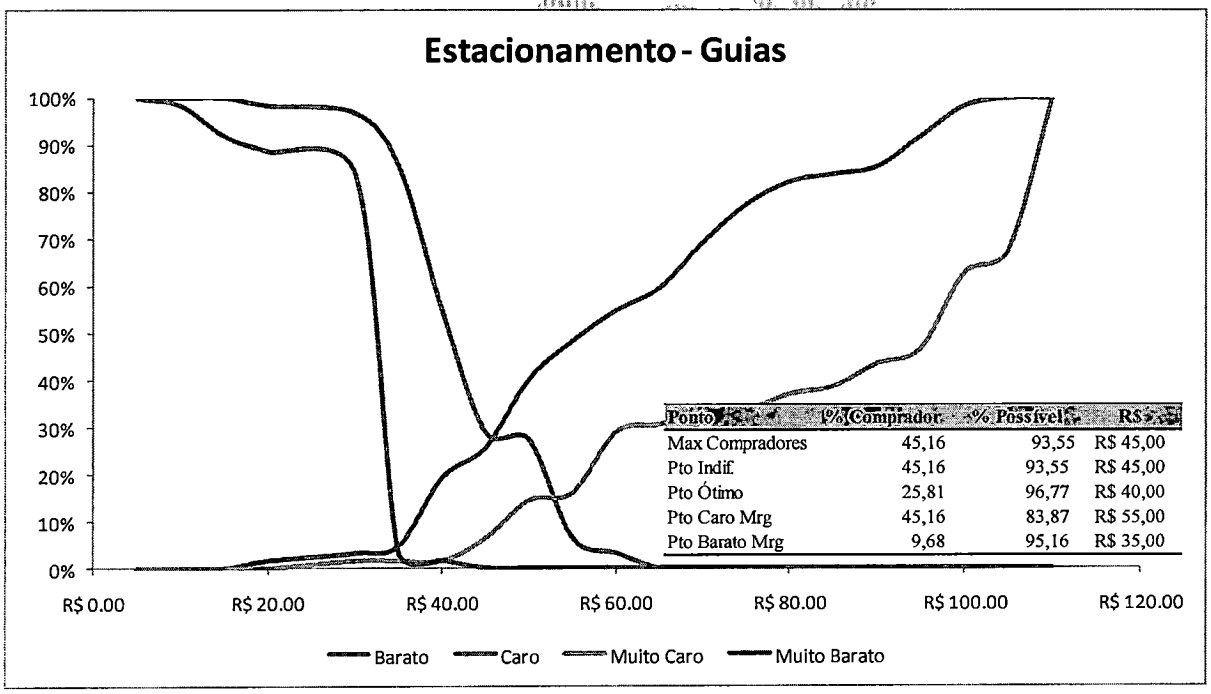
Maria Cristina P. B. Abreu
Assessora Técnica
RF 817.407
SDTE/AJ

fl. 444

Para o segmento dos Guias, observa-se no gráfico PSM abaixo que a análise das faixas de preços mostra que o intervalo de preços aceitáveis para o Estacionamento é de R$ 35,00 (Ponto Barato Marginal) até R$ 55,00 (Ponto Caro Marginal).

O ponto de máxima captura de mercado (Ponto de Máximo Compradores) coincide com o ponto Ponto de Indiferença de preços (PI), ambos ocorre com o preço em R$ 45,00, onde a probabilidade de captura do público interessado no serviço seria de 45,16% de compradores, sendo que a probabilidade dos interessados mostrarem-se como possíveis potenciais compradores do serviço é de 93,55%.

Já o ponto ótimo de preços (Ponto Ótimo) ocorre em R$ 40,00, com as probabilidades de captura de mercado de 25,81% e potenciais compradores de 96,77%.



Ponto	% Comprador	% Possível	R$
Max Compradores	45,16	93,55	R$ 45,00
Pto Indif.	45,16	93,55	R$ 45,00
Pto Ótimo	25,81	96,77	R$ 40,00
Pto Caro Mrg	45,16	83,87	R$ 55,00
Pto Barato Mrg	9,68	95,16	R$ 35,00

Gráfico 68: PSM Estacionamento para Guias

Fonte: TNS Research, análise Accenture, 2010.

Alojamento

Matéria DOCREC 1007/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 1213/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516.

autuado por Diego Marinetto em 08/11/2021 14:10:07.

fl. 4094 2013-0.363.235-3

PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE SÃO PAULO

Secretaria Municipal do Desenvolvimento Trabalho e Empreendedorismo – SDTE

Edital de Concorrência Pública nº 01-B/SDTE/2014

Processo nº 2013-0.363.235-3

Maria Cristina P. B. Abreu
Assessora Técnica
RF 810.040.7
SDTE/AJ

fl. 445

Segundo o resultado consolidado das pesquisas realizadas junto aos Motoristas e Guias, mostrado na Tabela 33, observa-se que a faixa de preço aceitável do Alojamento por usuário é de R$ 25,00 (Ponto Barato Marginal) até R$ 32,50 (Ponto Caro Marginal).

O ponto de máxima captura de mercado, no qual se baseia o cenário otimista, ocorre com o preço de R$ 32,50 (Ponto de Máximo Compradores), onde a probabilidade de captura do público interessado no serviço seria de 33,60% de compradores sendo que a probabilidade dos interessados mostrarem-se como possíveis potenciais compradores do serviço é de 84,02%.

O Ponto de Indiferença de preços ocorre em R$ 30,00, o qual representa o cenário mais provável de captura, no qual a porcentagem dos que acham caro é igual a dos que acham barato, quando apresenta probabilidade de 30,43% de captura de mercado.

Já o Ponto Ótimo de Preço ocorre em R$ 25,00, o qual representa o cenário mais conservador, onde a probabilidade de compradores é de 12,83% e a de possíveis compradores é de 86,41%.

Tabela 31: Consolidado dos PSM para Alojamentos para Motoristas e Guias

Ponto	ALOJAMENTOS		
	% Comprador	% Possível	R$
Max Compradores	33,60	84,02	R$ 32,50
Pto Indif.	30,43	89,58	R$ 30,00
Pto Ótimo	12,83	86,41	R$ 25,00
Pto Caro Mrg	33,60	84,02	R$ 32,50
Pto Barato Mrg	12,83	86,41	R$ 25,00
Pto de Ruptura	-	43,98	R$ 55,00
Pto de Ruptura	33,60	77,57	R$ 35,00
Pto de Ruptura	30,43	89,58	R$ 30,00

Fonte: Análise Accenture, 2010.

Para o segmento dos Motoristas, observa-se no gráfico PSM abaixo que a análise das faixas de preços mostra que o intervalo de preços aceitáveis para o Alojamento é de R$ 25,00 (Ponto Barato Marginal) até R$ 35,00 (Ponto Caro Marginal).

Matéria DOCREC 1007/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 1213/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516.

autuado por Diego Marinetto em 08/11/2021 14:10:07.

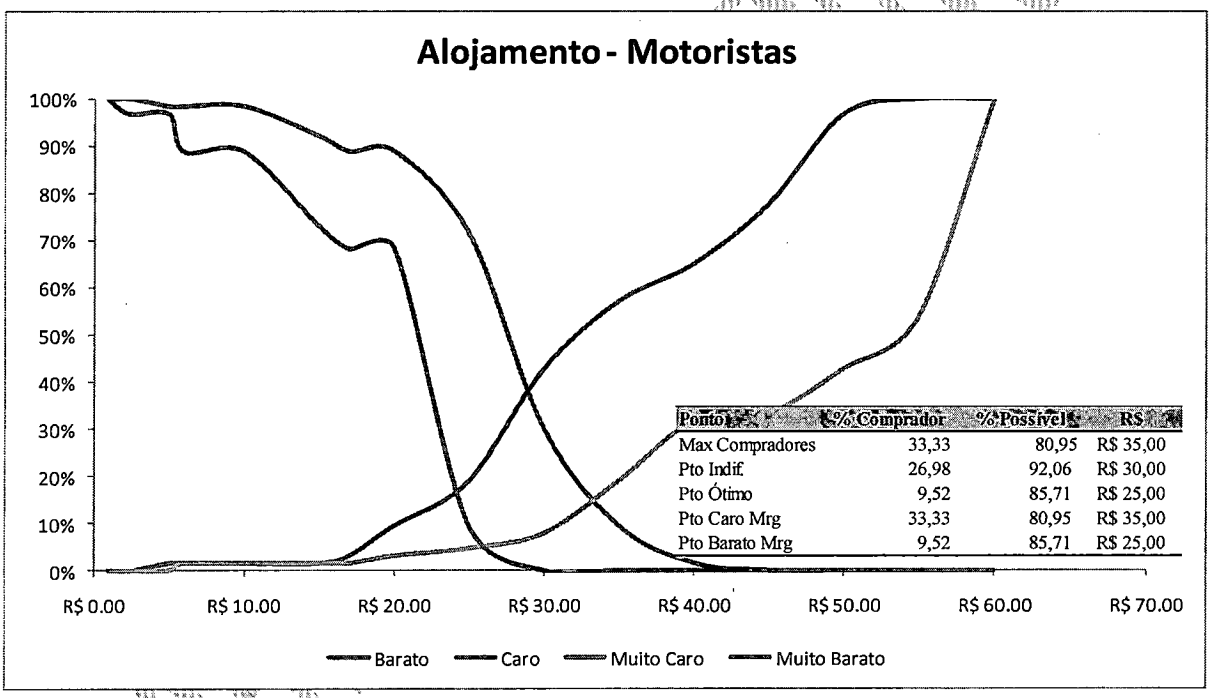
Maria Cristina P. B. Abreu
Assessor Técnica
RF 817.440.7
SDTE/AJ

fl. 4446

O ponto de máxima captura de mercado ocorre com o preço em R$ 35,00 (Ponto de Máximo Compradores), onde a probabilidade de captura do público interessado no serviço seria de 33,33% de compradores sendo que a probabilidade dos interessados mostrarem-se como possíveis potenciais compradores do serviço é de 80,95%.

O Ponto de Indiferença de preços (PI) ocorre em R$ 30,00, no qual a probabilidade de captura de compradores seria de 26,98% e possibilidade de compradores de 92,06%.

Já o ponto ótimo de preços (Ponto Ótimo) ocorre em R$ 25,00, com as probabilidades de captura de mercado de 9,52% e potenciais compradores de 85,71%.



Ponto	% Comprador	% Possível	R$
Max Compradores	33,33	80,95	R$ 35,00
Pto Indif.	26,98	92,06	R$ 30,00
Pto Ótimo	9,52	85,71	R$ 25,00
Pto Caro Mrg	33,33	80,95	R$ 35,00
Pto Barato Mrg	9,52	85,71	R$ 25,00

Gráfico 69: PSM Alojamento para Motoristas

Fonte: TNS Research, análise Accenture, 2010.

Para o segmento dos Guias, observa-se no gráfico PSM abaixo que a análise das faixas de preços mostra que o intervalo de preços aceitáveis para o Alojamento é de R$ 25,00 (Ponto Barato Marginal) até R$ 30,00 (Ponto Caro Marginal).

Matéria DOCREC 1007/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 1213/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516.

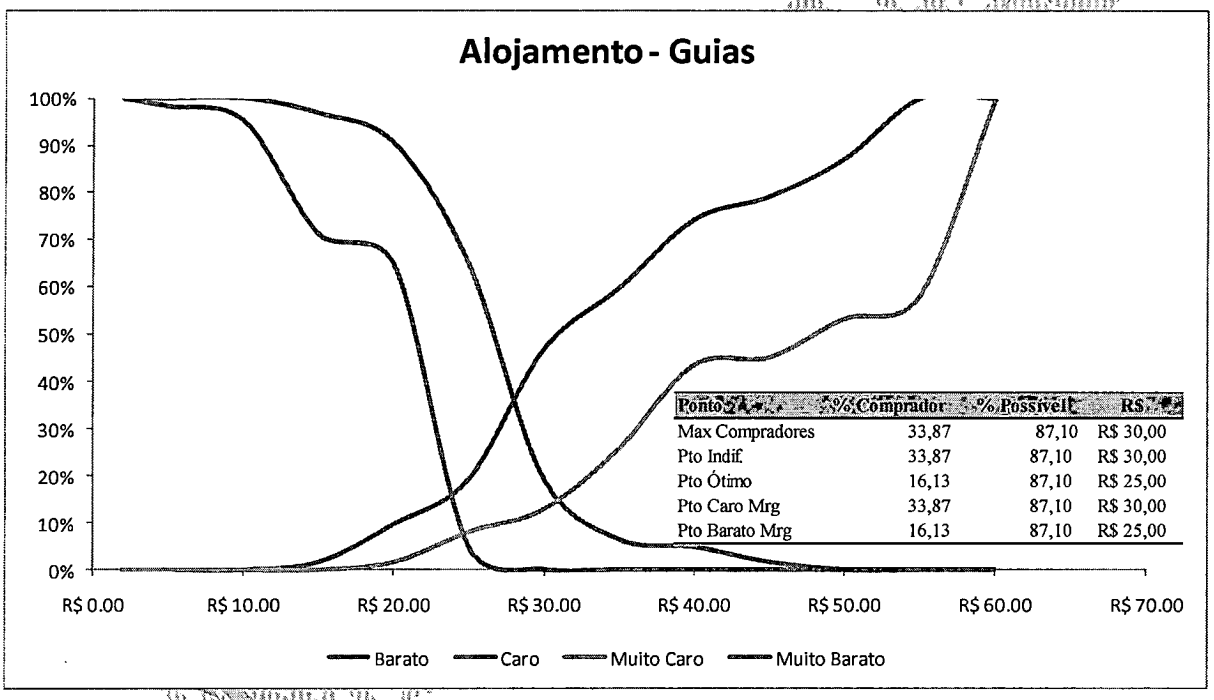
autuado por Diego Marinetto em 08/1/2021 14:10:07.

Maria Cristina A. B. Assis
Assessoria Técnica
RF 817.940.7
SDTE/AJ

fl. 447

O ponto de máxima captura de mercado (Ponto de Máximo Compradores) coincide com o ponto Ponto de Indiferença de preços (PI), ambos ocorre com o preço em R$ 30,00, onde a probabilidade de captura do público interessado no serviço seria de 33,87% de compradores, sendo que a probabilidade dos interessados mostrarem-se como possíveis potenciais compradores do serviço é de 87,10%.

Já o ponto ótimo de preços (Ponto Ótimo) ocorre em R$ 25,00, com as probabilidades de captura de mercado de 16,13% e potenciais compradores de 87,10%.



Ponto	% Comprador	% Possível	R$
Max Compradores	33,87	87,10	R$ 30,00
Pto Indif.	33,87	87,10	R$ 30,00
Pto Ótimo	16,13	87,10	R$ 25,00
Pto Caro Mrg	33,87	87,10	R$ 30,00
Pto Barato Mrg	16,13	87,10	R$ 25,00

Gráfico 70: PSM Alojamento para Guias

Fonte: TNS Research, análise Accenture, 2010.

Duchas

Segundo o resultado consolidado das pesquisas realizadas junto aos Motoristas e Guias, mostrado na Tabela 34, observa-se que a faixa de preço aceitável das Duchas por utilização do serviço é de R$ 4,00 (Ponto Barato Marginal) até R$ 5,50 (Ponto Caro Marginal).

Matéria DOCREC 1007/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 1213/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516.

autuado por Diego Marinetto em 08/11/2021 14:10:07.

Maria Cristina P. B. Abreu
Assessora Técnica
RF 317.440.7
SDTE/AJ

O ponto de máxima captura de mercado, no qual se baseia o cenário otimista, ocorre com o preço de R$ 5,50 (Ponto de Máximo Compradores), onde a probabilidade de captura do público interessado no serviço seria de 27,19% de compradores sendo que a probabilidade dos interessados mostrarem-se como possíveis potenciais compradores do serviço é de 80,85%.

O Ponto de Indiferença de preços ocorre em R$ 5,00, o qual representa o cenário mais provável de captura, no qual a porcentagem dos que acham caro é igual a dos que acham barato, quando apresenta probabilidade de 23,22% de captura de mercado.

Já o Ponto Ótimo de Preço ocorre em R$ 4,00, o qual representa o cenário mais conservador, onde a probabilidade de compradores é de 16,79% e a de possíveis compradores é de 92,79%.

Destaca-se que o ponto de ruptura existente para este serviço, com um custo de R$ 6,00, uma diferença inferior a 10% com relação ao valor ótimo, com o qual se obtêm o máximo de compradores, a probabilidade de compradores cai para 19,99% (Tabela 34).

Tabela 32: Consolidado dos PSM para Duchas para Motoristas e Guias

Ponto	DUCHAS		
	% Comprador	% Possível	R$
Max Compradores	27,19	80,85	R$ 5,50
Pto Indif.	23,22	90,37	R$ 5,00
Pto Ótimo	16,79	92,79	R$ 4,00
Pto Caro Mrg	27,19	80,85	R$ 5,50
Pto Barato Mrg	16,79	92,79	R$ 4,00
Pto de Ruptura	-	49,58	R$ 9,00
Pto de Ruptura	19,99	79,89	R$ 6,00
Pto de Ruptura	16,08	76,88	R$ 6,50

Fonte: Análise Accenture, 2010.

Para o segmento dos Motoristas, observa-se no gráfico PSM abaixo que a análise das faixas de preços mostra que o intervalo de preços aceitáveis para as Duchas é de R$ 4,00 (Ponto Barato Marginal) até R$ 6,00 (Ponto Caro Marginal).

Matéria DOCREC 1007/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 1213/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516.

autuado por Diego Marinetto em 08/11/2021 do Proc.

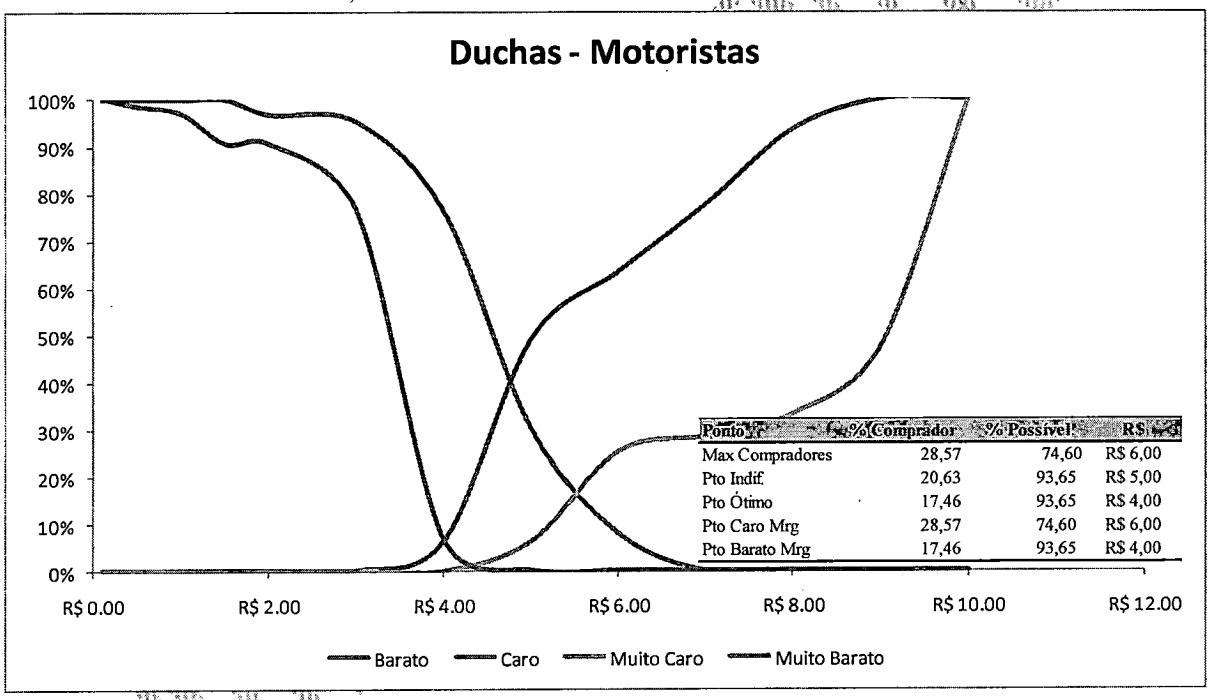
Maria Cristina P. B. Abro
Assessora Técnica
RF 317.410.7
SDTE/AJ

fl. 449

O ponto de máxima captura de mercado ocorre com o preço em R$ 6,00 (Ponto de Máximo Compradores), onde a probabilidade de captura do público interessado no serviço seria de 28,57% de compradores sendo que a probabilidade dos interessados mostrarem-se como possíveis potenciais compradores do serviço é de 74,60%.

O Ponto de Indiferença de preços (PI) ocorre em R$ 5,00, no qual a probabilidade de captura de compradores seria de 20,63% e possibilidade de compradores de 93,65%.

Já o ponto ótimo de preços (Ponto Ótimo) ocorre em R$ 4,00, com as probabilidades de captura de mercado de 17,46% e potenciais compradores de 93,65%.



Ponto	% Comprador	% Possível	R$
Max Compradores	28,57	74,60	R$ 6,00
Pto Indif.	20,63	93,65	R$ 5,00
Pto Ótimo	17,46	93,65	R$ 4,00
Pto Caro Mrg	28,57	74,60	R$ 6,00
Pto Barato Mrg	17,46	93,65	R$ 4,00

Gráfico 71: PSM Duchas para Motoristas

Fonte: TNS Research, análise Accenture, 2010.

Para o segmento dos Guias, observa-se no gráfico PSM abaixo que a análise das faixas de preços mostra que o intervalo de preços aceitáveis para as Duchas é de R$ 4,00 (Ponto Barato Marginal) até R$ 5,00 (Ponto Caro Marginal).

Matéria DOCREC 1007/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 1213/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516.

autuado por Diego Marinetto em 08/11/2021 14:10:07.

PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE SÃO PAULO

Este é o 14 ° volume do processo 2013-0.363.235-3

contendo folhas de nº 4099 a 4398 .

É IMPORTANTE OBSERVAR:

- Esta folha não é numerada, por se tratar de nota esclarecedora;
- todas as providências sobre cotas, carimbos, etc., devem ser colocadas no último volume.

São Paulo, 15 de julho de 2015.

Cláudia P. C de Souza
Encarregada de Equipe
RF: 579.225.8
SDTE/SA

Matéria DOCREC 1007/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 1213/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516.

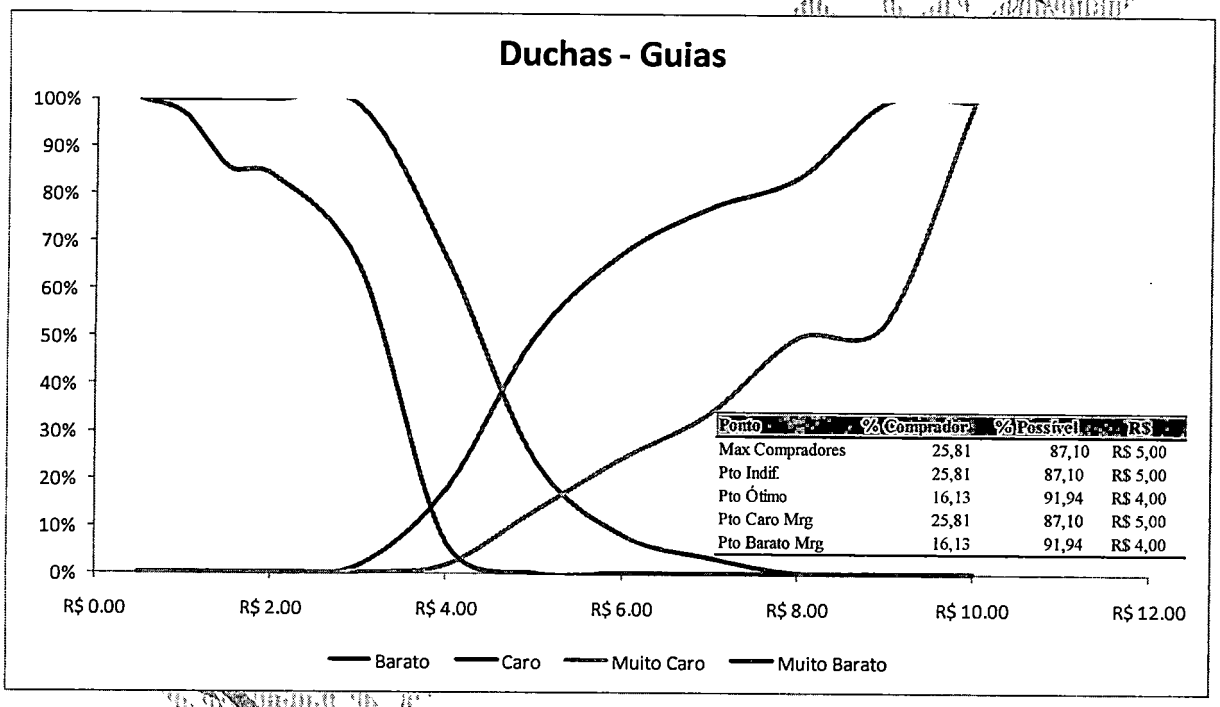
autuado por Diego Marinetto em 08/11/2021 14:10:07.

Maria Cristina P. B. Abreu
Assessoria Técnica
RF 817.440.7
SDTE/AJ

fl. 450

O ponto de máxima captura de mercado (Ponto de Máximo Compradores) coincide com o ponto Ponto de Indiferença de preços (PI), ambos ocorre com o preço em R$ 5,00, onde a probabilidade de captura do público interessado no serviço seria de 25,81% de compradores sendo que a probabilidade dos interessados mostrarem-se como possíveis potenciais compradores do serviço é de 87,10%.

Já o ponto ótimo de preços (Ponto Ótimo) ocorre em R$ 4,00, com as probabilidades de captura de mercado de 16,13% e potenciais compradores de 91,94%.



Ponto	% Compradores	% Possível	R$
Max Compradores	25,81	87,10	R$ 5,00
Pto Indif.	25,81	87,10	R$ 5,00
Pto Ótimo	16,13	91,94	R$ 4,00
Pto Caro Mrg	25,81	87,10	R$ 5,00
Pto Barato Mrg	16,13	91,94	R$ 4,00

Gráfico 72: PSM Duchas para Guias

Fonte: TNS Research, análise Accenture, 2010.

Matéria DOCREC 1007/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 1213/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516.

PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE SÃO PAULO

SECRETARIA MUNICIPAL DAS SUBPREFEITURAS

Secretária Executiva do Circuito das Compras

Rua São Bento, 405, 24º andar - São Paulo/SP - CEP 01011-100

Telefone:

PROCESSO 6010.2021/0002874-8

Encaminhamento SMSUB/GAB-SECC Nº 053310175

São Paulo, 08 de outubro de 2021.

Interessada: Câmara Municipal de São Paulo / Vereador Eduardo Suplicy**.**

Ref.: Ofício SGP23 nº:1.018

Objeto*: Requerimento RDS nº 1213/2021, solicitando informações acerca de possíveis irregularidades na execução do contrato de concessão de obra pública do denominado "Circuito das Compras".*

PREF/CASA CIVIL/ATL II

Prezado Senhor Assessor Técnico Chefe,

Tendo em vista o Ofício SGP 23 nº 1.018/2021 (doc. SEI 052258682) e o encaminhamento doc. SEI 052723106 solicitando a manifestação deste gabinete, devolvo o presente com as informações prestadas pela Secretaria Executiva do Circuito das Compras (doc. SEI 053285172), as quais acolho e corroboro .

Atenciosamente,

Rode Felipe Bezerra

Chefe de Gabinete

SMSUB/GAB

Documento assinado eletronicamente por **Rode Felipe Bezerra**, **Chefe de Gabinete**, em 08/10/2021, às 18:25, conforme art. 49 da Lei Municipal 14.141/2006 e art. 8º, inciso I do Decreto 55.838/2015

A autenticidade deste documento pode ser conferida no site http://processos.prefeitura.sp.gov.br, informando o código verificador **053310175** e o código CRC **173B87B9**.

Matéria DOCREC 1007/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 1213/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516.

Matéria DOCREC 1007/2021. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 1213/2021 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbrirDocumento?pID=334516.