



AEAMESP



AVALIAÇÃO DO POTENCIAL MERCADOLÓGICO DE EMPREENDIMENTOS FERROVIÁRIOS

Diego Daniel Rodrigues

Orlando Gonçalves Faya Junior

Renata Marie Miyasaki



AEAMESP



21ª SEMANA DE TECNOLOGIA METROFERROVIÁRIA

2º. PRÊMIO TECNOLOGIA E DESENVOLVIMENTO METROFERROVIÁRIOS

CATEGORIA 2

AVALIAÇÃO DO POTENCIAL MERCADOLÓGICO DE EMPREENDIMENTOS

FERROVIÁRIOS

1 INTRODUÇÃO

A Companhia Paulista de Trens Metropolitanos (CPTM) foi criada pela Lei Estadual nº 7.861, em 28 de maio de 1992, com a finalidade de explorar os serviços de transportes sobre trilhos ou guiados, nas entidades regionais do Estado de São Paulo, compreendendo as regiões metropolitanas.

Entre as suas atribuições estão atividades de planejamento, estudo, projeto e implantação de ações direcionadas à recuperação, modernização e ampliação do sistema, trazendo novo padrão de qualidade dos serviços prestados.

Em seu processo contínuo de evolução, a CPTM estuda formas de ampliar sua sustentabilidade socioeconômica. Nessa perspectiva, a empresa tem procurado avaliar a influência dos seus investimentos no uso e ocupação do solo e redirecionar seus esforços para promover um maior equilíbrio nos deslocamentos da metrópole, estruturando estratégias mais recomendadas para a implantação de novas estações em sua malha e buscando ampliar a acessibilidade e utilidade de estações existentes. Dentre as ações, a CPTM estuda a avaliação da vocação comercial e/ou empresarial das instalações ferroviárias, oferecendo também



AEAMESP



novos serviços públicos ou privados aos usuários, com o melhor aproveitamento de seus espaços territoriais disponíveis e de oportunidades negociais.

O Plano Integrado de Transporte Urbano 2025 (PITU 2025) ressalta a importância de que as políticas públicas integrem o sistema de transporte coletivo com o uso do solo. Uma cidade só pode ter um sistema de transporte coletivo de massa qualificado e sustentável se a distribuição espacial de suas atividades for adequada.

O Estatuto da Cidade cria arcabouço legal para o poder público propor transformações no território ao propor maior adensamento junto às redes de transporte coletivo de alta capacidade.

A estratégia de implantação de empreendimentos associados às estações deve ser vista como a criação de polos de atração – ou geração – de viagens, podendo proporcionar a otimização no uso do transporte coletivo e, ao mesmo tempo, melhorar a dinâmica de ocupação da cidade.

O presente trabalho tem como objetivo apresentar a nova metodologia de análise do potencial mercadológico que a CPTM vem implementando em seus projetos funcionais, a partir da proposição de empreendimentos associados às suas instalações ferroviárias (estações, pátios e oficinas).

Para sua elaboração foi utilizado um extrato do conjunto de produtos desenvolvidos para o contrato “Elaboração de Estudos Mercadológicos de Empreendimentos e de Projeto Funcional de 10 Novas Estações da Malha CPTM”, desenvolvidos dentro do Departamento de Projetos Funcionais, da Gerência de Planejamento de Transporte.



AEAMESP



A CPTM já desenvolve importante papel público na organização e desenvolvimento da cidade através da implantação e gerenciamento da sua rede sobre trilhos de alta capacidade. Em parceria com a iniciativa pública ou privada, a companhia pode agregar valor às estações e demais equipamentos ferroviários com empreendimentos associados, contribuindo para a renovação do uso do solo em seu entorno imediato e atuando como elemento indutor de transformações.

Historicamente, os eixos de transporte ferroviários foram responsáveis pelo desenvolvimento de polos regionais e de centralidades urbanas, tendo suas estações como núcleo principal desse processo. A presença de atividades não relacionadas diretamente ao transporte, em áreas adjacentes e/ou correlatas às estações e eixos de transporte implantados, sempre apoiaram a consolidação das estações como elementos-chave do processo de estruturação e requalificação urbana.

Dessa forma, a CPTM busca não apenas atender a sua função básica, qual seja, a de prover transporte público qualificado e eficiente à população, como também incorporar novas funções ao programa de seus empreendimentos ferroviários, a partir da oferta de atividades tanto no interior das estações quanto em áreas adjacentes aos seus edifícios. Assim, os equipamentos ferroviários potencializam a geração de receitas tarifárias - consequência do aumento da demanda pelo uso do serviço de transporte - e extra tarifárias - referentes à exploração de atividades comerciais e de serviços desenvolvidas em áreas anexas.

Ao longo dos últimos anos, as políticas relacionadas à mobilidade urbana priorizam o transporte público e visam à melhor distribuição das atividades sobre o território. Portanto, ao implementar uma nova abordagem na proposição de empreendimentos associados aos seus empreendimentos ferroviários, a CPTM busca trazer uma visão arrojada sobre o tema,



AEAMESP



internalizando diretrizes, processos de análise e avaliação de vocações mercadológicas de suas instalações existentes e projetadas, propondo novos usos e atividades em seu interior e/ou áreas anexas a elas.

A partir dessa iniciativa, fica clara a disposição da empresa em contribuir e aprofundar o estudo a respeito do atual papel que os empreendimentos metroferroviários têm em seus sítios de inserção, destacando sua importância como elementos capazes de potencializar processos de requalificação urbana e identificando seus potenciais mercadológicos, gerando receita extra tarifária, como forma de aumentar a autonomia financeira da companhia.

2 DIAGNÓSTICO

Historicamente, existe uma relação direta entre a existência de infraestruturas de transportes e o desenvolvimento de centralidades regionais. Assim, o desenvolvimento de sistemas de transporte é responsável pela promoção e transformação dos espaços urbanos, bem como a geração de diferentes divisões territoriais. É importante ressaltar que essa relação sempre gerou efeitos diretos e indiretos em diversos setores da economia, como pode ser visto a partir do estabelecimento da atividade industrial ao longo de eixos ferroviários, sendo esses os mesmos eixos responsáveis pelo surgimento de diversas cidades.

No Brasil, por décadas, a ferrovia foi sucateada e perdeu importância como protagonista do processo de estruturação e promoção do desenvolvimento urbano. Apoiada em exemplos de sucesso mundo afora, a nova abordagem, proposta pela CPTM, busca catalisar o empreendimento associado como parte integrante do serviço de transporte e tornar a ferrovia novamente um elemento fundamental na transformação do território urbano.



AEAMESP



A partir da problemática proposta, quer seja, aumentar a receita extra tarifária, explorando, junto a investidores privados, empreendimentos associados às estações, o que, no médio-longo prazo, pode levar à maior autonomia financeira da empresa, a CPTM desenvolveu metodologia própria de análise mercadológica e de vocação desses empreendimentos. Essa análise foi desenvolvida em duas escalas:

Empreendimentos associados anexos às suas instalações ferroviárias (estações, pátios e oficinas), em áreas contíguas e/ou incorporadas aos seus edifícios principais.

Empreendimentos associados no interior de suas estações, determinando diretrizes para locação de pontos comerciais, considerando o estudo do fluxo de usuários no interior dos edifícios.

2.1 METODOLOGIA

O horizonte vislumbrado pela Gerência de Planejamento de Transporte da CPTM ao desenvolver esse estudo foi propor medidas de incentivo para ampliar receitas extras tarifárias com análises de viabilidade técnica, institucional, social e econômico-financeira de negócios associados.

A elaboração de uma nova metodologia de avaliação para empreendimentos associados trouxe vários desafios, dentre eles:

Primeiro, a inexistência de experiências anteriores que pudessem dar suporte e servir de parâmetro à sua elaboração, o que, por outro lado, evidenciou desde o início o ineditismo e a importância da realização deste trabalho. Importância essa já revelada na própria missão da empresa, que estabelece como um de seus objetivos empresariais alcançar a sua estabilidade financeira e autonomia gerencial.



AEAMESP



Segundo, a criação de um instrumento que servisse como base para a análise técnica dos resultados obtidos, qualificando e priorizando, entre as sugestões, aqueles empreendimentos que potencialmente seriam mais interessantes aos objetivos e vocações da empresa. Destaca-se a importância de que a CPTM tenha o domínio da definição do tipo de empreendimento que se associará à sua infraestrutura. Nesse sentido, há necessidade de uma análise qualitativa para escolha das melhores atividades associadas, dada a região de sua implantação, e uma análise quantitativa para aproximação dos valores de mercado e o potencial construtivo dos empreendimentos.

Terceiro, estabelecer de que forma seriam tratadas as parcerias com entes privados e públicos, bem como de que forma seriam compatibilizados interesses destes aos objetivos da CPTM.

A partir dessas premissas, buscou-se construir uma ferramenta, baseada em práticas de mercado e fontes consagradas de dados, como o geomarketing e fontes secundárias de dados, que orientasse a CPTM no sentido de dar respostas a esses anseios privados e públicos, respeitando os limites de sua atuação.

Dentro deste processo, foram identificados outros fatores que dificultaram a elaboração da metodologia, como: ausência de bibliografia e pesquisas específicas sobre ao geomarketing, a falta de registros históricos e estatísticos sobre empreendimentos associados às estações da CPTM e a falta de expertise sobre o tema dentro do corpo técnico na empresa.

Este cenário potencializou ainda mais o desafio, desenvolvendo maior mobilização da Gerência em superá-lo. Para isso, a multidisciplinaridade foi elemento-chave para que o objetivo fosse alcançado.

Os processos e métodos desenvolvidos nesse documento deverão ser aprimorados com o tempo, principalmente, após a implantação dos empreendimentos associados propostos, pois, a partir da análise desses casos, será possível armazenar informações, gerando um banco de dados, de forma a ajustar as premissas sugeridas.

2.1.1 Etapas de estudo

Para a análise das características urbanas e do perfil socioeconômico da região de influência, fez-se necessário realizar o mapeamento das atividades urbanas, demandando a utilização de software especializado em Sistema de Informação Geográfica (SIG).

Além do mapeamento das atividades urbanas, buscou-se armazenar uma série de informações históricas e estatísticas para a construção de um banco de dados. Salienta-se a importância do cruzamento das informações levantadas para criar um arcabouço teórico que orientasse a tomada de decisões no desenvolvimento da análise mercadológica.

Para a manipulação dessa coletânea de informações, há necessidade de recursos humanos especializados em diversos segmentos profissionais, como estatístico, programador, geógrafo, economista, engenheiro, arquiteto urbanista, cientista social e administrador de empresas.

A estruturação da metodologia para o estudo desenvolvido se deu a partir das seguintes etapas: Caracterização, Dinâmica Urbana, Análise Qualitativa de Possibilidades e Considerações Finais.

A figura a seguir apresenta, esquematicamente, a estrutura adotada.



Figura: Fluxograma do Estudo Mercadológico

A seguir é apresentado, detalhadamente, o conteúdo desenvolvido para o estudo proposto, que poderá servir de base para estudos futuros da empresa.

2.1.2 Caracterização

Descreve os antecedentes, histórico e fatores determinantes para a implantação do empreendimento ferroviário proposto pela CPTM. Na sequência, é apresentada coletânea de dados, de forma a contextualizar a área em estudo e auxiliar na tomada de decisão do melhor empreendimento associado para o local.

Para compreensão da região em estudo, elabora-se uma caracterização socioeconômica e de mobilidade, que com o levantamento de dados de demografia, renda, mobilidade, uso e ocupação do solo, economia, acessibilidade e projetos de destaque. A conjugação dessas informações no território permite entender a dinâmica urbana da região. Essa contextualização proporciona uma avaliação mais assertiva das possibilidades de empreendimentos associados para cada objeto de estudo.

Primeiramente, é realizada a definição da área de influência do ponto de estudo, sobre a qual foram elaboradas as análises sobre Demografia e Renda, Uso e Ocupação do Solo e Perfil

Econômico. Delimita-se a Área de Influência Regional (AIR) a partir da agregação por distritos¹, permitindo unificar, em escala adequada, os diversos dados coletados que serviram de insumo para a caracterização da região. Vale ressaltar que, fora do município de São Paulo, alguns dados para os temas apresentados são disponibilizados apenas para a unidade geográfica “município”, portanto, haverá casos em que a AIR será composta por municípios.

As análises relativas à mobilidade tiveram como unidade de agregação as Zonas OD, a partir da Pesquisa Origem e Destino². Extraíram-se dados de viagens produzidas e atraídas para a região estudada. As zonas OD apresentam uma agregação menor que a utilizada nos distritos, com isso o diagnóstico da mobilidade permite informações mais precisas das áreas impactadas diretamente pela implantação do empreendimento associado proposto.

A Área de Influência Regional deve apresentar certa homogeneidade urbana para criar um panorama representativo da área em estudo. Destacam-se alguns elementos que devem ser considerados na definição da AIR, a saber:

- Barreiras físicas (rodovias, rios, entre outros elementos sem ou de difícil transposição).
- Relações de interdependência (tendência de deslocamentos em direção às centralidades).
- Sistema viário principal (eixos estruturadores através dos quais os distritos se conectam).

A etapa de caracterização também observa o sistema viário e projetos colocalizados. Estes temas não se restringem à delimitação de área de influência, uma vez que podem não coincidir

¹ Distritos são as unidades administrativas dos municípios. Têm a sua criação norteadas pelas Leis Orgânicas dos Municípios.

² Elaborada pela Companhia do Metropolitano de São Paulo – METRÔ. Últimos dados divulgados em 2007.

com os limites definidos nos distritos e/ou zonas OD. A pesquisa abrange as áreas necessárias à compreensão das dinâmicas relacionadas ao ponto de estudo, com enfoque na relevância e no potencial de impacto no sistema viário e nos projetos colocalizados relevantes, independente da delimitação estipulada na AIR.

Os itens a seguir apresentam, de forma detalhada, como foram desenvolvidos os temas relativos à caracterização.

- Antecedentes

Os antecedentes apresentaram o histórico e os fatores determinantes para a implantação de uma nova estrutura ferroviária na malha da CPTM.

- Demografia e Renda

Para avaliar os aspectos referentes à demografia e renda, foram utilizados os dados do Censo 2010 do IBGE³ com projeção para 2013. O cálculo da projeção considerou o TGCA⁴ entre os censos de 2000 e 2010.

A demografia aborda os dados populacionais, de forma a compreender quais distritos/municípios concentram menos ou mais população no universo da AIR, qual a distribuição espacial da densidade demográfica, perfil etário, número de domicílios e percentual de verticalização.

Na pesquisa de renda, foram identificados a renda média domiciliar da AIR e seu capital mensal, bem como os distritos/municípios responsáveis pela maior concentração da demanda mensal. Esse levantamento traçou o perfil de renda da AIR, contribuindo para a análise

³ IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

⁴ TGCA – Taxa Geométrica de Crescimento Anual

qualitativa de produtos como residencial vertical (econômico, médio e alto padrão) e para definição de taxa de captura.

- Mobilidade

Os dados de mobilidade correspondem ao motivo de viagens produzidas pelas zonas, principais zonas que geram viagem com destino às zonas OD lindeiras e ao número de viagens produzidas.

O número de viagens produzidas nas zonas OD do ponto em estudo foi levantado e comparado às zonas OD lindeiras, de forma a criar um panorama das principais zonas produtoras de viagens e da caracterização do modo de locomoção dentro deste universo (a pé, transporte coletivo, transporte individual motorizado ou bicicleta).

As informações relativas à “atração por motivo de viagem” e ao “fluxo diário” foram captadas do universo de toda a Pesquisa OD, isto é, a Região Metropolitana de São Paulo (RMSP).

A análise sobre a mobilidade, a partir da Pesquisa OD 2007, permite identificar as tipologias da demanda gerada pela população flutuante, uma vez que são observados fatores como o motivo de viagens da população e as principais zonas de origem e/ou destino de viagens.

- Uso e Ocupação do Solo

O tema “uso e ocupação do solo” abordou os seguintes aspectos: evolução do uso e ocupação do solo, morfologia e legislação urbanística.

A evolução do uso e ocupação do solo permitiu identificar a dinâmica existente na área em estudo, explicitando tendências de verticalização e alteração das características do uso do solo. A fonte dos dados foi a Prefeitura Municipal de São Paulo, período de 2000 a 2008; os demais municípios não dispõe destas informações.



AEAMESP



A consulta à legislação de uso e ocupação do solo ocorreu de acordo com a legislação urbanística disponível do município de São Paulo. Outrossim, poderá abranger leis como Plano Diretor, Lei de Uso e Ocupação do Solo e Lei de Macrozoneamento. A partir dessa consulta, foram levantados os índices urbanísticos (Coeficiente de Aproveitamento e Taxa de Ocupação), bem como restrições de uso.

- Perfil Econômico

O perfil econômico diz respeito à evolução da economia da Área de Influência Regional, cuja investigação tem por objetivo identificar e avaliar os principais setores motrizes da economia da AIR, auxiliando no entendimento do processo de desenvolvimento local e apontando os setores com tendência de crescimento da demanda para empreendimentos imobiliários. Foram levantados número de empresas e funcionários registrados, agrupados segundo os setores e atividades econômicas aos quais estão associadas, bem como suas tendências de desenvolvimento.

Os setores da economia foram apreciados em duas escalas: Subsetores do IBGE – estrutura macroeconômica - e Divisão CNAE (Classificação Nacional de Atividades Econômicas) – estrutura microeconômica correspondente às subdivisões dos Subsetores do IBGE.

A dinâmica dos principais subsectores apontou as tendências, que podem ser agregadas em: crescimento, redução ou estabilidade do número de empresas; ou crescimento, redução ou estabilidade no número de funcionários.

As tendências apresentadas podem estar relacionadas à consolidação de empresas no mercado, automatização de processos produtivos, terceirização de serviços, entre outros. Cabe ressaltar que as causas que desencadeiam as tendências de alteração do mercado só

poderão ser determinadas a partir de análises aprofundadas sobre as cadeias produtivas estudadas.

Este diagnóstico da dinâmica da economia na AIR é importante porque permite identificar mercados em expansão ou retração, possibilitando a compreensão sobre quais cadeias produtivas, centralidades e vetores de desenvolvimento urbano influenciarão positivamente ou negativamente na implantação dos empreendimentos associados.

- Sistema Viário

Destaca-se o exame da acessibilidade por meio do levantamento do sistema viário existente, de forma a identificar potencialidades e fragilidades que possam contribuir ou dificultar a implantação de empreendimentos associados, uma vez que esses equipamentos poderão e deverão atender tanto à demanda dos usuários da CPTM como dos habitantes e trabalhadores de seu entorno.

- Projetos Colocalizados

Dizem respeito aos projetos urbanos que podem causar grande impacto à área em estudo, como operações urbanas, novos eixos de transporte coletivo (linhas metroferroviárias, corredor de ônibus, entre outros) ou novos viadutos/rodovias/ampliação de sistema viário. A importância do levantamento desses projetos reside na transformação que o ponto em estudo poderá sofrer, impactando na implantação de um novo equipamento ferroviário e dos seus empreendimentos associados.

- Levantamentos de Apoio

Como forma de auxiliar na avaliação dos empreendimentos associados sugeridos, considerou-se a possibilidade de elaborar entrevistas qualitativas para auxiliar a avaliação e a

receptividade de determinado empreendimento. Assim, podem ser identificados necessidades e anseios da população local a partir das impressões coletadas com formadores de opinião.

Para o emprego desta ferramenta na metodologia de avaliação de empreendimentos associados seria necessário definir parâmetros adequados, bem como utilizar método estatístico para definição da amostra. Assim como a apresentação clara dos resultados obtidos a partir das premissas definidas.

O método ainda permite a incorporação de levantamentos que agreguem valor ao trabalho. Esses devem contribuir para caracterização da área em estudo e, quando necessários, incorporados na matriz de avaliação.

2.1.3 Dinâmica Urbana

O objetivo foi determinar as principais dinâmicas urbanas que podiam afetar a região em estudo. Utilizou-se, referencialmente, a AIR como ponto de partida para estas análises, contudo, outras escalas de abordagem podem ser consideradas.

Dentro da AIR, foram identificadas as principais centralidades existentes⁵. A partir desses dados, foram observados os estabelecimentos mapeados por análise setorial (lojas âncora, bancos, shopping center, entre outros), uma vez que esses empreendimentos atraem uma cadeia de serviços de apoio em seu entorno, o que pode gerar demanda por atividades complementares.

⁵ Para o Município de São Paulo, à época de elaboração do estudo, foi agregada a análise das centralidades no Plano Diretor Estratégico do Município de São Paulo (2002).

Buscou-se também observar a consolidação ou novos vetores de expansão do mercado imobiliário, auxiliando na detecção de eixos estruturadores da cidade, além das diretrizes de ocupação preconizadas pela municipalidade e a dinâmica estabelecida pelo respectivo mercado.

2.1.4 Análise Qualitativa de Possibilidades

Nesta etapa, foram apresentadas as oportunidades e ameaças para a implantação de diversos tipos de empreendimentos associados junto ao objeto do estudo, a partir de dados e análises construídas ao longo da metodologia. O resultado desta etapa foi a elaboração de uma matriz de avaliação.

Como oportunidades são enumerados elementos ou condições que contribuem para a implantação dos empreendimentos associados. Dessa forma, podem envolver a existência de centralidade(s) consolidada(s), presença de vetor de expansão imobiliária e possibilidade de atração desse vetor, sistema viário adequado e/ou demanda.

As ameaças correspondem às limitações no contexto em que o empreendimento se insere, que podem englobar condições de degradação de uma determinada área, concorrência (muita oferta preexistente para determinado segmento do mercado), sistema viário precário e barreiras urbanas ou visuais.

A avaliação qualitativa foi baseada na estrutura de uma Matriz SWOT⁶. Sua função neste trabalho era sintetizar as oportunidades e ameaças identificadas, externas à organização. A conjuntura formada por todos os aspectos condensados na matriz aponta se há ou não a

⁶ Matriz SWOT: SWOT é uma sigla oriunda do inglês para Forças (**S**trengths), Fraquezas (**W**eaknesses), Oportunidades (**O**pportunities), e Ameaças (**T**hreats).

possibilidade de desenvolvimento de um determinado empreendimento associado, seja público ou privado.

Cada tipologia de negócio foi acompanhada por uma matriz individual, pois foram levantados aspectos e peculiaridades específicos da atividade analisada, que poderiam influir no sucesso de sua implantação. Essa análise setorial envolve também o panorama da oferta de cada tipo de empreendimento (e possível saturação do mercado para determinada unidade de negócio), valores de venda/locação e caracterização dos empreendimentos (área útil, características do público alvo).

A seguir, serão apresentadas as convenções gráficas adotadas e a estrutura de uma matriz.

AVALIAÇÃO POSITIVA	AVALIAÇÃO CONDICIONADA	AVALIAÇÃO NEGATIVA
Apresenta pontos favoráveis à implantação do empreendimento sugerido	Apresenta avaliação condicionada à situação específica para implantação do empreendimento	Apresenta pontos desfavoráveis à implantação do empreendimento sugerido

		Tipologia	Resumo Qualitativo Urbano	
MATRIZ SÍNTESE		Tipologia do Empreendimento Associado em Estudo	POSSIBILIDADE	ZONEAMENTO
			Concatenação das oportunidades e ameaças para o empreendimento avaliado.	Possibilidade segundo a legislação vigente.
			CONTEXTO URBANO	OFERTA E DEMANDA
			Relação da área em estudo com a cidade de forma a avaliar se há ou não oportunidade para desenvolver determinada tipologia de acordo com o uso do solo, polos geradores de tráfego e perfil da população local.	Caracterização e quantificação da oferta ou demanda. A avaliação apresenta parâmetros diferentes para cada tipologia.
CONSIDERAÇÕES	Economia	Tendência de crescimento no número de empresas e funcionários do setor relacionado à tipologia (na AIR).		
	Acessibilidade e Entorno	Potencialidades ou limitações de acessibilidade da área em estudo a polos importantes da região.		
	Análise Macro do Mercado	Avalia os principais indicadores ou dados a respeito da tipologia abordada.		
	Oferta nas Proximidades	Perfil da concorrência nas proximidades.		
	Tendências	Existência ou não de sinergia da tipologia estudada com a tendência de desenvolvimento urbano da região.		

Figura: Modelo Matriz de Possibilidades Qualitativa



AEAMESP



Para cada ponto em estudo, foram avaliadas diversas tipologias de negócio. São elas:

- Galpões e armazéns industriais.
- Empresarial, escritórios e consultórios.
- Hotel.
- Centro de eventos.
- Shopping Center (de vizinhança, tradicional ou power center).
- Educação superior/complementar.
- Educação básica (ensino fundamental).
- Residencial vertical (alto padrão, médio e econômico).
- Hospital.
- Serviços de apoio à saúde (clínicas médicas, odontológicas e laboratórios).
- Área comercial voltada aos usuários da estação.

A partir dos dados sintetizados nas matrizes de possibilidades qualitativas, foram sugeridos produtos que tivessem maior potencial de comercialização imediata. Para esses produtos, foi elaborado um estudo quantitativo, demonstrando as tipologias de negócio sugeridas e respectivas características físicas.

Após essa etapa, foram realizados cenários de comercialização das tipologias sugeridas, com vistas a estimar o tempo de absorção das unidades a serem comercializadas e o tamanho (em área útil) passível de ser explorado no ponto em estudo.

Ao final, foi feita a exposição das ponderações relativas aos produtos sugeridos e às demais avaliações elaboradas ao longo do estudo. Trata das sugestões de produtos, seleciona os empreendimentos de maior atratividade para o mercado a partir do cenário presente na região estudada.



AEAMESP



Vale destacar que o estudo buscou incorporar também a avaliação de empreendimentos associados de caráter público, uma vez que a CPTM, enquanto prestadora de serviço de transporte coletivo, pode promover a requalificação no entorno de suas estações ou equipamentos ferroviários estabelecendo parcerias com outras instituições, de forma a atender demandas por serviços públicos na área de influência do estudo. Assim, procurou-se as melhores oportunidades para implantação de um empreendimento, independente do seu apelo comercial, o que abrangiu as esferas pública e privada.

Contudo, há uma série de possibilidades de empreendimentos públicos que a metodologia não permite captar, devido à inexistência ou à confidencialidade dos dados relativos ao cadastro dos equipamentos existentes, os planos de expansão e variação das políticas públicas de assistência à população. Sendo assim, é imprescindível a verificação junto a diversos órgãos públicos, com o intuito de averiguar a viabilidade de implantação desses empreendimentos.

3 ANÁLISE DOS RESULTADOS

A seguir, utilizaremos como exemplo de aplicação da metodologia desenvolvida a análise mercadológica para empreendimentos associados à estação Brás, das linhas 10 Turquesa, 11 Coral e 12 Safira da CPTM, no município de São Paulo.

3.1 CARACTERIZAÇÃO

A estação Brás da CPTM, integrada à Linha 3 – Vermelha do Metrô, está localizada no centro do distrito de mesmo nome e tem como importante característica a proximidade com o polo de comércio varejista de moda do Brás. Isso lhe garante constante número de usuários (tendo um dos maiores movimentos de passageiros do sistema metropolitano, com projeção média

em 2025, de aproximadamente 220.000 passageiros por dia útil) e gera intensa circulação de pessoas, em sua vizinhança, durante todo o dia.

A grande projeção de demanda, sua centralidade operacional do sistema metroferroviário e a localização geográfica demonstram seu grande potencial na proposição de empreendimentos associados à estação.

Com aproximadamente 25.000m², a área proposta para implantação dos empreendimentos se situa em terreno contíguo à estação. O terreno tem início na esquina da Praça Agente Cícero com a Rua Dr. Almeida Lima, ocupando a testada oeste da rua, de aproximadamente 500 metros, até alcançar o muro de divisa com a faixa ferroviária.

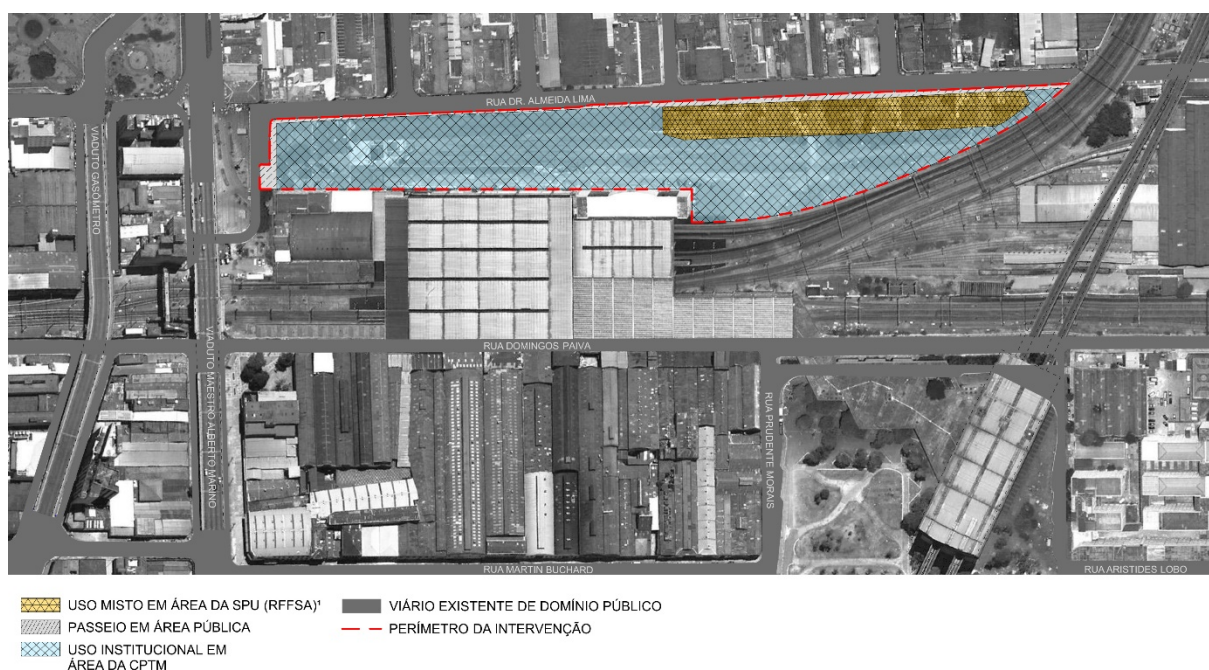


Figura: Atual Situação Fundiária

Conforme apresentado na primeira parte deste trabalho, a primeira providência para o início da análise é a definição da Área de Influência Regional (AIR) para a realização das análises socioeconômicas e urbanísticas. No caso em estudo, a AIR é composta pelos seguintes distritos do Município de São Paulo: Belém, Bom Retiro, Brás, Cambuci, Mooca, Pari e Sé.

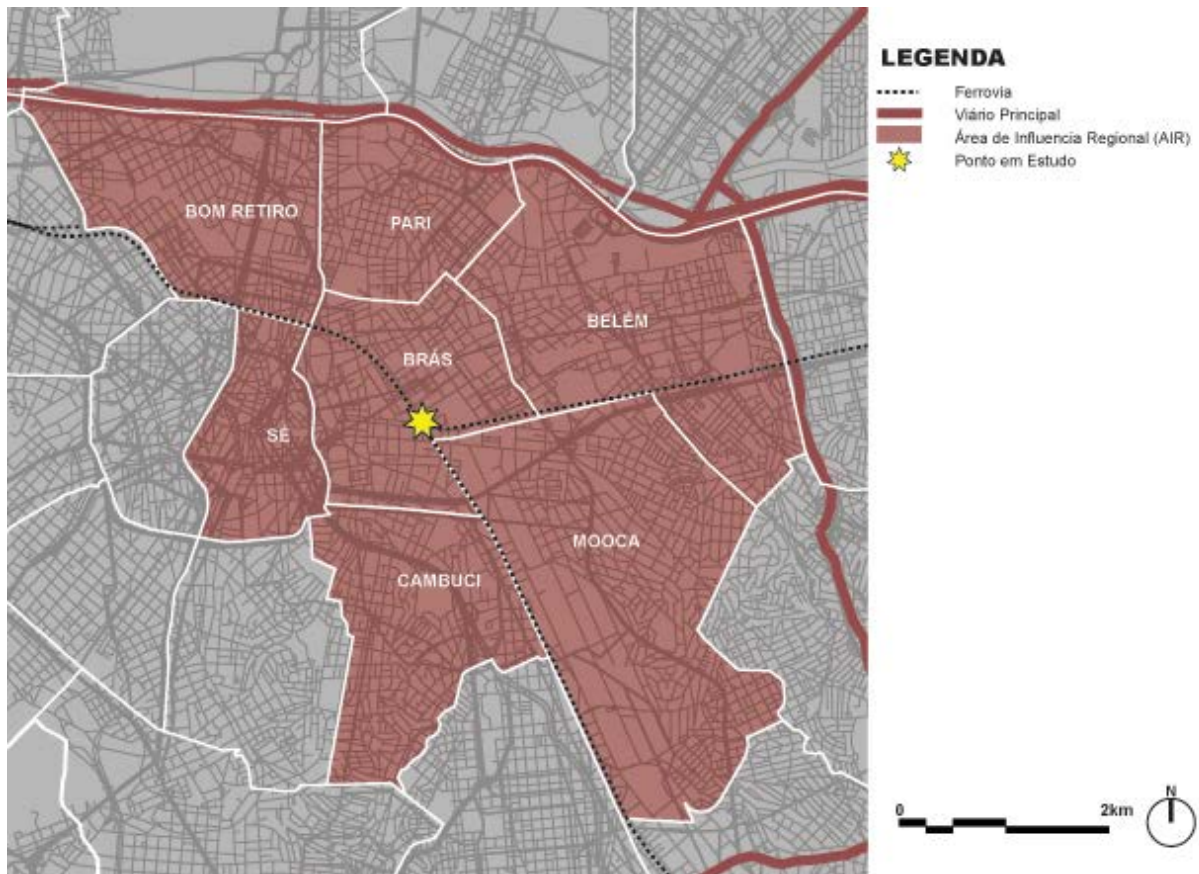


Figura: Área de Influência Regional

A AIR abrange uma população de 283.666 habitantes, sendo que o distrito do Brás concentra apenas 10,78% dessa população. O distrito da Mooca é o que concentra maior percentual da população da AIR (29,94%).

Identificou-se no perfil etário da AIR a predominância de habitantes de 20 a 39 anos (36%). O distrito do Brás apresenta perfil semelhante, com 41% da população na mesma faixa etária.

A AIR tem 95,8 mil domicílios, dos quais 56,8% são verticalizados. O distrito do Brás concentra 11% destes domicílios, sendo 66,75% verticalizados.

A renda média domiciliar da AIR é de R\$ 4.618,47, resultando em um capital mensal de R\$ 442,8 milhões. O distrito do Brás concentra 8% da renda mensal (R\$ 34,8 milhões) e apresenta apenas a 5ª maior renda média domiciliar da AIR (R\$ 3.317,85).

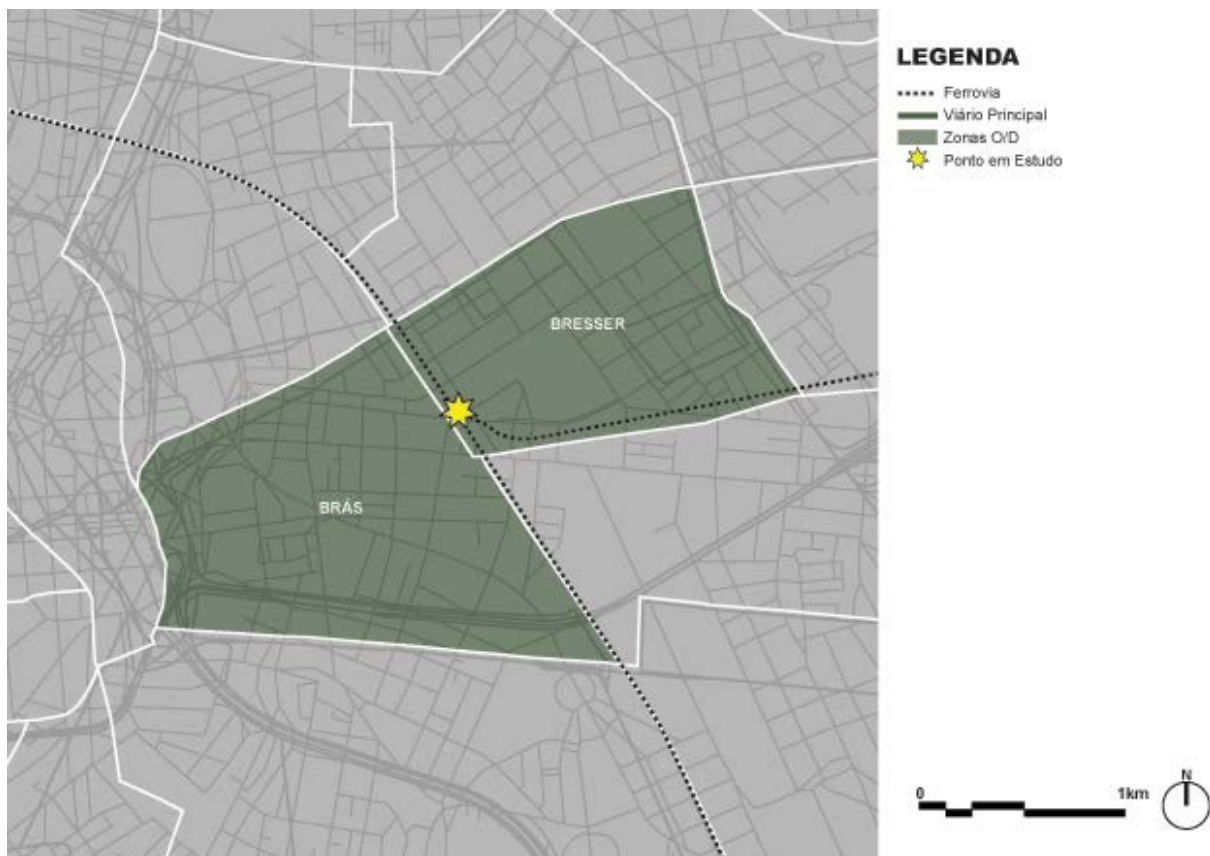


Figura: Zonas OD Lindeiras ao Ponto em Estudo

A análise sobre a mobilidade partiu das zonas OD lindeira ao ponto de estudo, comparado com o número de viagens diárias produzidas no entorno imediato (Belenzinho, Celso Garcia, Gasômetro, Independência, Mooca, Oriente, Parque Dom Pedro, Parque da Mooca). A zona OD Brás apresenta cerca de 35 mil viagens diárias das quais 51% são realizadas por transporte coletivo. A zona OD Bresser apresenta aproximadamente 23 mil viagens diárias, 45% por transporte coletivo. Considerando as zonas OD do entorno, o número de viagens diárias apresenta variação de 20 mil a 119 mil, sendo que a Parque Dom Pedro é a que produz maior número de viagens, seguida por Parque da Mooca.

Quanto à atração por motivo de viagem, a zona OD Brás apresenta como principais motivos o trabalho no setor de serviços (34,1%) e no comércio (17,5%). Os maiores fluxos com destino à zona OD Brás advêm das zonas OD Pimentas, Praça João Mendes e São Mateus. Na zona OD



AEAMESP



Bresser os motivos que atraem maior percentual de viagens são trabalho no setor de serviços (30,3%) e educação (13,9%), vindos das zonas Vila Campenela, Cidade Tiradentes e Oriente.

Sobre a evolução e legislação urbanística na região, o distrito do Brás apresentou taxa de crescimento média de área construída de 0,44%. Pequena dinâmica de verticalização: os usos “residencial vertical” e “comércio e serviço vertical” apresentaram crescimento de 1,07%, enquanto ocupações horizontais (“residencial horizontal”, “comércio e serviço horizontal”, “industrial”, “armazéns e depósitos” e “especial”) sofreram decréscimo. Destaca-se o percentual de crescimento de 3,24 para uso coletivo, cinemas, teatros e clubes.

O plano diretor classifica a área como Macroárea de Estruturação Metropolitana, na qual será permitida grande aproveitamento dos terrenos podendo chegar ao coeficiente de aproveitamento 4. A área ainda é classificada como polos de centralidades, onde está prevista a valorização, estímulo e criação de condições especiais de desenvolvimento econômico para o fortalecimento e a ampliação de áreas tradicionais de comércio.

Quanto à evolução da economia da AIR, têm-se que, no período de 2008 a 2010, houve crescimento de 3,78% no número de funcionários, empregados em 57.634 empresas, sendo que essas sofreram variação positiva de 0,6%. Foram criados mais de 45 mil postos de trabalho e 690 empresas no período, com destaque para o crescimento do setor de serviços (35 mil novas vagas de trabalho). O setor de comércio concentrava, em 2010, 41,67% das empresas e 13,76% dos trabalhadores, apresentando um crescimento de 3,68% no número de funcionários (6.047 novas vagas), porém o número de empresas caiu (-0,05%). No distrito do Brás o setor que mais emprega é o da indústria, com 35,2% dos vínculos empregatícios, destacando-se confecção de artigos de vestuário e acessórios e o comércio concentra 49,08% das empresas.

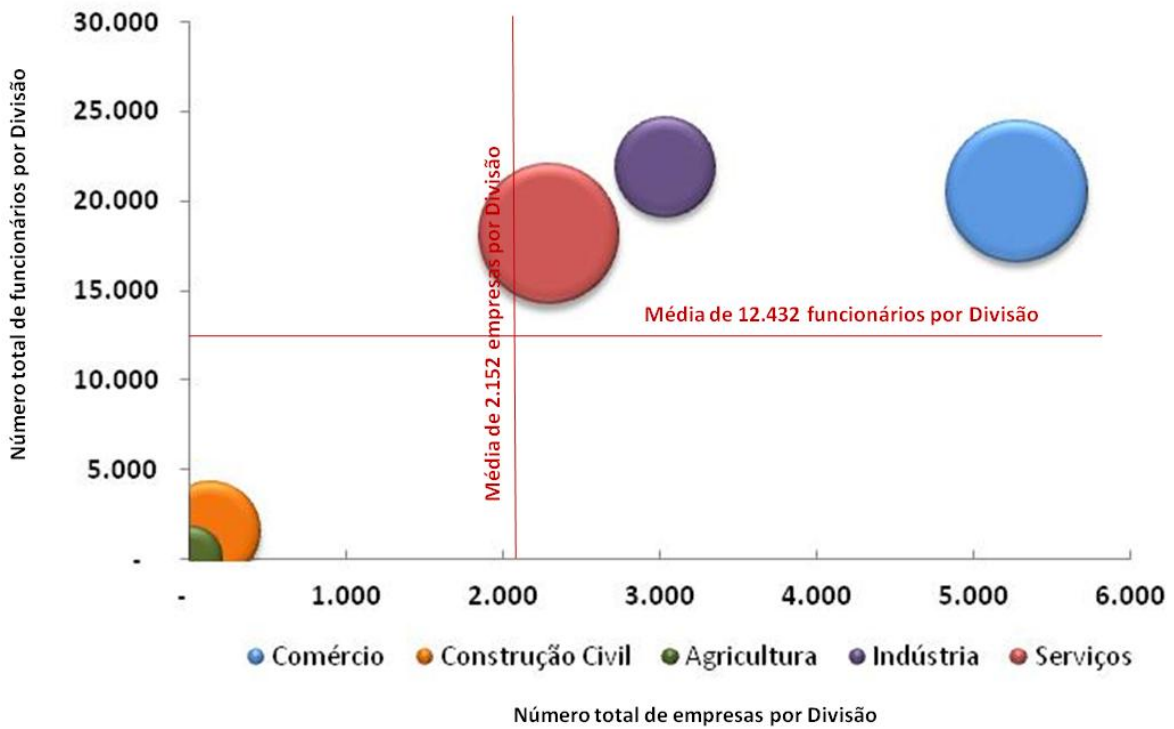


Gráfico: Grandes Setores da Economia (Distrito do Brás)

Fonte: RAIS - Relatório Anual de Informação Social, 2014.

A área em estudo conta com sistema viário estruturado, vias principais por todo entorno da área de influência, como a Av. Marginal Tietê, a Av. Radial Leste e Av. do Estado. Importante destacar outras vias de menor circulação que atendem diretamente os bolsões da área, como a Av. Lins de Vasconcelos, Av. Paes de Barros e Av. Celso Garcia. Apesar da região ser bem servida pelo sistema viário, apresenta altos índices de congestionamento e diversos pontos de estrangulamento.

A estação Brás tem fácil acesso pelo sistema viário da AIR. Sua localização apresenta intensa circulação diária de trabalhadores e compradores por ser um ponto comercial importante.

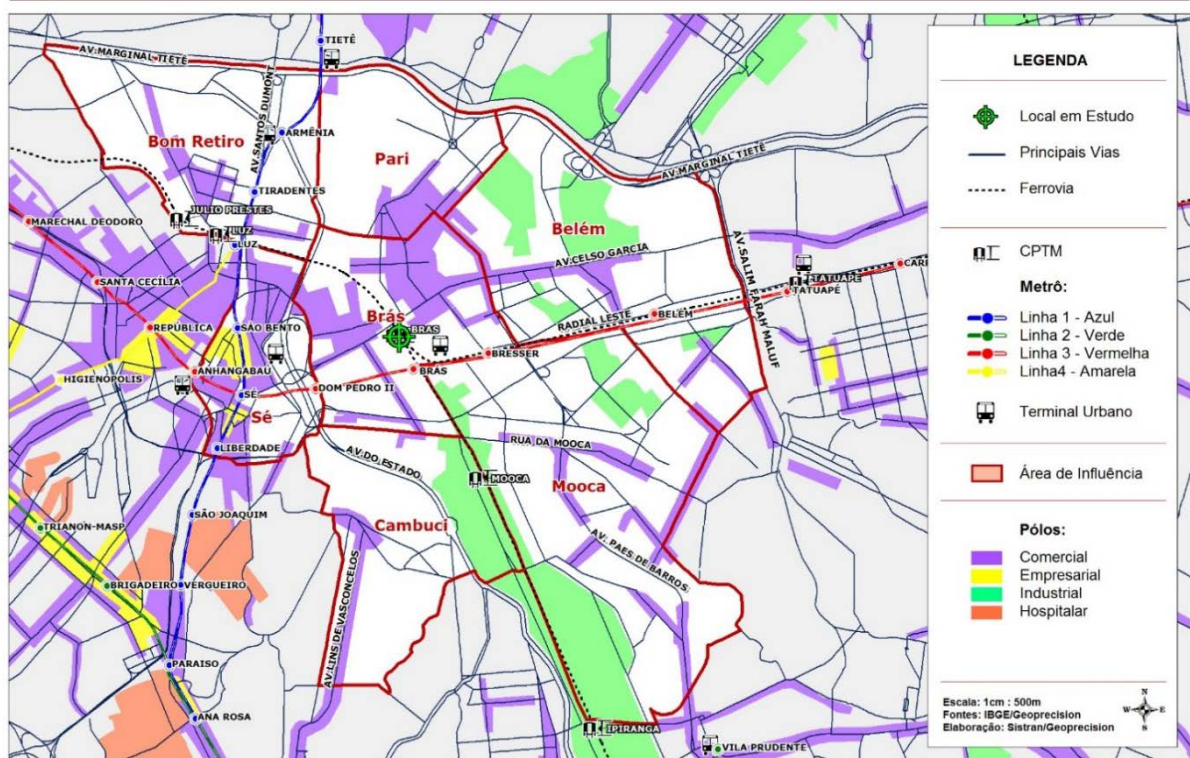


Figura: Sistema Viário Principal e Polos.

Fonte: Sistran/Geoprecision, 2014

Há época do estudo foram levantados como projetos públicos colocados relevantes a Operação Urbana Arco do Tietê e a Operação Urbana Centro, da Prefeitura Municipal de São Paulo.

O ponto de estudo está inserido no perímetro da Operação Urbana Arco Tietê, que está em processo de manifestação de interesse público para elaboração e apresentação de estudos de transformação urbana da área, na qual deverá apresentar diretrizes para:

- a) Apresentação de um novo tipo de adensamento às regiões lindeiras ao traçado da ferrovia;
- b) Implantação de novos eixos viários com vistas à adequação ao novo e maior fluxo de passageiros.



AEAMESP



Dessa forma, infere-se que a conjugação da operação urbana com a implantação de empreendimentos associados à estação Brás, potencializará o processo de transformação do uso do solo no entorno da estação.

A Operação Urbana Centro engloba área de aproximadamente 663 hectares e visa a requalificação urbana com estímulo e benefícios para atrair os investidores na construção de habitações, hotéis e de edifícios garagem, bem como os destinados à cultura, à educação e ao lazer. Embora esse projeto não englobe a área em estudo, seu perímetro é muito próximo e pode trazer benefícios aos futuros empreendimentos nela instalados.

3.2 DINÂMICA URBANA

A dinâmica urbana dos distritos da AIR indica que existem regiões com pouca característica de adensamento residencial, como o Pari (população predominante de classe média, com menor quantidade de lançamentos residenciais na área de influência), Belém (pouco mais de 400 novas unidades residenciais) e Bom Retiro (pouca oferta de lançamentos e terceira pior renda média da área de influência - R\$ 3.485). Já em Mooca houve forte expansão residencial vertical e o distrito do Cambuci é a nova aposta das construtoras paulistanas. Esse crescimento mostra-se qualificado, visto que o valor do m² na região cresce constantemente, chegando a quase R\$ 7 mil, com áreas acima de 130m². Na última década a Mooca foi responsável pelo maior crescimento residencial e comercial da zona leste, contando com um shopping regional de 42 mil m² de ABL, o comércio da região ganhou força e novos consumidores. Possuindo uma população economicamente qualificada, com rendimento domiciliar mensal na faixa de R\$ 5,8 mil, sendo o distrito da área de influência com melhor infraestrutura.

O distrito da Sé não pode entrar em comparação com nenhum outro da área de influência. Com oferta comercial e de serviços em abundância e circulação em massa, não entrará em

conflito com nenhuma atividade proposta no ponto em estudo, contudo dada a proximidade pode-se inferir que o grande fluxo de pessoas poderá potencializar os empreendimentos a serem sugeridos.

A Estação Brás apresenta fluxo suficiente para a implantação de equipamentos de comércio e serviços, mesmo sua região possuindo o maior polo comercial de vestuário do país, contribuindo para implantação de equipamento similar, havendo sinergia com toda região do Brás. Dois polos comerciais têm destaque na AIR: o Shopping Mooca e o Shopping D.

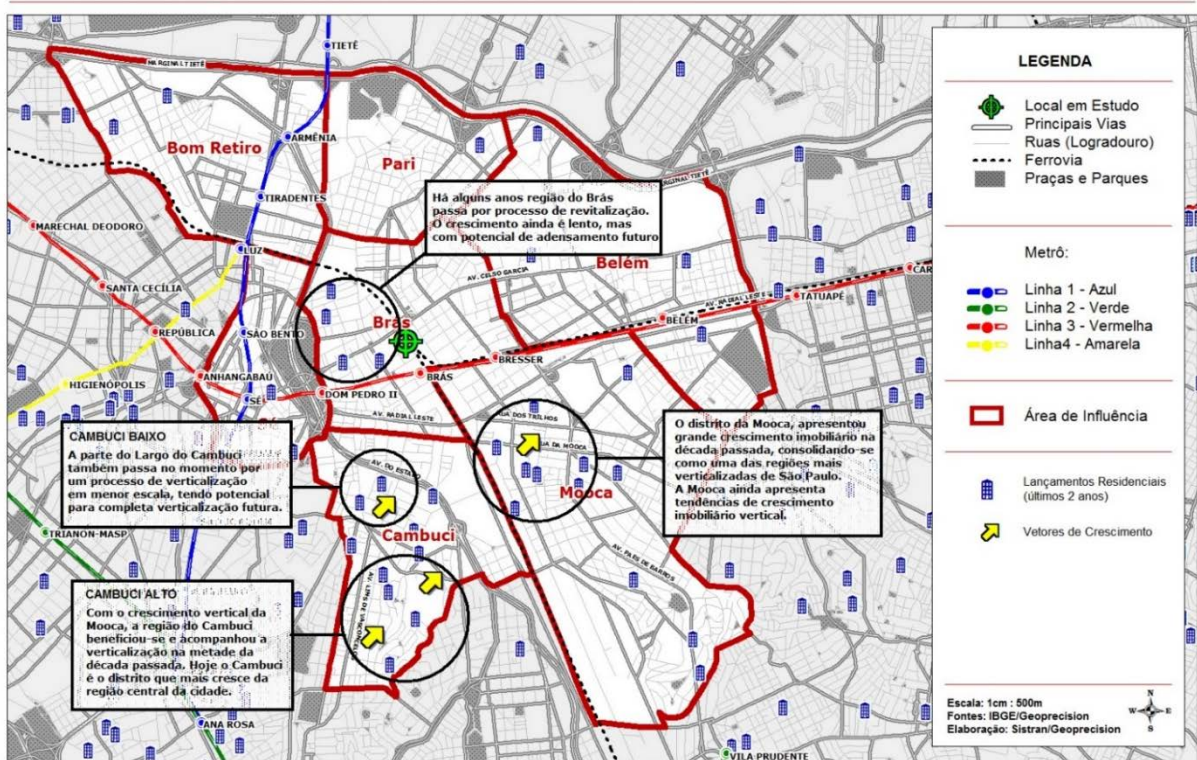


Figura: Vetores de Desenvolvimento – Regional

Devem ser observadas atividades desenvolvidas na AIR, que se caracterizam como grandes geradoras de tráfego. São elas: 15 hospitais e 26 faculdades, que atraem mais de 54 mil estudantes.

A AIR possui também algumas ruas comerciais de destaque que atuam como polos locais para atividades comerciais principalmente de serviços e alimentação, sendo elas: Rua da Mooca,

Av. Lins de Vasconcelos, Av. Paes de Barros, além do centro da cidade no distrito da Sé e também de vestuário e artigos diversos como a Av. Celso Garcia e o polo do Brás, que atrai milhares de consumidores todos os meses.

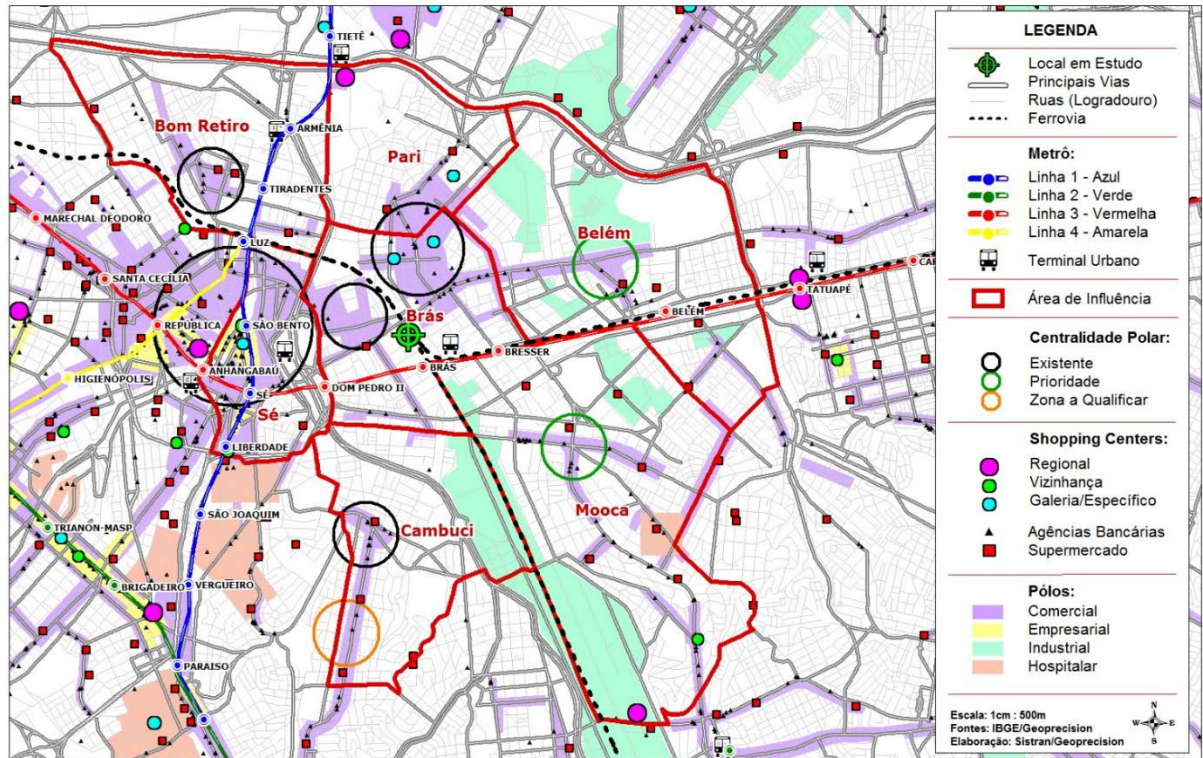


Figura: Mapa de Centralidades

3.3 ANÁLISE QUALITATIVA DE POSSIBILIDADES

O ponto em estudo caracteriza-se por estar implantado em uma região adensada e com infraestrutura de comércio já consolidada. A oportunidade de implantação de empreendimentos com esse perfil se mostra aderente e de rápida absorção pelo mercado.

Por outro lado, a forte concorrência dos polos de comércio varejistas já existentes na região pode representar grande ameaça para o sucesso de novos empreendimentos com características similares, sendo que essa concorrência pode ser entendida como uma divisão do mercado e o surgimento de nova demanda.

Conforme já apresentado anteriormente neste trabalho, a análise contemplou a elaboração de matrizes de possibilidades para as seguintes modalidades de negócios: Galpões e Armazéns Industriais; Empresarial - Escritórios e consultórios; Hotel; Shopping Center; Educação Superior e Complementar; Educação Básica; Residencial Vertical; Infraestrutura de Apoio à Saúde; e Hospital.

Para ilustrar esse estudo de caso, optamos por apresentar uma matriz com avaliação negativa – Galpões e Armazéns Industriais – e aquelas que apresentaram avaliação positiva, gerando a sugestão final de Mix de empreendimentos para empreendimentos associados à estação Brás.

	Tipologia	Resumo Qualitativo Urbano	
MATRIZ SÍNTESE	Galpões e Armazéns Industriais	POSSIBILIDADE	ZONEAMENTO
		Não há oportunidade de desenvolver empreendimento industrial e/ou logístico na área em estudo porque existe uma tendência de substituição desse tipo de empreendimento por outras tipologias mais rentáveis na área.	A área em estudo encontra-se em Zona de Centralidade Polar - b, possibilitando o desenvolvimento de diversas tipologias imobiliárias de predominância não residenciais (coeficiente de aproveitamento máximo variando de 2,0 a 4,0).
		CONTEXTO URBANO	OFERTA E DEMANDA
		Boa parte dessas indústrias são de pequeno porte, localizadas acima de lojas, em ruas estreitas e sem capacidade de crescimento.	Embora ainda existam áreas industriais em meio à malha urbana consolidada, existe uma tendência de migração desses galpões para áreas próximas às principais rodovias da RMSP.
CONSIDERAÇÕES	Economia	A atividade industrial apresentou crescimento no nº de funcionários (1,94%), porém, retração no nº de empresas (-1,5%), o que corresponde ao fechamento de 22 indústrias entre 2008 e 2010. Já o setor de serviços apresentou crescimento de 4,21% no nº de funcionários e 2,09% de empresas, sinalizando uma substituição de ocupação.	
	Acessibilidade e Entorno Imediato	A região possui fácil acesso à Marginal Tietê, consequentemente, ao Rodoanel e às principais rodovias que servem a Região Metropolitana, no entanto, encontra-se inserida nos perímetros de restrição ao tráfego de veículos pesados e do rodízio municipal de veículos, além dos problemas com as mãos de direção das principais vias e o congestionamento de veículos.	
	Rodovias	A facilidade de acesso à Marginal Tietê permite também fácil acesso a todas as principais rodovias que desembocam na Região Metropolitana de São Paulo.	
	Mercado Imobiliário	A taxa de vacância de empreendimentos logísticos em São Paulo é de 6% e o valor de locação varia entre R\$ 15/m² e R\$ 28/m². Atualmente o desenvolvimento imobiliário voltado para estas atividades ocorre nas rodovias que circundam a capital.	
	Tendências	A pressão urbana gerada pelo grande crescimento da capital atua como fator de repulsão das atividades industriais e logísticas para além dos limites da mancha urbana metropolitana.	

Figura: Matriz de Possibilidades: Galpões e Armazéns Industriais

Conforme pode ser observado na matriz acima, a tendência de modificação no uso do solo da região – substituição de galpões industriais por outros usos – desestimula a sugestão por essa modalidade de negócio.

		Tipologia	Resumo Qualitativo Urbano	
MATRIZ SÍNTESE	Empresarial - Escritórios e Consultórios		POSSIBILIDADE	ZONEAMENTO
			A forte concentração varejista e a falta de infraestrutura (alimentação e serviços) e organização na região, impedem a implantação desse tipo de equipamento no primeiro momento. Porém existe essa possibilidade com o crescimento do local.	A área em estudo encontra-se em Zona de Centralidade Polar - b, possibilitando o desenvolvimento de diversas tipologias imobiliárias de predominância não residenciais (coeficiente de aproveitamento máximo variando de 2,0 a 4,0).
			CONTEXTO URBANO	OFERTA E DEMANDA
			A área de influência não apresenta lançamentos empresariais significativos. A característica principal é de polos varejistas e concentração residencial.	A Área de Influência Regional apresenta 1.214 unidades lançadas (últimos 4 anos), das quais 90% foram vendidas. O distrito do Brás não apresentou nenhum lançamento empresarial.
CONSIDERAÇÕES	Economia	A região do Brás, apresentou crescimento de 1,22% na quantidade de empresas e quase 7% na quantidade de empregos. Grande parte dentro do comércio e serviços.		
	Acessibilidade e Entorno Imediato	Localizado ao lado da estação de trem e metrô do Brás, os acessos para quem utiliza transporte público são excelentes. A proximidade com a região central da cidade também deve ser destacada.		
	Infraestrutura Urbana	A zona de influência possui grande concentração comercial e pólos varejistas espalhados pelos distritos contidos nela. O destaque fica com a própria região do Brás, responsável pelo maior pólo de vestuário do Brasil.		
	Mercado Imobiliário	O crescimento imobiliário vertical no distrito da Mooca na última década, acelerou o lançamento de empreendimentos do tipo na região do Cambuci. Porém no entorno do Brás, não observamos esse crescimento vertical residencial/ empresarial.		
	Tendências	A perspectiva é de que a região do Brás passe por processo de revitalização nos próximos anos. Mesmo a passos lentos, já notamos essa diferença, principalmente no aspecto e estrutura dos novos equipamentos comerciais.		

Figura: Matriz de Possibilidades: Empresarial - Escritórios e Consultórios

Apesar de não possuir características que evidenciem a aderência deste modelo de negócio em um primeiro momento, a região conta com poucas opções no segmento.

Distritos	Salas	% de Salas	Disponíveis	% de Disponíveis
Até 35 m ²	117	10%	15	13%
De 36 a 50 m ²	374	31%	32	9%
De 51 a 90 m ²	482	40%	44	9%
De 91 a 130 m ²	142	12%	13	9%
Acima de 131 m ²	99	8%	10	10%
Total	1.214	100%	114	9%

Tabela: Perfil dos Empreendimentos Empresariais na Área de Influência por Tamanho (m²) em Maio de 2014

Fonte: Revista Buildings, 2014.

A AIR apresenta 1.214 unidades lançadas (últimos 4 anos), das quais 91% foram vendidas. As unidades lançadas apresentam, em média, 81 m² de área útil e 1 vaga de estacionamento. Assim, a escassez de empreendimentos com esse perfil gera um cenário positivo para esta modalidade.

		Tipologia	Resumo Qualitativo Urbano	
MATRIZ SÍNTESE	Hotel	POSSIBILIDADE		ZONEAMENTO
		Em função da representatividade do polo de vestuário do Brás, pessoas do país inteiro deslocam-se até a região em busca da oferta atacadista. Muitos hospedam-se no entorno da região, em hotéis de baixo padrão operacional, surgindo a demanda por empreendimentos econômicos de melhor padrão.		A área em estudo encontra-se em Zona de Centralidade Polar - b, possibilitando o desenvolvimento de diversas tipologias imobiliárias de predominância não residenciais (coeficiente de aproveitamento máximo variando de 2,0 a 4,0).
		CONTEXTO URBANO		OFERTA E DEMANDA
		A possibilidade do futuro hotel possuir ligação direta com a estação, facilita o deslocamento e carregamento de mercadorias pelos consumidores. A proximidade com o coração comercial do Brás faz do ponto um bom espaço para um hotel de apoio a zona de consumo.		Em 2013, a região central, onde está localizado o Ponto em Estudo, apresentou taxa de ocupação de 53,56% e valor médio de diária de R\$265,99. Valor superior ao que deve ser cobrado no Brás.
CONSIDERAÇÕES	Economia	O ramo de comércio apresentou crescimento de 1,6% em quantidade de empresas e quase 5% na quantidade de funcionários. Mesmo crescendo menos que outros ramos de atividade, o comércio ainda é o destino de grande maioria dos visitantes da região.		
	Entorno Imediato	Com a grande oferta atacadista de vestuário, a região atrai pessoas de outras cidades e estados (facilitados pela acessibilidade) em busca de boa oferta varejista. Poucos hotéis de bom padrão existem no entorno da estação Brás.		
	Mercado Hoteleiro	O mercado hoteleiro de São Paulo apresenta grande dinamismo, com taxa de ocupação média de 65,5% em 2012 (inferior à de 2012, quando registrou 66%), porém, com valor de diária em crescimento, passando de R\$ 295,19 em 2012 para R\$ 312,11 no ano seguinte.		
	Oferta nas Proximidades	A região conta com pouca oferta hoteleira de destaque, porém, encontra-se próxima ao maior polo varejista/atacadista de vestuário. Há somente 1 hotel (Mega Polo), de perfil econômico, preparado para atender os consumidores vindos de diversas regiões do país.		
	Tendências	A tendência é de crescimento nesse mercado. Conforme a oferta de comércio e serviços cresce e qualifica-se na região, a demanda por quartos de hotéis aumenta proporcionalmente.		

Figura: Matriz de Possibilidades: Hotel

A rede hoteleira de São Paulo apresentou taxa de ocupação média de 65,55% em 2013, com valor médio de R\$ 312,11/diária, sendo que os hotéis da categoria Super Luxo apresentaram a maior taxa de ocupação (66,66%, com valor médio de diária de R\$ 780,46).

Devido ao caráter executivo do turismo em São Paulo, o município apresenta sazonalidade na ocupação hoteleira, isto é, maior ocupação em meses com realização de grande número de eventos, como março (70,98%), abril (71,94%) e novembro (71,39%) e menor ocupação nos meses que correspondem às férias escolares, devido ao menor fluxo do turismo executivo (dezembro, janeiro e fevereiro).

A AIR conta com 11 hotéis, sendo 2 de médio conforto, 4 econômicos e 5 simples. Existe 1 hotel no distrito do Belém; 1 na Sé; 2 no Bom Retiro; 3 no Brás; 4 no Pari; e os distrito Cambuci e Mooca não apresentam hotéis de destaque.

Embora não tenham ocorrido lançamentos de hotéis no Brás, acredita-se que o distrito tenha potencial para o desenvolvimento dessa unidade de negócio, uma vez que a região recebe diariamente mais de 300 mil visitantes, vindos de todo o Brasil e inclusive do exterior, visando consumo no comércio varejista e atacadista de vestuário.

		Tipologia	Resumo Qualitativo Urbano	
MATRIZ SINTESE	Shopping Voltado a Produtos de Vestuário	POSSIBILIDADE		ZONEAMENTO
		A região do Brás apresenta potencial para implantação de um shopping específico. A falta de equipamentos organizados, centralizados em espaço único, é pequena, contando apenas com o Mega Polo Moda como atrativo nesse segmento.		A área em estudo encontra-se em Zona de Centralidade Polar - b, possibilitando o desenvolvimento de diversas tipologias imobiliárias de predominância não residenciais (coeficiente de aproveitamento máximo variando de 2,0 a 4,0).
		CONTEXTO URBANO		OFERTA E DEMANDA
		Mesmo a região possuindo oferta em abundância, a falta de organização é visível, havendo espaço para shopping de moda. Atualmente o único equipamento deste tipo na região é Mega Polo Moda.		A concorrência será forte, porém ela é de padrão inferior (desorganizada e sem visibilidade) ao sugerido para o ponto. O Shopping Mega Polo Moda fica em outra região do Brás, mesmo assim a concorrência com ele é inevitável.
CONSIDERAÇÕES	Economia	O ramo de comércio apresentou crescimento de 1,6% em quantidade de empresas e quase 5% na quantidade de funcionários. Mesmo crescendo menos que outros ramos de atividade, o comércio ainda é o destino de grande maioria dos visitantes da região.		
	Acessibilidade e Entorno	O entorno da estação possui comércio em abundância, porém poucos são organizados e preparados para receber grande quantidade de pessoas. Posicionar-se ao lado da estação, facilita o consumidor e cria um novo polo.		
	Mercado de Shopping	Apenas um equipamento pode ser considerado como concorrente direto do futuro Centro Comercial. O Shopping Mega Polo Moda, distante mais de 1.000 metros do ponto em estudo, é o principal modelo de comércio organizado da região.		
	Oferta nas Proximidades	A concorrência com o Shopping Mega Polo Modas é inevitável. As lojas de rua ainda carecem de organização e localização, sendo que poucas tem atratividade regional consolidada.		
	Tendências	A tendência é de crescimento qualitativo nesse mercado. O polo de vestuário já está consolidado na região, não dependendo mais da exploração de marca e imagem da região do Brás.		

Figura: Matriz de Possibilidades: Shopping Center Específico

A AIR conta com diversos polos comerciais, de serviços e shoppings centers que geram um grande fluxo de pessoas. Observa-se que a área em estudo está inserida próxima ao maior polo de comércio e confecções de moda do país, com destaque para ruas Oriente, Muller, Bresser e Avenida Celso Garcia. Esses estabelecimentos funcionam como atração de demanda, uma vez que a presença de diversas opções instaladas na região captura diariamente consumidores vindos de diversas regiões do Brasil.

A AIR possui também algumas ruas comerciais de destaque que atuam como polos locais para atividades comerciais, como: Av. Lins de Vasconcelos, Rua da Mooca, Rua Piratininga e a região central do distrito da Sé.

Destacam-se também dois grandes estabelecimentos: Shopping Mooca e o Shopping D, que mesmo distantes da área em estudo, dificultam a exploração de empreendimento com característica de Shopping Center. Sendo assim sugere-se um shopping center específico voltado ao setor de vestuário.

		Resumo Qualitativo Urbano	
Tipologia		POSSIBILIDADE	ZONEAMENTO
MATRIZ SÍNTESE	Infraestrutura de Apoio à Saúde	Existe a possibilidade de implantação de um laboratório de análises. Dentro da tipologia <i>Empresarial – Escritórios e Consultórios</i> poderão ser destinadas algumas unidades a este segmento.	A área em estudo encontra-se em Zona de Centralidade Polar - b, possibilitando o desenvolvimento de diversas tipologias imobiliárias de predominância não residenciais (coeficiente de aproveitamento máximo variando de 2,0 a 4,0).
		CONTEXTO URBANO	OFERTA E DEMANDA
		O grande fluxo de pessoas na região favorece a implantação de equipamentos de Infraestruturas de Apoio à Saúde, principalmente laboratórios de análises clínicas.	É possível a implantação de um laboratório de análises anexo a estação, porém não observamos oferta significativa que indique a demanda para implantação exclusiva desse tipo de equipamento.
CONSIDERAÇÕES	Economia	A região possui apenas equipamentos de atendimento básico, como pequenas clínicas e drogarias. De todos os distritos da área de influência, o Brás é o que possui menor oferta nesse segmento (6 clínicas e 3 drogarias). Não foi observado crescimento nesse segmento.	
	Entorno	Não há presença de oferta de saúde (infraestrutura de apoio) no entorno imediato da área de influência.	
	Mercado de Saúde	Apenas 6 clínicas médicas e 3 drogarias fazem parte da oferta no distrito do Brás.	
	Oferta nas Proximidades	A oferta é pequena, de padrão operacional médio e muito específica no entorno. Não foi observado grande movimento na região para esse tipo de empreendimento.	
	Tendências	O aumento de lojas e público flutuante na região nos últimos anos, sinaliza para a necessidade de equipamentos na área de apoio a saúde.	

Figura: Matriz de Possibilidades: Infraestrutura de Apoio à Saúde

A infraestrutura de apoio à saúde na AIR contempla 355 clínicas médicas e odontológicas, 6 laboratórios de análises clínicas e 43 farmácias. Em relação às clínicas médicas os distritos da AIR apresentam os seguintes quantitativos: 6 no Brás; 53 no Belém; 185 na Mooca; 43 no Cambuci; 48 na Sé; 20 no Bom Retiro e 21 no Pari. Os laboratórios se distribuem da seguinte forma: 1 na Sé; 1 no Belém; 3 na Mooca; 1 no Cambuci e os distritos do Brás, Pari e Bom Retiro



AEAMESP



não possuem nenhum laboratório de análise. Já as farmácias encontram-se distribuídas pela AIR em: 3 no Brás, 4 em Belém, 11 na Mooca, 6 no Cambuci, 12 na Sé, 4 no Bom Retiro e 3 no Pari.

Os equipamentos de apoio à saúde são serviços geralmente utilizados em locais próximos a postos de trabalho, constituindo-se como apoio sistêmico, dessa forma, a implantação de instituições privadas desse tipo depende do desenvolvimento comercial e empresarial da região. A região do Brás não possui serviços de saúde ou polos hospitalares consolidados. Entretanto, mesmo não possuindo grande oferta de saúde, não significa que a região do Brás possui potencial para absorção desse mercado.

3.4 SUGESTÃO DE PRODUTO

A partir das matrizes de oportunidade para cada tipo de negócio, sugeriu-se como empreendimento associado à estação Brás a implantação de um shopping center específico voltado ao setor de vestuário, complementado por áreas voltadas a prestação de serviços, como um hotel.

Foi observado que existem poucos locais de comércio organizado e centralizado na região, dificultando a locomoção e entendimento da oferta local. Muitos camelôs, sujeira e pequenas lojas criam uma barreira para o consumidor que quer aproveitar um período do dia para compras no entorno da estação. Uma área com comércio organizado ao lado de uma estação ferroviária tem a perspectiva de captar os consumidores que se deslocam para outros pontos do Brás. Vale ressaltar que os preços praticados pelas lojas na região, devem ser mantidos no futuro shopping, não gerando conflito e preferência pelo comércio de rua.



AEAMESP



A implantação de um hotel atrelado ao shopping center específico poderá configurar um novo polo varejista/atacadista. O hotel de padrão econômico aumentará o público do shopping e atenderá a necessidade de consumidores de outras regiões do país e inclusive do exterior que vão ao Brás em busca dessa oferta, nesse caso, basicamente consumidores de vestuário atacadista.

Foi adotado um *share* de 6% para o shopping, considerada a grande oferta já existente na região. Para a primeira fase recomenda-se a implantação do shopping e hotel. Aproveitando-se da infraestrutura criada, em uma segunda etapa, sugere-se a implantação de edifício empresarial de médio porte, com 120 unidades, para serem comercializadas após o início de operação da primeira fase. Verificou-se a demanda por equipamento de infraestrutura de apoio à saúde, sendo assim seria de interesse a incorporação deste uso ao edifício empresarial.

Portanto, demonstra-se a viabilidade de implantação de empreendimentos associados à Estação Brás, voltados ao setor de comércio, serviços e hospedagem. Porém outros empreendimentos que não foram sugeridos no *mix* devem ser analisados com cautela e talvez implantados futuramente.

Alguns setores de serviços como educação e saúde, não foram apresentados como sugestão de produto devido à dificuldade de acesso viário nas proximidades da faixa ferroviária e a ocupação do entorno que ainda traz insegurança aos frequentadores da região, fatores determinantes para a não implantação deste tipo de empreendimento. Contudo, iniciado o processo de revitalização da região, esse tipo de empreendimento pode tornar-se competitivo.



AEAMESP



4 CONCLUSÃO

A metodologia de Avaliação do Potencial Mercadológico de Empreendimentos Ferroviários, desenvolvida pelo Departamento de Projetos Funcionais, integrante da Gerência de Planejamento de Transporte, da CPTM, traz um novo patamar instrumental para elaboração de propostas de projetos funcionais de empreendimentos ferroviários da empresa.

Através da aplicação dessa metodologia, a CPTM demonstra sua preocupação cada vez maior em inserir, no âmbito dos seus projetos funcionais, uma visão contemporânea de uso de áreas para exploração de negócios. Ao vocacionar áreas, fazendo uso dos procedimentos abordados na metodologia, é possível identificar demandas existentes e dar respostas ao mercado, na medida de suas expectativas, priorizando atividades que agreguem valor ao serviço prestado, sugeridas como empreendimentos anexos às instalações ferroviárias.

A iniciativa também demonstra a busca por soluções mais integradas e abrangentes, ampliando o arcabouço de temas tratados desde as primeiras etapas das proposições de projetos funcionais. Deve ser destacado também o impacto causado pela inserção da esfera mercadológica no resultado final dos projetos funcionais, uma vez que sua concretização pode ser observada nas instalações propostas (edifícios), que abrigarão os usos identificados nas matrizes resultantes da análise.

Essa ferramenta, ainda, reflete um dos objetivos empresariais da CPTM, a saber, a possibilidade de alcançar sustentabilidade financeira, a partir da geração de receita extra tarifária, proveniente da exploração desses empreendimentos pelo privado.



AEAMESP



Sob o ponto de vista da requalificação urbana, fica claro que o estudo uma vez implantado, gerará externalidades positivas à sociedade, em diferentes graus, como consequência da implantação dessas infraestruturas, algo inédito para a Empresa.

É importante destacar que este instrumento de análise desenvolvido pela CPTM é capaz de dar suporte à decisão por escolhas de melhor aderência quanto às propostas de empreendimentos associados às suas instalações ferroviárias, validando ou refutando-as.

A Empresa já conta com portfólio de avaliações e análises consolidadas e internalizadas em seus projetos. Atualmente, a CPTM pode utilizar a metodologia desenvolvida para dar respostas mais rápidas e fidedignas ao mercado, acerca de propostas feitas por empreendedores privados.



AEAMESP



5 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BUARQUE, S. J. C. Construindo o desenvolvimento local sustentável. 4. ed. Rio de Janeiro: Garamond, 2008.

EMBRAESP – EMPRESA BRASILEIRA DE ESTUDOS DE PATRIMÔNIO. Pesquisa e análise de mercado. São Paulo, 2013.

IBGE – INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. Censo Demográfico 2000 – Resultados da amostra. Rio de Janeiro, 2000.

IBGE – INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. Censo Demográfico 2010 – Resultados da amostra. Rio de Janeiro, 2012.

METRÔ – COMPANHIA DO METROPOLITANO DE SÃO PAULO. Pesquisa de Origem e Destino 2007. São Paulo, 2008.

MINISTÉRIO DO TRABALHO E EMPREGO. RAIS – Relação Anual de Informações Sociais. Brasil, 2014. Disponível em: < <http://portal.mte.gov.br/rais/>>. Acesso em: 31 jul. 2014.

SECRETARIA DOS TRANSPORTES METROPOLITANOS. Plano Integrado de Transportes Urbanos - PITU 2025. São Paulo, 2006.