

São Paulo, 20 de maio de 2025
Proposta 214/25

À

CBTU - Companhia Brasileira de Trens Urbanos

Brasília (DF)

Prezados senhores,

submetemos à apreciação de V. Sas. proposta para realização de **pesquisa qualitativa**, a partir dos pontos focais relacionados nos tópicos a seguir e, também, de acordo com email e respectivo Referencial Técnico anexado.

1 - Equipe

A pesquisa será realizada por equipe composta de:

- 1.1 - 01 (um) profissional de marketing, com especialização em planejamento estratégico, com as funções de coordenador geral.
- 1.2 - 01 (um) psiquiatra sênior, a quem caberá a supervisão técnica do trabalho.
- 1.3 - 02 (dois) entrevistadores, a quem caberá a realização das entrevistas pela via remota, através de plataforma especialmente customizada para aquela finalidade, em conformidade com as diretrizes da LGPD (Lei Geral de Proteção de Dados).
- 1.4 - 01 (um) técnico em recrutamento de entrevistados, com experiência no relacionamento com pessoas das classes socioeconômicas C, D e E, com idade acima de 16 anos.
- 1.5 - Cada entrevista será feita simultaneamente pelos 02 (dois) entrevistadores. O primeiro conduzirá a conversa a partir de roteiro validado pelo cliente. O segundo ficará atento à linguagem não verbal do entrevistado.
- 1.6 - As entrevistas em profundidade pela via remota exigirão que os entrevistadores **venham a participar**, antes da fase de recrutamento, de encontros preparatórios que servirão para contextualizá-los no escopo da Pesquisa.

2 - Metodologia

- 2.1 - As entrevistas serão individuais, em **profundidade** (EP's), com a duração de tempo necessária para captar a essência **dos** sentimentos predominantes em relação ao objeto desta **pesquisa qualitativa**, 40 minutos em média cada uma.

3 - Objetivo

Aferir, entender e avaliar os sentimentos predominantes em relação ao serviço de transporte público disponibilizado nas cidades alagoanas de Maceió, Satuba e Rio Largo.

3.1 - Serão avaliados os serviços oferecidos pelos seguintes modais: trem urbano, ônibus, micro-ônibus, vans, aplicativos e táxis.

3.2 - Para a avaliação referida no item anterior, será estimulado o seguinte conjunto de atributos.

3.2.1 - Confiabilidade e regularidade dos horários disponibilizados por cada modal.

3.2.2 - Intervalo respectivos (duração).

3.2.3 - Limpeza nas estações, nos trens, nos veículos de outros modais e respectivos pontos de origem e destino.

3.2.4 - Percepção das condições de integração (quantitativo de linhas de ônibus, condições dos terminais, etc).

3.2.5 - Lotação dos trens, ônibus e outros modais.

3.2.6 - Percepção dos usuários sobre a qualidade da viagem em todos os modais (conforto, rapidez, utilidade, tarifa).

3.2.7 - Percepção das condições de acessibilidade.

3.2.8 - Percepção e opinião sobre os horários de funcionamento.

Observações:

a) **Os atributos** acima serão avaliados de forma **estimulada**. **Os referidos nos subitens 3.2.1 e 3.2.6 também serão avaliados no modo espontâneo.**

b) Após a aprovação da presente proposta, será submetido ao cliente roteiro customizado aos objetivos desta **pesquisa qualitativa**, para validação.

4 - Público-alvo

4.1 - Classes C, D e E, acima de 16 anos, conforme segmentação informada no subitem 9.1.3 abaixo. Pessoas que usam os serviços de transporte urbano através dos seguintes modais:

4.1.1 - Trem urbano, origem e destino nas 15 estações atualmente em operação, desde Lourenço de Albuquerque até Jaraguá.

4.1.2 - Ônibus, micro-ônibus, vans, aplicativos e táxis, origem e destino em Rio Largo, Satuba e Maceió.

Obs: os níveis de frequência e horários que serão indicados no roteiro a ser validado por V.Sas.

5 - Quantidade de entrevistas

5.1 - Serão 60 (sessenta) entrevistas, com pessoas residentes em Rio Largo, Satuba e Maceió. quantidade suficiente para representar o universo de futuros entrevistados.

6 - Formato de apresentação do Relatório

O Relatório de cada pesquisa será dividido em partes distintas:

6.1 - Primeira parte

Considerações preambulares: validação do roteiro, explanação da política de recrutamento pelo Grupo Coordenador e outras informações relevantes.

Principais conclusões: os achados e *insights* relacionados ao objetivo da pesquisa.

6.2 - Segunda parte

Descrição detalhada, com as respostas para as questões previstas no roteiro. Incluirá extratos com a transcrição de frase/trecho que simbolizará o sentimento predominante em cada uma das 60 (sessenta) entrevistas, anotados e editados pelos psicólogos entrevistadores, junto com quadro de registro de outras sensações lateralmente percebidas na ocasião das falas.

6.2.1 - Consideração relevante

6.2.1.1 - Trabalho de colegiado formado por todos os profissionais com diferentes experiências. Importante destacar que os entrevistadores que conduzirão as entrevistas de cada pesquisa também participarão da produção dos conteúdos a serem apresentados nos futuros relatórios.

7 - Conformidade com o detalhamento solicitado

7.1 - Todas as outras especificidades do trabalho estarão em sintonia com o email recebido e o Referencial Técnico anexado.

8 - Investimento

8.1 - Será de 69.150,00 (sessenta e nove mil, cento e cinquenta reais) o investimento nesta **pesquisa qualitativa**, com 60 (sessenta) entrevistas individuais em profundidade, incluindo o capítulo especial das Recomendações Estratégicas e Táticas.

- 8.2 - O valor acima inclui todas as despesas pertinentes, tais como honorários da equipe e impostos.
- 8.3 - A pesquisa será apresentada em data a ser previamente acertada.
- 8.4 - A vigência da proposta e respectivo contrato será de 4 meses, a partir da assinatura.
- 8.5 - O prazo de execução do objeto será de 1 mês contado a partir da assinatura da Ordem de Execução.

9 - Perfil detalhado da equipe, atestados de capacitação técnica e roteiro

9.1 - Na hipótese de nossa proposta vir a ser aprovada enviaremos:

- 9.1.1 - Os perfis dos profissionais que irão conduzir a pesquisa.
- 9.1.2 - 02 (dois) atestados de capacitação técnica inerentes ao escopo do trabalho.
- 9.1.3 - Roteiro das entrevistas para validação, incluindo a indicação dos futuros 60 (sessenta) entrevistados, segmentados por modal e por local (bairro/cidade) onde trabalha, local (bairro/cidade) onde reside, sexo, idade, nível de escolaridade, profissão e classe socioeconômica, os horários em que utiliza o modal de transporte coletivo, o motivo da utilização (trabalhar, estudar, lazer, compras, outros), os dias da semana. Parte deles precisará ser usuária do serviço no intervalo entre 06h00 e 10h00 e 16h00 e 20h00, devendo obrigatoriamente também incluir horários do pico (entre 06h00 e 08h00 entre 17h00 e 19h00).

Cordialmente,


José Jardelino da Costa Jr.
jardelino@srpi.com.br
(11) 9 8762 1581
(81) 9 8177 3112

SRPI - Estratégia e Pesquisa Ltda.
CNPJ: 16.842.587/0001-16
Avenida Brigadeiro Faria Lima, 3729
Conjunto 05 Itaim Bibi
São Paulo (SP) CEP 04538-905