



PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DO RIO DE JANEIRO

Uma avaliação dos usuários de transporte urbano por ônibus na cidade do Rio de Janeiro

Pedro da Rocha Galhardi Carrilho Valente

TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

CENTRO DE CIENCIAS SOCIAIS – CCS
DEPARTAMENTO DE ADMINISTRAÇÃO
Curso de Graduação de Administração

Rio de Janeiro, Junho de 2017



Pedro da Rocha Galhardi Carrilho Valente

**Uma avaliação dos usuários de transporte urbano por ônibus
na cidade do Rio de Janeiro**

TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

Trabalho de Conclusão de Curso, apresentado ao programa de graduação em Administração da PUC-Rio como requisito parcial para a obtenção do título de graduação em Administração.

Orientador : André Lacombe Penna da Rocha

Rio de Janeiro, Junho de 2017

“Eu existo nas profundezas da solidão
ponderando o meu verdadeiro objetivo
tentando encontrar paz de espírito
e ainda preservar a minha alma”.

Tupac, Cantor

Agradecimentos

Agradeço aos meus pais, avós, irmãs e namorada que sempre me apoiaram em todas as minhas decisões.

Agradeço ao meu orientador, André Lacombe, pela ajuda ao longo dos últimos meses.

Agradeço aos meus amigos Jacob, Rafael e Gustavo que me acompanharam durante a faculdade.

Enfim, agradeço a todos que fizeram com que eu crescesse como homem e profissional.

Resumo

Galhardi Valente, Pedro da Rocha. Uma avaliação dos usuários de transporte urbano por ônibus no Rio de Janeiro. Rio de Janeiro, 2017. 37 páginas. Trabalho de Conclusão de Curso – Departamento de Administração. Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.

Este trabalho teve como objetivo obter a avaliação e a percepção dos usuários com a situação atual do transporte urbano por ônibus na cidade do Rio de Janeiro. Diariamente vemos diversas reclamações sobre o assunto em questão. Para alcance do objetivo foi realizada uma pesquisa bibliográfica e um questionário com grupo focal de 12 pessoas. O método tem como base a construção de mapas perceptivos com uma abordagem qualitativa. Após isso, chegou-se à conclusão de que o transporte é muito mal visto em todos os sentidos, sendo considerado inseguro e mal prestado.

Palavras-chave: Transporte urbano; satisfação; Mapas perceptivos; ônibus

Abstract

Galhardi Valente, Pedro da Rocha. An user avaluation of the urban transport by buses in Rio de Janeiro. Rio de Janeiro, 2017, 37 pages. Final thesis, Business Administration Department. Pontificia Universidade Católica of Rio de Janeiro.

This work had the objective of analyzing users avaluation and perception with the current situation of urban transport by buses in the city of Rio de Janeiro. Daily we see a great amount of problems and complains about the subject. To achieve this objective a bibliographic research and research involving focal group of 12 people were conducted. he method is based on the construction of perceptual maps by using a qualitative approach.

Keywords: urban transortation; satisfaction; perceptual maps;buses

Sumário

Capítulo 1: Introdução	7
1.1. Objetivo do estudo	8
1.2. Objetivos intermediários	8
1.3. Delimitação do estudo	8
1.4. Relevância do estudo	9
Capítulo 2: Referencial teórico	10
2.1. Definição de qualidade de serviço	10
2.2. Características de serviços	11
2.3. Diferentes visões de qualidade em serviço	12
2.4. Diferentes visões de qualidade no transporte público	13
2.5. Indicadores de qualidade no transporte público	14
2.6. Percepção do consumidor	15
2.7. Mapas perceptivos	15
Capítulo 3: Método	17
3.1. Tipos de pesquisa	17
3.2. Procesimentos metodológicos	18
3.2.2 Grupos de foco	18
3.3. Descrição do procedimento	19
3.3.1 Seleção dos sujeitos	19
3.3.2 Limitações do método	20
3.4. Elaboração do questionário	21
3.5. Meios de transporte avaliados	21
Capítulo 4: Pesquisa de campo de análise dos resultados	22
4.1. Grupo focal	22
4.1.2 Identificação das variáveis relevantes, segundo questionário aplicado	26
4.2. Relação com os referenciais teóricos apresentados	30
Capítulo 5: Conclusões e recomendações	31
5.1. Considerações finais	31
5.2. Limitações	32
Referencial bibliográfico	33
Apêndice 1	35

Capítulo 1: Introdução

A cidade do Rio de Janeiro, conhecida por sua beleza natural, paga um preço por isso. Por ter crescido em um espaço entre as montanhas, o mar, lagoas e pântanos que compunham o território pelo qual se espalhou, seu crescimento foi se dando nas áreas planas entre seus acidentes geográficos. De forma relativamente desordenada, isso se refletiu diretamente nos transportes coletivos, que foram se estabelecendo à medida que a cidade crescia. Embora procurando atender às demandas que surgiam, mas também sem um planejamento que privilegiasse a mobilidade urbana, este serviço se adaptou à malha viária que surgia, para só depois ser urbanizada.

Hoje o sistema de transporte coletivo de passageiros da Região Metropolitana do Rio de Janeiro, composta por 21 municípios, conta com os seguintes modais: trens urbanos, táxis, metrô, BRTs, VLTs, vans, barcas e linhas de ônibus convencionais, que operam nas vias compartilhadas, ou em sistemas de BRS, sendo responsáveis pela locomoção de 80% de sua população, de acordo com dados do Rio Ônibus (Sindicato das Empresas de Ônibus do Rio de Janeiro, 2016).

A operação deste sistema é complexa pois, apesar de existir uma Agência Metropolitana de Transportes, cada município é responsável pelas linhas de ônibus e vans que operam exclusivamente em seu território. O Estado fica responsável pela gestão de trens, metrô, barcas, linhas de ônibus e vans intermunicipais.

O poder público, responsável constitucional pelo serviço, é quem regulamenta itinerários, frotas, tipos de veículos e tarifas do sistema, exercendo fiscalização sobre os operadores, que são empresas privadas e que obtiveram as concessões através de processos licitatórios, ou por simples outorga do poder concedente. Normalmente o Estado é o responsável pela construção da malha viária e as empresas privadas entram com o equipamento rodante, fazendo a operação de transporte para a população.

Há algum grau de integração física e tarifária entre os diversos meios de transportes coletivos do Rio de Janeiro, mas como cada um tem suas especificações de valor de tarifa, capacidade de transporte de pessoas por m², locomoção em vias segregadas, entre outras, parece não haver equilíbrio entre todos. Cada um parece oferecer suas vantagens e desvantagens.

Trens, metrô e VLTs, por exemplo, transportam um grande número de pessoas por composição e não emitem gases poluentes, mas têm um custo de implantação mais elevado que outros meios de transportes coletivos. O BRT, por sua vez, tem pontos no formato de mini-estações, trafega por vias exclusivas e tem maior velocidade em embarque e desembarque. Seu custo de implantação é inferior aos citados anteriormente. Já os ônibus convencionais, estão presentes em mais locais da cidade, além de serem de fácil manutenção e produção. Na prática, todos se complementam.

Por mais que a malha do sistema de transporte coletivo tente atender às necessidades da população, levando em conta o crescimento desordenado da cidade e seus arredores, houve um baixo investimento por décadas, o que impediu, em parte, a melhoria deste sistema. A tarifa média do sistema de transportes por ônibus na cidade do Rio de Janeiro está em torno de R\$ 3,80 por deslocamento médio, ou seja, em 2

modais, o que resulta em uma tarifa média de R\$ 2,25. Este valor é considerado baixo pelos prestadores dos serviços, embora seja considerado alto por grande parte da população que paga por ele, de acordo com a gerência do Consórcio BRT. O que se verifica é que há uma grande insatisfação dos agentes interessados: usuários do sistema e operadores privados do mesmo.

Valor das tarifas, tráfego intenso, má remuneração, equipamentos quebrados e serviço ruim são reclamações constantes dos consumidores, como pode ser ouvido diariamente nas ruas e em programas televisivos. Em contrapartida, para os operadores, a baixa remuneração é a principal queixa. Quem está certo? De quem é a responsabilidade e o dever de melhorar o sistema? Cada envolvido tem pontos a serem defendidos e a serem questionados. O objetivo central deste trabalho é identificar pontos de satisfação e insatisfação dos envolvidos no uso dos serviços de transporte urbano na cidade do Rio de Janeiro, por meio dos ônibus municipais, em especial usuários.

1.1. Objetivo do estudo

O objetivo deste trabalho é identificar a percepção dos usuários, de transporte público de ônibus, sobre o nível do serviço prestado.

1.2. Objetivos intermediários

Para o alcance do objetivo principal, são previstos os seguintes objetivos complementares.

- a) Levantamento das variáveis relevantes que sirvam de parâmetro para avaliação dos serviços de transporte urbano.
- b) Comparar as percepções dos respondentes em relação a diferentes meios de transporte/locomoção urbana.
- c) Mensurar pontos positivos e negativos relativos ao sistema de transporte público via ônibus.

1.3. Delimitação do estudo

O estudo é realizado para averiguação do transporte de ônibus, da cidade do Rio de Janeiro, levando em conta apenas a visão de usuários do sistema.

O trabalho não se propõe a realizar pesquisa e análise de cunho representativo da população ou mensurar em profundidade os índices de satisfação.

1.4.Relevância do Estudo

O tema é de interesse da sociedade em geral, o que o torna relevante no âmbito acadêmico.

O estudo pode colaborar com as empresas para maior entendimento da insatisfação dos usuários, podendo elucidar pontos para melhorias operacionais e investimentos futuros.

Capítulo 2: Referencial teórico

Este capítulo busca oferecer um embasamento teórico sobre os temas que são abordados ao longo deste trabalho. Em um primeiro momento, apresenta-se a definição de conceitos, tais como qualidade em serviço, características de serviços e serviços de transporte público. Posteriormente, são apresentados indicadores de qualidade de transporte, segundo uma revisão bibliográfica de trabalhos já publicados sobre o assunto.

2.1 Definição de qualidade de serviço

Os princípios de marketing propõem que toda empresa ou instituição se justifica por atender necessidades ou desejos das pessoas, em determinada sociedade. Ainda, pressupõe que terá sucesso enquanto negócio, caso consiga definir-se apropriadamente, atender de forma satisfatória seu público-alvo e de forma competitiva em relação à sua concorrência. Esta forma satisfatória depende do setor de atuação, seus padrões de atuação (Porter, 1986) e das expectativas e percepções das partes envolvidas. A percepção dos usuários, em particular, define o padrão de satisfação com os serviços, assim como o de qualidade.

Existem diferentes definições para qualidade em serviços. Para Bitner e Hubbert (1994), “a qualidade de serviço é a impressão global do consumidor da relativa inferioridade/superioridade de uma organização e de seus serviços.

Já de acordo com Parasuraman et al Zeithml e Berry (1988), a qualidade de serviços é obtida através da comparação entre a percepção do serviço recebido e a expectativa sobre ele. Uma vez que ambas se igualam ou que a percepção supere a expectativa, observa-se algum grau de satisfação.

Outra definição apresentada por Lima Jr (1995) é: “a qualidade percebida pelos usuários e demais interessados, de forma comparativa com as demais alternativas de serviço existentes”. Ou seja, para ele a qualidade no serviço ocorre quando se tem uma percepção positiva do mesmo em comparação com as outras opções existentes no mercado.

Para Saias (2007) não há uma definição consensual do que seria a qualidade de serviço, partindo do princípio que “qualidade é o que os clientes e consumidores dizem que é”.

Neste contexto, autores de livros de Princípios de Marketing, como Kotler e Keller (2006), Kotler e Armstrong (2007), Peter e Churchill (2000), entre outros, a satisfação tem pelo menos três dimensões e se avalia quando se comparam essas dimensões com os custos incorridos na aquisição de um bem ou um serviço. Essas dimensões são: Funcional, Emocional e Benefícios extras de uso.

A satisfação emocional, ou satisfação psicológica, é buscada pelos consumidores na forma de benefícios intangíveis, como prestígio ou segurança. Fornecem benefícios emocionais ao consumidor.

A funcional é percebida através de coisas tangíveis do produto, que fornecem valor do produto ao consumidor. Outros pontos importantes para avaliação de satisfação de um produto ou serviço são o preço, a garantia e o desempenho do mesmo.

O benefício extra em uso está relacionado ao valor ganho e ao uso do serviço. É um item intermediário, entre a satisfação emocional e a funcional. A satisfação do consumidor é obtida através da capacidade do serviço em fornecer o valor esperado.

2.2 Características de serviços

As características dos serviços são divididas em 4 partes, segundo Kotler e Keller (2006), sendo elas a intangibilidade, a inseparabilidade, a variabilidade e a perecibilidade.

- **Intangibilidade:** ocorre quando os serviços não podem ser observados, tocados ou sentidos. Ou seja, não podem ser experimentados antes de serem adquiridos. A avaliação da qualidade só pode ser feita após a compra. Para minimizar as incertezas sobre o serviço, as empresas procuram evidenciar sua qualidade através de pessoas, equipamentos e preços. Já os consumidores buscam ter sinais da qualidade através de coisas tangíveis, tais como localização onde se presta o serviço, reputação do prestador, aparência dos equipamentos utilizados, etc. A limpeza e estado de conservação dos ônibus são exemplos no caso do transporte público.
- **Inseparabilidade:** os serviços não podem ser separados da produção com o consumo final. São consumidos simultaneamente à produção. Resulta em desafios para o gestor, como por exemplo a necessidade da presença do cliente no serviço. Por mais que os prestadores do serviço possam dispor de imagens que mostrem seus talentos, os consumidores apenas saberão o resultado e a qualidade ao passarem pelo serviço, o que aumenta a percepção de risco do processo decisório.
- **Variabilidade:** o serviço pode variar em decorrência de vários fatores. Seu resultado depende das pessoas envolvidas, de seu treinamento, do humor e outras coisas que afetam um ser humano, ou seja, como o serviço é realizado por diferentes pessoas, as diferenças destas fazem com que o resultado final seja sempre diferente. Para minimizar isso, é feito um investimento em treinamento, padronização dos processos e aumentando o nível de tangibilidade do serviço. Exemplos deste ponto são os robôs em fábricas automotivas e serviços de atendimento eletrônico através de máquinas. No caso do transporte público urbano é a performance do motorista, que vai depender do seu humor no dia, do trânsito, da educação das pessoas com quem se relaciona, além de seu próprio preparo.
- **Perecibilidade:** serviços deixam de existir conforme são produzidos. Esse fato cria problemas entre oferta e procura. No caso de serviços, os mesmos não podem ser estocados, sendo necessária uma avaliação para não exista escassez ou excesso. Gestores tentam diminuir esses problemas através de políticas promocionais para incentivar o consumo em momentos de menor movimento, além de maior participação do consumidor na execução do serviço. Um ônibus que completa uma viagem vazio não recupera a receita desta viagem, pois ela perece ao longo do tempo de sua realização.

2.3 Diferentes visões de qualidade em serviço

Existem diversos métodos para que se obtenha a percepção de qualidade dos serviços. Dentre esses métodos, destacam-se os modelos de GAPS e o SERVQUAL, de Parasuraman, Zeithalm e Berry (1985; 1988). O modelo de GAPS, que tem como principal premissa a avaliação a qualidade do serviço adquirido pelos clientes, buscando confrontar o que comprou com o que realmente recebeu. As lacunas existentes, ou *gaps*, são as diferenças existentes neste processo de empresa e cliente, gerando uma má qualidade no serviço prestado. O SERVQUAL é uma escala de mensuração de qualidade percebida com base em um conjunto de variáveis representantes de dimensões relevantes em serviço e que busca entender os *gaps* existentes neste, que buscam revelar as diferenças entre a expectativa do usuário e o que realmente é recebido por ele.

Foram definidos 5 gaps no total, sendo eles:

- **GAP 1** - diferença entre as expectativas dos usuários e as percepções dos gestores sobre essas expectativas, ou seja, a diferença entre o serviço esperado pelo cliente e a percepção do prestados de serviços acerca de quais sejam as expectativas dos clientes. Ocorre normalmente quando o decisor não compreende totalmente a expectativa do cliente;
- **GAP 2** - diferença entre a percepção dos decisores das expectativas dos usuários e os padrões de qualidade da empresa, ou seja, ocorre entre a percepção das empresas das expectativas dos clientes e a formação destas expectativas percebidas em qualidade no serviço;
- **GAP 3** - diferença entre a especificação da qualidade do serviço e o serviço efetivamente gerado, ou seja, quando as especificações realizadas não são observadas na prestação dos serviços;
- **GAP 4** - diferença entre o serviço gerado e o que a empresa oferece ao cliente, ou seja, entre as especificações colocadas na prática e a comunicação externa recebida pelos clientes sobre o serviço;
- **GAP 5** - diferença entre o que o usuário espera receber e a percepção que ele tem dos serviço recebido, ou seja, o que foi esperado pelo mesmo em detrimento do serviço que foi recebido.

O modelo SERVQUAL defende que esses *gaps* são obstáculos importantes na busca de se fornecer um serviço de alta qualidade. É o modelo de maior credibilidade entre os especialistas e o mais utilizado em pesquisas que buscam mensurar a satisfação em serviços.

São apresentadas cinco dimensões que podem ser aplicadas em qualquer serviço, fundamentais para avaliar a qualidade do mesmo, sendo essas dimensões detalhadas a seguir:

Tangibilidade: são elementos físicos, tais como móveis, aparência dos funcionários, equipamentos e etc. Ou seja, são esses pontos que ficam na mente do cliente como meio de avaliar o que esperam receber do serviço.

Confiabilidade: é ter o que foi prometido, como e quando foi divulgado. É fazer o serviço com precisão e de maneira confiável. De todas as dimensões, é o ponto mais considerado pelos usuários ao avaliar o serviço.

Presteza: é entender os problemas do cliente e responder de maneira positiva, ou seja, fornecer um serviço com presteza e rapidez de resposta.

Segurança: é a percepção do cliente que o funcionário da empresa irá responder às suas necessidades. Ou seja, é o conhecimento, a cortesia e a habilidade em transmitir segurança do mesmo.

Empatia: é a disposição do empregado e sua atenção individualizada prestados ao cliente.

Apesar de sua expressiva aceitação, o modelo recebe inúmeras críticas. Como exemplo, temos Carman (1990) que questionou se a mensuração é sempre necessária, sugerindo que a mensuração de satisfação possa ter base só na percepção de serviços recebidos.

Assim, com críticas ao modelo de GAPSe à escala SERVQUAL serem “engessadas”, muitos se tornaram adeptos de um modelo alternativo, baseado no SERVQUAL, chamado SERVPERF. Criado por Cronin e Taylor (1994), argumentam que a avaliação do desempenho raramente suplantaria a expectativa, já que melhorias no desempenho fariam com que a expectativa no serviço também aumentassem.

O modelo SERVPERF foi baseado somente na percepção de desempenho dos serviços. Para isso, os autores destacam que a qualidade deve ser medida como uma percepção de desempenho, e não por meio das diferenças entre expectativa e desempenho. Assim, o modelo foi considerado mais sensível em retratar as variações de qualidade que as outras escalas testadas.

Estes modelos são colocados em prática mensurando expectativas e percepções de usuários dos serviços e dos prestadores dos serviços. Desta forma, consumidores de serviços públicos de transporte e gestores das empresas do setor deveriam ser ouvidos, para então se identificar GAPS e os indícios de onde acertam ou erram em relação ao que desejam/esperam os usuários.

2.4 Diferentes visões de qualidade no transporte público

A qualidade do transporte público pode ser vista pelos usuários, pelos operadores e, até mesmo, pelos órgãos públicos reguladores do sistema.

Segundo Parasunaman et al Zeithaml e Berry (1985), para o usuário a avaliação da qualidade do serviço é realizada durante todo o processo de prestação deste, que compara as suas expectativas com o que ele realmente percebeu sobre o serviço prestado.

De acordo com esses autores, a qualidade é percebida pelo usuário através dos cinco critérios básicos do modelo SERVQUAL: confiabilidade, responsividade, segurança, empatia e tangibilidade. Conforme visto acima, a análise também deve ser considerada pelo ponto de vista das empresas operadoras, que têm a obrigação de suprir necessidade de transporte da sociedade e manter a busca da remuneração do seu negócio. Portanto, seu foco principal está nos desempenhos econômico e operacional.

A regulamentação do serviço de transporte público é realizada pelo poder público, representado pelos órgãos de gerência locais, sendo a avaliação de desempenho constituída por eficiência, eficácia, produtividade e qualidade (SINK,1993, apud Cançado et. al., 1997). Porém, com a nova realidade no mercado, a opinião e percepção

do usuário estão sendo levadas mais em conta para a realização do planejamento do serviço de transporte.

2.5 Indicadores de qualidade de transporte público

Existem inúmeros estudos que abordam quais os melhores indicadores para analisar a qualidade existente em transporte urbano.

Para Aragão e Figueiredo (1993), é necessária uma avaliação da capacidade de se atender as necessidades dos usuários do transporte público, ou de um ajuste na prestação do serviço, para que se obtenha a satisfação do cliente. A opinião destes sobre os pontos de qualidade do transporte permitirá uma avaliação em busca de melhorias na prestação do serviço ao consumidor.

Rodrigues (2006) aborda diversos pontos que tornam o transporte algo único. São eles: consumo intensivo (bem consumido diariamente), consumo coletivo (diferente da maioria dos transportes, que é de consumo individual), pagamento antecipado, interação com o meio ambiente, atuação dispersa, mercados regulamentados e, principalmente, satisfação com o resultado e com o processo (cliente quer chegar ao destino no horário certo e com segurança).

De acordo com Vasconcelos (2000), os indicadores necessários para avaliação da qualidade no transporte público são o conforto, a possibilidade efetiva de embarque nos veículos e informações disponíveis para os usuários.

De acordo com Ferraz e Torres (2004), existem 12 principais pontos que devem ser considerados para a avaliação da qualidade, conforme sintetizados no quadro a seguir:

1	Segurança (a segurança sentida pelo usuário no transporte)
2	Lotação (quão cheio estão os veículos)
3	Acessibilidade (facilidade de se chegar o ponto de embarque)
4	Tempo de viagem (o tempo levado para se locomover do ponto inicial ao final)
5	Características dos locais de parada (bancos no ponto, cobertura, sinalização)
6	Confiabilidade (confiança de que se chegará ao destino correto)
7	Frequência de atendimento (tempo entre cada ônibus da linha)
8	Características dos veículos (conservação e modernidade)
9	Estado das vias (o estado das vias públicas por onde passa o ônibus)
10	Conectividade (facilidade de deslocamento entre 2 pontos quaisquer)
11	Sistema de informação (horários da linha, itinerário)
12	Comportamento dos operadores (forma como o operador se dirige ao usuário)

Estes tópicos foram utilizados na pesquisa de campo como base das variáveis a serem testadas, em especial na construção de um questionário, conforme ilustrado no próximo capítulo.

2.6 Percepção do consumidor

Para Kotler e Armstrong (2003), “Percepção é um processo pelo qual as pessoas selecionam, organizam e interpretam informações para formar uma imagem significativa do mundo”.

As pessoas agem de maneira influenciada pela percepção que tem do produto, pois as pessoas percebem a mesma situação de maneira diferente. Portanto, cada pessoa percebe, organiza e interpreta as informações sensoriais de forma individual.

Kotler diz ainda que o resultado deste processo influencia tanto a motivação das pessoas, quanto na maneira como irão agir devido à percepção que as pessoas possuem da situação de aquisição de um produto e ou serviço. A percepção não depende apenas dos estímulos físicos, mas também da afinidade desses estímulos com as condições internas e externas que as pessoas possuem. Ou seja, a percepção que o usuário já tem do transporte afeta diretamente na motivação e no que irão achar da prestação do serviço obtido.

2.7 Mapas perceptivos

Mapa perceptivo é, de acordo com Brandalise (2005), uma "ferramenta que permite ao pesquisador descobrir a visão de um consumidor sobre um determinado produto". Durante o processo os participantes classificam os objetos segundo suas impressões, tendo números atribuídos, muitas vezes, a essas avaliações.

As variáveis mais relevantes para fins de avaliação dos objetos de análise servem de base para a construção desses mapas.

Este procedimento permite, por meio de uma apresentação visual, obter as percepções e preferências dos entrevistados.

Os mapas podem ser feitos em diferentes dimensões, o que proporcionaria ao consumidor a possibilidade de diferenciar da maneira desejada os produtos colocados à mostra. A partir do que é dito na formação do mapa, é calculada uma média de suas observações e o produto mencionado no momento é colocado em uma determinada posição no mapa. Contudo, a mesma pode ser alterada a qualquer momento pelos entrevistados, o que gera uma nova interpretação para o fato. Para facilitar a análise final desses dados, são adotados números às avaliações (BRANDALISE, 2005).

De acordo com Ghose (1994), este tipo de mapa pode ser usado para análise de relações de competição entre produtos de forma perceptível visualmente, colaborando para possíveis tomadas de decisões sobre o posicionamento do produto. De acordo com Giraldi e Libon (2004), é necessária uma análise maior sobre a classificação dos produtos, já que existem elementos que podem não ter sido abordados para a elaboração final do mapa.

No Marketing, os mapas têm sido utilizados para identificar a natureza das dimensões que os consumidores utilizam para avaliar diferentes marcas em mercados, para avaliar o posicionamento de marcas comuns nessas dimensões e para obter o posicionamento da marca ideal dos consumidores nessas dimensões. Esse procedimento

estabelece dimensões e a configuração apropriada para a construção de um mapa que revele atitudes das pessoas em relação ao produto.

Neste trabalho, o mapa será utilizado para obter a percepção dos usuários sobre os diferentes tipos de meios de transporte da cidade do Rio de Janeiro.

Capítulo 3: Método

Este capítulo tem como propósito apresentar o método empregado para o alcance dos objetivos propostos no capítulo introdutório.

3.1 Tipo de pesquisa

Existem diversas definições para pesquisas, de diversos autores, mas para um definição precisa, todas as características devem ser consideradas.

Com relação à natureza das variáveis pesquisadas, as pesquisas podem ser do tipo **qualitativo** ou do tipo **quantitativo**.

A pesquisa quantitativa traz resultados numéricos e, com amostras representativas, podem projetar resultados em uma escala maior e mais confiável. Já a qualitativa, busca a compreensão de determinados grupos específicos, ou seja, não podem ter seu resultados projetados para toda uma população, mas trazem respostas confiáveis para o objetivo da pesquisa em questão. A definição quanto a um tipo ou outro depende do problema da pesquisa e dos objetivos propostos.

Nos quesitos de objetivos específicos, as pesquisas são classificadas, de acordo com Gil (1999), como Exploratórias, Descritivas e Causais.

A pesquisa Exploratória busca, de acordo com o autor, "desenvolver, esclarecer e modificar conceitos e ideias". Ou seja, ela busca oferecer uma visão geral do problema contido na pesquisa. A pesquisa Descritiva busca descrever as características da variável que está sendo estudada no caso. É um dos métodos mais usados e sua variação entres os casos é obtida pelas diferentes formas de se coletar os dados. Já a pesquisa Causal, busca obter respostas para os motivos de ocorrerem tais situações específicas, em especial a relação ou impacto de uma ou mais variáveis sobre outras.

Neste trabalho será usada a pesquisa **Qualitativa** e sua abordagem será exploratória.

Algumas características importantes na pesquisa qualitativa, de acordo com Moreira (2002), são:

- Orientação para o processo da pesquisa, e não apenas para os resultados;
- Ênfase na subjetividade, ao invés da objetividade, uma vez que o interesse é o ponto de vista dos pesquisados;
- É necessária a devida atenção ao contexto (também ligada à interpretação do pesquisador).
- Há uma flexibilidade no processo de pesquisa, uma vez que o pesquisador prioriza a interpretação, ao invés da quantificação.

O presente trabalho busca identificar as percepções dos usuários com relação ao transporte urbano na cidade do Rio de Janeiro, ou seja, suas emoções, pensamentos e opiniões sobre o tema e a partir disso obter a visão deles sobre o serviço de ônibus, em comparação com os outros meios de transporte. A fim de alcançar este objetivo, a pesquisa é configurada como **Exploratória**, com base em um grupo focal de jovens usuários de diferentes meios de transporte urbano.

3.2 Procedimentos metodológicos

O procedimento metodológico define o processo, as características e as ferramentas adotadas para a coleta de dados que, após um trabalho de interpretação, irão responder as perguntas propostas na pesquisa. Neste estudo a coleta de dados foi feita a partir da construção de mapas perceptivos e questionários aplicados a um grupo de foco.

3.2.1 Construção do mapa perceptivo

O mapa perceptivo deste estudo foi elaborado com a presença de 12 pessoas. Todas foram apresentadas às ideias e teorias do mapa e então direcionadas para uma mesa central onde estavam as peças correspondentes aos meios de transporte da cidade do Rio de Janeiro e duas cartolinas brancas. Foi explicado como o procedimento deveria ocorrer e que tudo que falassem seria gravado e anotado. Em todo momento de dúvida ou “travada” dos entrevistados, eram levantadas dúvidas ou questionamentos para que a construção do mapa pudesse prosseguir.

As mesmas argumentaram entre si para obtenção de quais variáveis seriam consideradas para a elaboração e, após isso, as peças eram posicionadas no mapa por aproximação das que eram consideradas mais similares pelas variáveis obtidas.

Após a finalização do mapa, anotações e considerações finais foram tomadas para obtenção do resultado e das avaliações.

3.2.2 Grupos de foco

O mapa perceptivo produzido no presente estudo foi montado a partir da interação de entrevistados e suas percepções. Assim, optou-se por primeiro construir um mapa e, depois, complementá-lo com o preenchimento de questionários individuais.

De acordo com Merton (1956), é um tipo de entrevista, realizado a partir de um roteiro, a fim de alcançar objetivos almejados pelo pesquisador e caracteriza-se pelo envolvimento de um conjunto de participantes em um experimento específico.

Para Vergara (2005), a pesquisa com grupo de foco é feita com grupos específicos, mediados por um moderador e é a forma adequada para a discussão de tópicos específicos, em especial aqueles de natureza qualitativa ou subjetiva, como a identificação de percepções. A autora destaca diversas características, como a geração de hipóteses para discussão, *insights* provocados e que podem enriquecer a discussão, flexibilidade na condução das sessões por parte do moderador, o que auxilia na coleta de dados.

Ainda para a autora, para a realização desse tipo de entrevista, tema e objetivo da pesquisa devem ser definidos previamente. Em seguida, feito um planejamento para a pesquisa, é finalizado com o agendamento da data para a realização. O grupo deve ser formado entre 6 e 12 pessoas, buscando manter uma discussão ativa entre elas, sem perder o controle. Deve ser montado um grupo homogêneo, evitando conhecidos que poderiam gerar respostas não naturais.

Conforme Morgan (1988), o resultado esperado do grupo de foco é a produção de dados de *insights*. Os grupos serão usados por se adequarem à confecção de mapas perceptuais de posicionamento dos meios de transporte da cidade do Rio de Janeiro, que nos revelará a principal causa investigativa desta pesquisa. Um ponto negativo da escolha deste método seria não obter o máximo de informações que uma pesquisa individual poderia gerar.

3.3 Descrição do procedimento

São necessárias definições para que a pesquisa possa ser realizada pelo métodos selecionados. Primeiramente foram selecionados os objetos que seriam usados no caso, neste caso, os principais meios de transporte da cidade do Rio de Janeiro que serão analisados pelo grupo focal. Foram eles: táxi, uber, uberpool, ônibus, metrô, trem, barca, a pé, skate, bicicleta, bicicleta elétrica, carro, moto, VLT e BRT.

O mapa perceptivo é construído pela interação dos membros do grupo focal. Os mesmos ficam ao redor de uma cartolina branca e posicionam os objetos sobre ela a partir de argumentações pessoais. Os pontos onde são classificados os objetos sob estudo são posicionados à partir de um critério de aproximação, ou seja, quanto mais próximos, mais os objetos se assemelham e, quanto mais distantes, mais diferenciados entre si. Pede-se que os participantes sempre verbalizem suas ações e pensamentos.

A partir do momento em que as interações, são iniciadas, são definidas as dimensões, ou seja, as principais variáveis identificadas pelos participantes que influenciam na sua classificação sobre o(s) objeto(s), sem que haja qualquer participação ou interferência do mediador.

A interação entre os membros é feita de forma oral, já que tudo que é dito pode ser considerado um dado para a análise final; é uma interação também manual, pois eles devem posicionar as peças que representam os objetos estudados. Estas peças são pequenas fichas com os nomes de cada meio de transporte. Os movimentos sobre a cartolina e as explicações dadas sobre eles são grandes e anotadas e gravadas para posterior consulta e base de dados de interpretação.

Após determinado tempo, é comum que o grupo se encontre e situação de impasse. Neste momento, o organizador do estudo participa mais ativamente, provocando o grupo com perguntas, de modo a incentivar eventuais ajustes ou, até mesmo, a inclusão de novas variáveis.

Embora mais subjetivo do que a abordagem quantitativa, esse procedimento possibilita identificar as razões por trás das percepções de similaridade e diferenças entre os transportes, a partir dos próprios relatos dos participantes, durante a construção do mapa, conforme será mais detalhado adiante.

3.3.1 Seleção dos sujeitos

Para a realização de grupos focais são selecionados sujeitos que tenham algum tipo de relação com o objetivo estudado na pesquisa. O grupo deve conter indivíduos de característica similares por dois motivos: o primeiro é que, com um grupo homogêneo,

as interpretações obtidas podem representar a opinião geral do que aquele grupo representa. O segundo ponto é que, com grupos heterogêneos, alguns participantes podem não se sentir à vontade e podem acabar não participando da maneira necessária.

Este trabalho estuda os meios de transporte urbanos da cidade do Rio de Janeiro, buscando ter uma análise da satisfação e da visão dos usuários sobre o transporte urbano, em especial de ônibus, mais precisamente. Por isso, foram selecionados usuários que utilizam o transporte público na cidade de algum modo.

Foi realizado um grupo focal buscando o seguinte perfil: moradores da cidade do Rio de Janeiro, equilibrando o número entre usuários femininos e masculinos, buscando ter a percepção de ambos os gêneros sobre os pontos abordados.

Foram selecionados 12 participantes e foi realizado apenas um mapa, dada a restrição de tempo.

Idealmente devem ser realizados mais mapas, até que se encontre sinais de repetição dos resultados. Ainda, esses dados deveriam ser contrastados com as percepções dos gestores das empresas de ônibus ou outros meios de locomoção pública.

3.3.2 Limitações do método

Vergara (2005) aponta características que podem, de algum modo, expor limites para esse tipo de coleta de dados. Tais como:

- Apresenta menor quantidade de dados por participante, se comparado com a entrevista individual.
- As respostas de alguns membros do grupo podem inibir a manifestação de opiniões contrárias à opinião média do grupo.
- Os resultados da pesquisa não são generalizáveis.
- Pode haver dificuldade para agendar a reunião, se comparado com a entrevista individual.
- É inadequado para discussão de temas delicados, podendo causar constrangimento aos membros do grupo.

O fato de ter sido produzido apenas um mapa também representa uma limitação, dado que com dois ou mais mapas é possível confrontar as variáveis selecionadas para a avaliação dos meios de transporte, seus prós e contras.

O procedimento também foi limitado pela ausência dos relatos dos gestores, não permitindo a utilização posterior dos métodos de GAPS e SERVQUAL.

3.4 Elaboração do questionário

O pesquisador, em algum momento, deve obter as informações necessárias dos participantes sobre o tema principal, sendo necessário definir qual método será usado para coleta de dados e para a medição desses.

Lém do mapa, optou-se pela utilização de um questionário, pois assim foi possível ter uma avaliação mais pontual sobre as variáveis levantadas na pesquisa bibliográfica (Cap. 2), de cada entrevistado, sobre os pontos abordados e sua percepção do tema em questão, foram obtidas por via de perguntas abertas e diretas com análise do conteúdo das respostas, dando mais liberdade para o participante responder, trazendo dados mais contundentes.

O questionário foi aplicado no dia 08/05/2017, uma segunda-feira, na parte da noite, quando os entrevistados tinham mais tempo disponível para a realização do processo, imediatamente após a produção do mapa.

3.5 Meios de transporte avaliados

Para a elaboração do mapa perceptivo foi necessário definir previamente quais os meios de transporte a serem avaliados. Estes objetos foram representados por peças, previamente descritas, e posicionadas no mapa perceptivo, a fim de trazer dados para o pesquisador. Os meios de transportes abordados foram:

- A pé
- Taxi
- Uber
- Uber pool
- Metrô
- BRT
- VLT
- Ônibus
- Trem
- Carro
- Skate
- Bicicleta
- Bicicleta elétrica
- Moto

Capítulo 4: Pesquisa de campo e análise dos resultados

Este capítulo tem como objetivo apresentar os dados obtidos na pesquisa de campo. A partir destes, realizou-se também uma análise descritiva dos resultados, que tem como objetivo responder ao problema proposto neste trabalho.

4.1. Grupo focal

Conforme o capítulo 3, o método de coleta de dados tem início com a produção de um mapa perceptivo de um grupo de jovens usuários de serviços de transporte público, cujos objetivos foram: levantar as variáveis mais relevantes e identificar sua classificação em relação aos meios de mobilidade urbana pré-selecionados e indicados anteriormente neste trabalho.

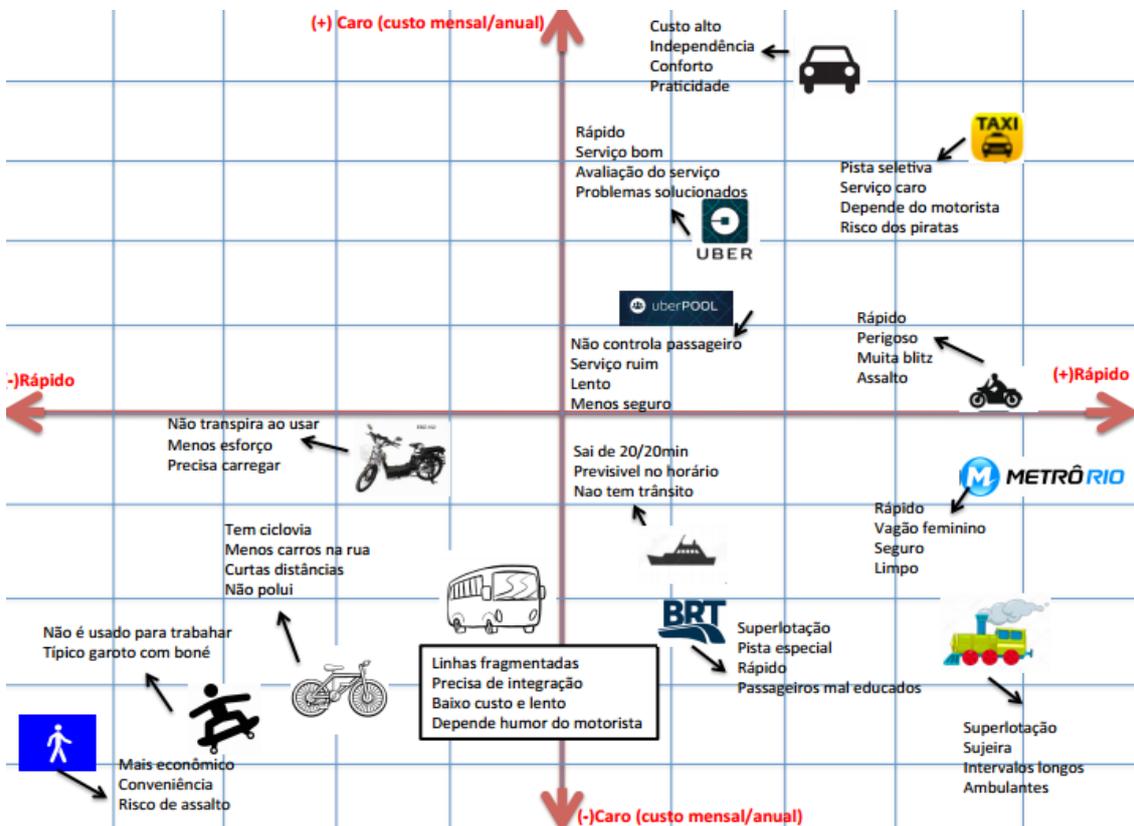
Por restrição de tempo, só foi produzido um mapa, conforme se segue.

Número de participantes: 12

Classe social: Média-Alta

Idade: entre 20 e 35 anos

Duração: 1:45h



A atividade de montagem do grupo focal teve início após a chegada dos doze participantes, que foram informados que estavam participando de uma pesquisa sobre a mobilidade urbana na cidade do Rio de Janeiro.

Primeiramente foram avisados que seriam gravados para posterior análise e que tudo que falassem seria anotado.

Foram apresentadas 14 fichas representativas dos meios de mobilidade selecionadas na cidade do Rio de Janeiro: moto, carro, bike, bike elétrica, uber, uber pool, táxi, barcas, a pé, metrô, trem, BRT, ônibus, VLT, e skate. As mesmas foram apoiadas sobre uma cartolina, na qual eles deveriam posicioná-las segundo o seguinte critério: aproximar aquelas segundo suas similaridades e separá-las conforme suas diferenças. Ao fazê-lo, os participantes deveriam verbalizar suas razões e critérios. O processo foi gravado em áudio e anotações foram feitas para cada movimento ou alteração. Aos poucos os participantes revelaram as variáveis consideradas as mais relevantes e seus pontos de vista sobre cada meio de locomoção.

Logo de início ficaram em dúvida sobre dividir o mapa em quadrantes ou em um plano cartesiano. Os participantes pensaram nos quadrantes: público, serviço privado, particular e, como centro, a velocidade. Começaram a mexer as peças e resolveram trabalhar com os quadrantes: público, privado, e dois quadrantes de transporte individual, que se distinguiam em preço. Começaram a ficar confusos em relação aos quadrantes e não conseguiam entrar em um acordo.

Após minutos de debate sobre usar quatro ou duas variáveis, acabaram optando pelo plano cartesiano com os eixos custo x velocidade, por considerarem os pontos mais importantes no momento da escolha do serviço. Assim, abriram mão de dividir entre os transportes público e individual.

Os participantes começaram a mover as peças nos eixos custo x velocidade, posicionando de acordo com os que achavam que dariam menos ou mais custo e os que fossem mais rápidos ou mais lentos.

Foi questionado o que estavam considerando como custo e os participantes responderam que era a quantia mensal que desembolsavam, dependendo do meio de transporte, incluindo estacionamento, seguro, combustível, passagem, manutenção, entre outros.

Foi levantada a questão central da mobilidade urbana e responderam ser a velocidade, essencial para o deslocamento. Também foi observado que não havia nenhum meio de transporte que eles considerassem muito lento e muito caro.

No eixo custo, o carro foi escolhido como o mais caro e, a pé, como o mais barato. Em relação à precificação, optaram por deixar os transportes coletivos praticamente lineares, por terem um custo muito próximo. Logo após moveram as peças de transporte privado, incluindo Uber, Uber pool e Táxi, como as de custo mais elevado, não necessariamente nesta ordem.

Os participantes comentaram que, hoje, é mais viável andar de táxi (mensalmente) do que ter um carro próprio, condicionando o custo.

No eixo velocidade, os opostos escolhidos foram “a pé” o mais lento e moto o mais rápido. Conforme foram movendo as peças, foi questionado como a velocidade estava considerada. Os participantes responderam que estavam analisando de acordo com o deslocamento no trânsito. Em seguida foi indagado se era mais rápido se deslocar de metrô ou de moto. Foi explicado que isso depende da distância a ser percorrida, mas, de acordo com eles, a moto ainda é mais eficiente neste quesito.

Os participantes levaram em consideração as faixas seletivas do táxi, ônibus e a pista exclusiva do BRT como ponto importante para decidir qual veículo era mais rápido. Excluíram variáveis como estacionamento, chegada nas estações, sinal, abastecimento, entre outros, pois consideraram que não chegariam a nenhuma conclusão por cada meio de transporte ter suas especificidades.

Conforme o mapa foi se concretizando, solicitou-se uma síntese das opiniões dos participantes sobre cada tipo de meio de locomoção.

A primeira consideração foi “a pé”. Os participantes consideraram o de menor custo, praticamente nulo, apesar de poder ser o mais demorado, dependendo da distância a ser percorrida. Uma participante falou: “tempo é dinheiro” e consideraram que, como andar a pé é mais lento, você pode estar perdendo dinheiro, logo, tem custo. É um meio de transporte para quem tem tempo e, na maioria dos casos, sendo usado a curta distância.

Cogitaram a possibilidade de tirar a ficha “a pé” do mapa, mas, a ideia foi refutada. Comentaram que pode ser uma conveniência e até uma forma de exercício e economia. A questão da segurança foi levada em consideração, por ter alta vulnerabilidade a assaltos.

A segunda forma de mobilidade comentada individualmente foi o “skate”, que vinha ao lado da opção (ver mapa) “a pé”. Falaram muito sobre ser perigoso e também ser alvo de assaltos. Um participante disse que andou muito de skate até os 18 anos, mas cogitaram que não é pra trabalhar. Tem um custo único, que ocorre ao se comprar e montar. Foi considerado, inclusive, mais barato que quase todos os meios de transporte, por não ter custo de manutenção mensal. Normalmente não é usado para longas distâncias.

A opção “bike” foi a próxima a ser comentada. Consideraram muito similar ao skate. Destacaram o fato de haver ciclovia em muitos bairros cariocas e ser menos um carro na rua, diminuindo o tráfego. Também a consideraram mais rápida que o skate e alvo de assalto, além de durar bastante tempo. A “bike” não polui e alguns usuários sobem na calçada, o que incomoda os participantes, mas ajuda no deslocamento. Consideraram ótima opção para curtas distâncias.

Alguns participantes consideraram a “bike” mais rápida que o “VLT” que, para eles, é extremamente lento e trafega em uma área restrita.

A “bike elétrica” depende de um investimento maior, além de ter o custo da energia para carregar a mesma. Gera menos esforço e não transpira, logo, muitas pessoas usam para trabalhar.

O “ônibus” foi tido como muito utilizado. Opinam que existe muito subsídio para não ter custo elevado. É um meio de transporte utilizado diariamente por milhares de pessoas na cidade do Rio de Janeiro. Alguns consideraram desconfortável, mas isso dependendo do modelo do ônibus.

Uma reclamação em relação ao “ônibus” foi a demora do deslocamento e a fragmentação das linhas. A necessidade de fazer integração para conseguir chegar a determinados lugares quando a distância é longa foi uma das questões levantadas.

Muitos dos participantes consideraram este transporte de custo baixo, mas lento, e que os motoristas não têm preparo e treinamento adequado. Alguns correm muito acima da velocidade permitida. Citaram a linha 410, no qual todos os motoristas dirigem de forma imprudente. Dependendo do motorista gera incômodo para alguns dos participantes. Citaram a linha de serviço telefônico 174 (uma linha para reclamações), onde é possível avaliar o trabalho do motorista de ônibus. Disseram que atendem e escutam o problema mas, se o problema é solucionado, é uma dúvida geral.

O modal seguinte comentado foi “BRT”. Imediatamente uma participante disse que detesta o serviço. Reclamou de ser extremamente cheio nos horários de pico e que os usuários são muito mal educados, por não respeitarem filas e assentos preferenciais. Também comentou que muitas pessoas utilizam o meio de transporte sem pagar, por esperarem nas portas das estações e colocarem a própria vida em risco. A mesma considerou mal dimensionado e sem segurança. Ela, inclusive, comentou que se demitiu de um emprego para não ter que usar o meio de transporte.

Outro participante contou que há muito “empurra empurra” na hora de embarcar no ônibus, quando o mesmo para na estação. Considerou um meio de transporte sem lei. E comentou que poderia funcionar, mas acha que existem poucos circulando.

Uma terceira participante disse que os usuários quebram a estação e que o custo de manutenção deve ser alto, logo, o serviço cai pois sempre que consertam, destroem. Disse que é necessário ter mais segurança nas estações e, talvez, aumentar um pouco o preço. Entretanto, apesar das reclamações, os participantes consideraram um meio de transporte rápido e barato. Comentaram a faixa exclusiva, que facilita o deslocamento consideravelmente.

As “barcas”, segundo os participantes, é um bom meio de transporte coletivo, apesar de fazer um trajeto específico. Tem hora marcada, poucos problemas são relatados, não tem trânsito e há avisos quando existe alguma dificuldade. É o transporte coletivo mais caro. A travessia demora 20 minutos e o tempo de saída é exato.

Sobre o “trem”, os participantes consideraram um meio de transporte desorganizado. Os trens são muito sujos e velhos, ficam muito cheios e há muitos ambulantes nos vagões. Há alteração constante nas plataformas e, muitas vezes, os passageiros precisam correr e muitas vezes perdem o trem. Muitas pessoas usam sem pagar e boa parte das portas são defeituosas. Os intervalos entre os trens são longos e existem muitos problemas que interrompem o serviço, o que prejudica muito o deslocamento e causa transtornos. Avaliam que os trens novos são melhores.

O “metrô” foi considerado o melhor meio de transporte coletivo pelos participantes. Achar o preço justo e o deslocamento é rápido. Reclamaram dos vagões cheios e disseram que o vagão feminino é respeitado. É mais novo, mais limpo e mais seguro que os demais transportes coletivos. A maior reclamação é por ser extremamente cheio nos horários de pico. Alguns acidentes interrompem o serviço.

A “moto” foi considerada pelos participantes muito visada para assalto e alvo de muita fiscalização, o que atrapalha o deslocamento dos motoristas. Consideraram o meio de transporte menos seguro e, ao mesmo tempo, o mais rápido. As pessoas estão mais interessadas em andar de moto atualmente devido ao tráfego intenso.

O meio de transporte citado a seguir foi o “taxi”. Os participantes acham caro para o serviço oferecido e há muitos “táxis pirata”. Não acham seguro por depender do motorista, por boa parte deles ser mal educada e por saberem muitas histórias de fraude nos taxímetros. Uma vantagem é poder usar a pista seletiva, que facilita o deslocamento, principalmente nos horários de pico.

“Carro” foi considerado pelos participantes o meio de transporte de maior custo, apesar de ser o de maior conforto e praticidade, além de dar independência ao usuário. Foi citada a alta depreciação do seu valor, assim que sai da concessionária. É preciso programar horário se tiver algum compromisso, devido ao trânsito, fora os custos para manter o mesmo.

O “Uber” é visto como um serviço bom, apesar da qualidade ter diminuído desde sua implantação no Rio de Janeiro, segundo os participantes. O custo é um pouco elevado, mas é um meio de transporte eficiente. É possível monitorar a viagem, avaliar o motorista e relatar problemas, tendo os mesmos solucionados de forma rápida e efetiva. Alguns participantes reclamaram que é lento e que só pode realizar o caminho indicado pelo GPS.

O “Uber Pool” foi criticado pelos participantes, apesar de ter o custo um pouco menor que o “Uber”. A viagem pode demorar mais que o necessário, por haver paradas, visto que a rota é dividida e não é possível controlar quem são os passageiros que vão participar da mesma corrida, o que pode gerar incômodo.

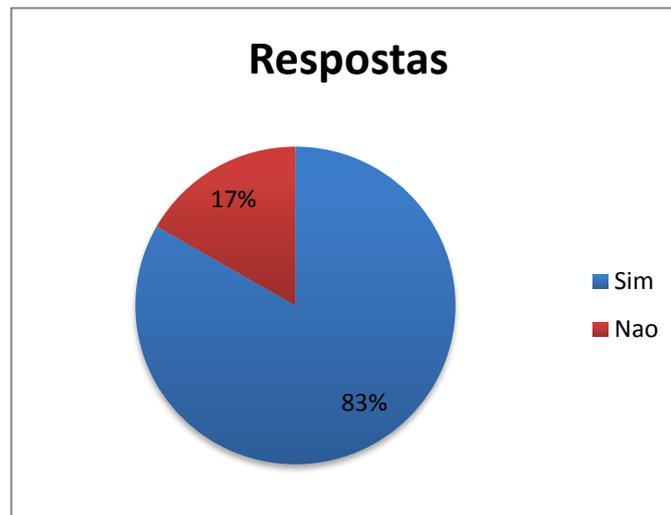
Assim, foram comentados, individualmente, cada meio de transporte selecionado.

4.1.2 Identificação das variáveis relevantes, segundo o questionário aplicado

Após a formulação do mapa, foi entregue o questionário da pesquisa quando eles responderam as perguntas selecionadas para melhor entendimento da satisfação dos usuários com o transporte público por ônibus no Rio de Janeiro, em particular.

As perguntas e respostas obtidas estão sintetizadas nos quadros abaixo.

Q1: Você costuma utilizar transporte público na cidade do Rio de Janeiro? Em caso afirmativo, quais?



Quais?

- Ônibus
- Metrô
- Trem

Dos 12 entrevistados, 10 assinalaram que são usuários do transporte público.

Os mais citados entre todos os transportes foram o ônibus e o metrô, sendo ambos mencionados em 9 das 10 respostas positivas obtidas. A única outra opção mencionada foi o trem, mencionado por apenas 2 pessoas.

Q2: O que vem a sua mente quando pensa/ouve algo referente a transporte municipal de ônibus na cidade do Rio de Janeiro?

- Transporte lento (2)
- Profissionais mal preparados (1)
- Baixa qualidade (4)

- Condições precárias (3)
- Inseguro (7)
- Lotado (4)
- Preço alto para o serviço prestado (2)
- Sem planejamento (1)
- Falta de ar-condicionado (1)

De todos os pontos apontados pelos entrevistados, a insegurança foi o mais mencionado como o principal ponto ao pensar nesse tipo de transporte. Condições dos veículos, lotação e a baixa qualidade também foram pontos mencionados por mais de uma pessoa.

Q3: Por favor, avalie as variáveis abaixo sobre o transporte por ônibus regular, na cidade do Rio de Janeiro, atribuindo a cada tópico uma nota no tocante a sua percepção de satisfação/qualidade. Considere a escala de 1 a 10 pontos, sendo que 1 representa a nota mínima e 10 a máxima.

TOPICOS ABORDADOS	NOTA MÉDIA
Acessibilidade ao ponto	5,4
Frequência da linha	4,8
Tempo de viagem da linha	4,3
Lotação	4,9
Confiabilidade no transporte	3,9
Modo de direção do motorista	3,1
Vulnerabilidade a assalto	2,0
Estado de conservação do veículos	3,7
Barulhos e ruídos dos veículos	4,4
Temperatura interna	3,8
Limpeza do veículo	3,1
Sinalização nos pontos	4,3
Cobertura nos pontos	4,5

Assentos nos pontos	2,4
Conforto dos assentos nos veículos	3,8
Numero de assentos nos veículos	5,1
Informações nos pontos	4,4
Informações nos veículos	3,3
Necessidade de deslocamento e transbordo	4,8
Comportamento do motorista	3,2
Comportamento do cobrador	3,8
Preço da passagem	4,5
Cumprimento do itinerário	6,6
Atenção à idosos e deficientes	4,9
Atendimento da empresa	3,3

Após análise das notas médias adotadas, percebe-se que o serviço não é bem visto pelos usuários, já que a maioria das notas são abaixo dos 5 pontos, tendo observado poucos pontos acima da média: cumprimento do itinerário (6,6) e acessibilidade ao ponto (5,4).

A vulnerabilidade a assaltos é o ponto mais crítico, recebendo a menor nota de todas (2,0). Pode-se destacar também os assentos nos pontos (3,4) e a limpeza dos veículos de maneira negativa (3,1).

Q4: Em relação às variáveis citadas anteriormente na tabela, selecione as 5 mais relevantes para você, quando analisa/classifica serviços de transporte por ônibus:

1. Vulnerabilidade a assaltos (8)
2. Estado do veículo (8)
3. Modo de direção do motorista (6)
4. Lotação (5)
5. Tempo de viagem (5)

Diversos pontos foram citados mas, os 5 mais mencionados, foram os colocados acima, com destaque para os dois primeiros com 8 votos cada. O modo de direção do motorista foi citado por 6 entrevistados e os 2 últimos ficaram empatados com 5 menções.

4.2 Relação com os referenciais teóricos apresentados

Ao comparar os dados obtidos com as definições apontadas no item 2.2, observa-se que no quesito variabilidade a prestação do serviço depende muito dos motoristas, da forma como ele está dirigindo, das suas atitudes e do seu humor, o que pode gerar diferentes percepções finais sobre o serviço. Os comentários sobre a linha 410 foi um exemplo.

Utilizando os pontos do modelo SERVQUAL, abordados no item 2.3, observa-se que o serviço de transporte público de ônibus no Rio de Janeiro peca muito no quesito Tangibilidade, com o estado de conservação dos veículos, limpeza do veículo, a falta de assento, entre outros.

No quesito Confiabilidade, o mesmo também recebeu uma nota muito baixa (3,9), mostrando que o usuário não confia e não aprova como é feita a execução do serviço, apesar de ter uma nota razoavelmente boa no item cumprimento do itinerário (6,6), que faz parte da percepção de confiabilidade.

No quesito Segurança, percebe-se um dos piores pontos no transporte de ônibus, com relação à fragilidade de assaltos (2,0).

Por fim, ao analisarmos a Empatia, mais uma vez vemos uma descontentamento do usuário com o serviço, já que os tópicos de comportamento do motorista, comportamento do consumidor e atendimento da empresa receberam notas bem baixas, mostrando que os mesmos não têm prestando um bom atendimento ao cliente e não têm colaborado para que o mesmo mude sua opinião.

Capítulo 5: Conclusões e Recomendações

Este capítulo traz considerações finais sobre as percepções dos participantes do grupo de foco, tanto na construção do mapa perceptivo como nas respostas obtidas através dos questionários.

5.1 Considerações finais

Na construção do mapa perceptivo, o grupo participante apresentou muitas críticas aos meios de transporte público apresentados e na forma como o serviço é prestado.

Ao analisar diretamente o serviço de ônibus, os principais pontos negativos apontados foram: a insegurança, limpeza dos veículos, assentos nos pontos e a lentidão do serviço, algo que também está relacionado ao congestionamento intenso que existe na cidade do Rio de Janeiro. Também foi de consenso geral a falta de preparo dos motoristas no transporte, não de uma determinada área/linha específica, sendo levantado o ponto de que todos dirigem com velocidade excessiva e que são muito mal educados quando abordados pelos usuários. Outro ponto negativo foi o da fragmentação das linhas pela cidade, sendo sempre necessário fazer uma mudança de um ônibus para outro (baldeação) para de chegar ao destino quando o mesmo fica em algum local distante.

De vantagens abordadas, foi mencionado o fato de ser um serviço de custo baixo, algo que surpreendeu pois, diariamente, vemos reclamações na TV e redes sociais sobre o preço do transporte de ônibus na cidade. Isso pode se dever ao perfil de renda deste grupo, provavelmente de classes superiores. Outro ponto positivo abordado foi a velocidade do BRT, que faz com que usuários cheguem a pontos distantes sem ter que enfrentar todo o trânsito normal mas, apesar desse ponto, o mesmo também recebeu críticas pela sua lotação, com empurrões entre os usuários na hora de embarque e a falta de educação dos mesmos, que depredam as estações e as invadem para não terem que pagar pelos serviços.

A partir da análise dos pontos positivos e negativos informados pelos usuários, é possível afirmar que o serviço, apesar de ter pontos positivos para o usuário, é muito ruim, vide as notas obtidas na tabela do questionário. O fato dos consumidores estarem mais atentos aos pontos que antes eram ignorados, como assentos nos pontos, cobertura dos pontos e o conforto dos assentos, fazem com que seja cada vez mais necessário que o transporte se reinvente e melhore pontos básicos para o usuário. Itens como a segurança e o estado das vias, fogem do poder dos gestores das empresas mas, outros pontos, como o estado de conservação dos veículos, o treinamento e melhor seleção dos motoristas e os ruídos existentes nestes cabe à empresa solucionar. Talvez isso possibilite que a percepção do transporte mude, de maneira geral, para algo que justifique o investimento e os valores cobrados.

5.2 Limitações

Espera-se que os resultados obtidos nesse trabalho sirvam como base para trabalhos futuros que queiram solucionar os problemas existentes no transporte público por ônibus em particular, além de indicar caminhos para que essa solução e melhorias sejam obtidas.

Este trabalho, que busca levantar a percepção dos usuários com relação ao transporte público de ônibus na cidade do Rio de Janeiro, foi feito com apenas um grupo focal, e serve como um levantamento de variáveis para hipóteses futuras. Faz-se necessário a produção de outros mapas que permitam contrastar os resultados e confirmar as conclusões alcançadas até aqui.

Além disso, esta conclusão não se refere a toda população da cidade do Rio de Janeiro, mas sim a um pequeno grupo de jovens de classe média-alta e estudantes. As variáveis obtidas refletem a percepção deste determinado grupo.

O trabalho foi feito com apenas um grupo de foco por restrição de tempo. Recomenda-se, em um trabalho futuro, a realização de mais grupos de foco, buscando levantar hipóteses distintas das deste. Uma vez levantadas essas variáveis, é possível realizar grupos com grupos de características diferentes, como renda e faixa etária.

Referências bibliográficas

ANDRADE, Vagner Silva, Rocha, Andre Lacombe Penna da, Clube de Vantagens: Um levantamento dos atributos relevantes Segundo a percepção de decisores de marketing e consumidores finais e sua relação com a satisfação dos serviços prestados. Rio de Janeiro, 2017. 155p. **Dissertação de mestrado em administração.**

ARAGÃO, J. J. G. de; FIGUEIREDO, A. dos S. Produtividade e qualidade em empresas de transporte coletivo urbano. **Revista dos Transportes Públicos – ANTP**, São Paulo, 15, p. 63- 82, 1o trimestre 1993.

BITNER, M. J. and A. HUBBERT (1994), “Encounter Satisfaction versus Overall Satisfaction versus Quality,” in **Service Quality: New Directions in Theory and Practice**, R. Rust and R. Oliver, eds. Thousand Oaks, CA: Sage, 72-94

BRANDALISE, L. T.; Modelos de medição de percepção e comportamento: uma revisão - **Laboratório de Gestão, Tecnologia e Informação – UFSC**: Florianópolis, 2005.

CARMAN, James M. Consumer Perceptions of Service Quality: An Assessment **Journal of Retailing**, v. 66, n. 1, p. 33, 1990.

CRONIN JR, J. Joseph, TAYLOR, Steven A. SERVPERF versus SERVQUAL: reconciling performance-based and perceptions-minus-expectations measurement of service quality. **The Journal of Marketing**, p. 125-131, 1994.

FERRAZ, Antonio Clovis Pinto; TORRES, Isaac Guilherme Espinosa. **Transporte Público Urbano**. 2. ed. São Carlos: Rima, 2004.

GIL, A. C.; **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**; São Paulo, Atlas, 1999, 5^a ed.

GIRALDI, J.M.E.; LIBONI, B.L.; Mapa Perceptual: Uma ferramenta para gerenciamento do posicionamento de marcas; **In: IV Congresso Virtual Brasileiro de Administração - Convibra 2004.**

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. **Administração de marketing**. 12. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006. 750 p

KOTLER, Philip; ARMSTRONG, Gary. **Princípios de marketing**. 9. ed. Rio de Janeiro: Prentice Hall, 2003. 593 p.

"A qualidade no serviço de transporte público sob as óticas do usuário, do operador e do órgão gestor." **Revista dos Transportes Públicos-ANTP-Ano 21** (1998): 4º.

LOPES, M.F. **Avaliação da Qualidade do Transporte Colectivo Urbano, na Cidade da Praia e a Satisfação dos Clientes**. Cape Verde, Africa, 2012.

MOIMAZ, Suzely Adas Saliba et al . Satisfação e percepção do usuário do SUS sobre o serviço público de saúde. **Physis**, Rio de Janeiro , v. 20, n. 4, p. 1419-1440, Dec. 2010 .

MOREIRA, D.A.; **O método fenomenológico da Pesquisa**; São Paulo, Pioneira Thomson, 2002.

PARASURAMAN, Anantharanthan, ZEITHAML, Valarie A., BERRY, Leonard L. A conceptual model of service quality and its implications for future research. **The Journal of Marketing**, p. 41-50, 1985.

RODRIGUES, Marcos Antonio; SORRATINI, José Aparecido. A qualidade no transporte coletivo urbano. **Panorama nacional da pesquisa em transportes**, p. 1081-1092, 2008.

SAIAS, Luis. **MARKETING DE SERVIÇOS - Qualidade e Fidelização de Clientes** 2007

VERGARA, S. C.; **Métodos de pesquisa em Administração**; São Paulo, Atlas, 2005.

Apêndice 1

Questionário aplicado

Questionário de pesquisa sobre satisfação com o transporte público por ônibus na cidade do Rio de Janeiro

Gostaríamos de agradecer o tempo e a atenção dedicados na participação desta pesquisa. Na primeira etapa construímos um mapa perceptivo, e agora, para concluir, pedimos que responda as perguntas abaixo. Antecipadamente, muito obrigado!

1) Você costuma utilizar o transporte público na cidade do Rio de Janeiro?

Sim Não

Em caso afirmativo, quais?

2) O que vem à sua mente quando pensa/ouve algo referente a transporte municipal de ônibus na cidade do Rio de Janeiro?

3) Por favor, avalie as variáveis abaixo sobre transporte por ônibus regular, na cidade do Rio de Janeiro, atribuindo a cada tópico uma nota no tocante à sua

percepção de satisfação/qualidade. Considere a escada de 1 a 10 pontos, sendo que 1 representa a nota mínima e 10 a máxima.

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
ACESSIBILIDADE AO PONTO										
FREQUÊNCIA DA LINHA										
TEMPO DE VIAGEM DA LINHA										
LOTAÇÃO										
CONFIABILIDADE NO TRANSPORTE										
MODO DE DIREÇÃO DO MOT.										
VULNERABILIDADE À ASSALTO										
ESTADO DE CONSERVAÇÃO DOS VEÍCULOS										
BARULHOS E RUÍDOS DOS VEÍCULOS										
TEMPERATURA INTERNA										
LIMPEZA DO VEÍCULO										
SINALIZAÇÃO DOS PONTOS										
COBERTURA NOS PONTOS										
ASSENTOS NOS PONTOS										
CONFORTO DOS ASSENTOS NOS VEÍCULOS										
NÚMERO DE ASSENTOS NOS VEÍCULOIS										
INFORMAÇÕES NOS PONTOS										
INFORMAÇÕES NO VEÍCULO										
NECESSIDADE DE DESLOCAMENTO E TRANSBORDO										
COMPORTAMENTO DO MOTORISTA										
COMPORTAMENTO DO COBRADOR										
PREÇO DA PASSAGEM										
CUMPRIMENTO DO ITINERÁRIO										
ATENÇÃO A IDOSOS E DEFICIENTES										

ATENDIMENTO DA EMPRESA										
---------------------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

4) Em relação às variáveis citadas anteriormente na tabela, selecione as 5 mais relevantes para você, quando analisa/classifica serviços de transporte por ônibus:

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____
5. _____

5) Qual sua faixa etária?

- Até 18 anos Entre 19 e 25 anos Entre 26 e 32 anos
 Entre 33 e 40 anos Entre 41 e 48 anos Entre 49 e 56 anos
 Entre 57 anos e 64 anos Acima de 65 anos

6) Qual seu gênero?

- Feminino Masculino

7) Qual a faixa de renda mensal da sua família?

- Até R\$ 1.760,00
 R\$ 1.760,01 a R\$ 3.720,00
 R\$ 3.720,01 a R\$ 8.800,00
 R\$ 8.800,01 a R\$ 17.600,00
 R\$ 17.600,01 ou mais