

Nova pesquisa Vox Populi confirma evolução dos índices de satisfação

Nova pesquisa qualitativa realizada pelo Instituto Vox Populi no período de 12 de setembro a 23 de outubro de 2007, em todo o território nacional, por encomenda da ABRATI, mostrou que o

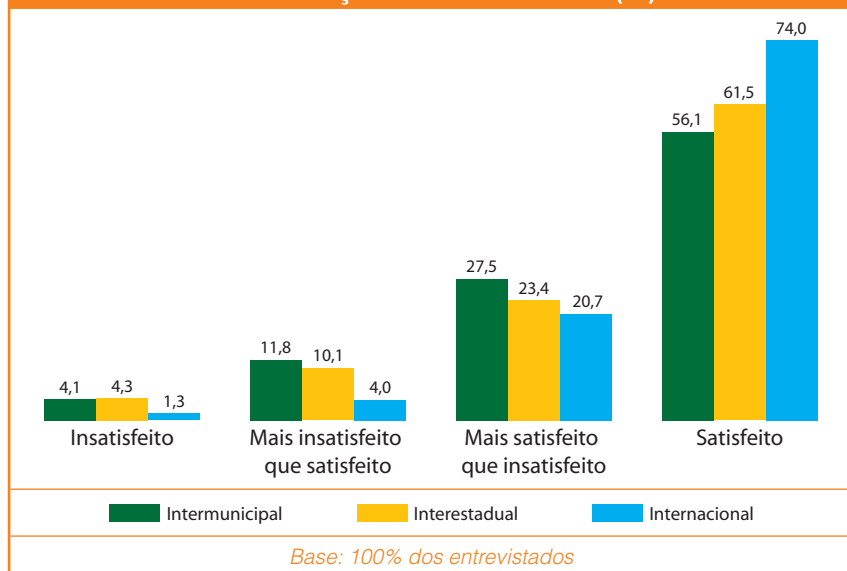
grau médio de satisfação dos usuários do transporte rodoviário de passageiros continua aumentando. Tomando-se os três segmentos do transporte rodoviário de passageiros (intermuni-

cipal, interestadual e internacional) e somando-se o percentual médio das respostas dos entrevistados que se disseram satisfeitos, com o percentual das respostas daqueles que afirmaram estar mais satisfeitos que insatisfeitos, o Vox Populi apurou o índice de 87,6%. Na pesquisa anterior, esse índice era de 78,6%.

As respostas apontaram que 8,63% dos entrevistados estão mais insatisfeitos que satisfeitos. E ainda, que há 3,23% de usuários insatisfeitos.

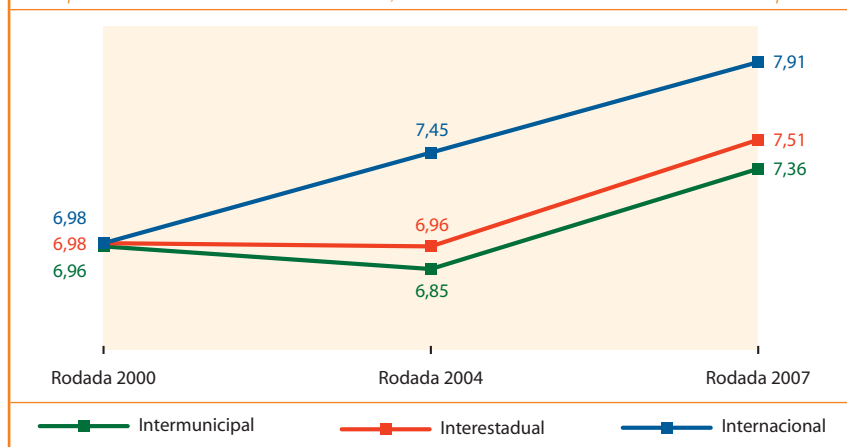
As entrevistas foram feitas com 3.248 usuários (homens e mulheres), distribuídos pelas cinco regiões brasileiras. Também foram ouvidos especificamente idosos e portadores de necessidades especiais, usuários do passe livre ou beneficiários do desconto de 50% previsto em lei. Nesta edição, apresentamos os principais resultados da pesquisa.

GRAU DE SATISFAÇÃO FINAL COM O TRP (%) - 2007



EVOLUÇÃO DO GRAU DE SATISFAÇÃO COM O SERVIÇO

Comparativo entre as rodadas de 2000, 2004 e 2007 – Médias em escala de 10 pontos



Resultados refletem esforços do setor por melhoria contínua

A primeira pesquisa de satisfação encomendada pela ABRATI foi feita em 2000. Dos três segmentos pesquisados, o grau de satisfação com o internacional mantém, desde então, trajetória sempre ascendente. Quanto ao interestadual e ao intermunicipal, que haviam apresentado ligeira queda na segunda rodada, retomaram firmemente a tendência de crescimento, conforme mostra o gráfico à esquerda.

Usuários apontam o grau de importância de cada área

Na pesquisa do Instituto Vox Populi, os entrevistadores pediram que os usuários apontassem quais atributos eram mais importantes, e quais eram menos importantes em cada uma das dez áreas pesquisadas (veja o quadro à direita). A partir das pontuações máximas e mínimas atribuídas aos atributos definidos como menos ou mais importantes, o Vox Populi aplicou um teste estatístico denominado Teste de Friedman. O resultado do teste gerou um *ranking* de importância, com cada atributo de qualidade ocupando uma posição. Além desse *ranking*, foi apurada uma nota média de satisfação para cada atributo. Desta forma, a posição ocupada por determinado atributo no *ranking*, cotejada com a nota média por ele recebida, aponta claramente aos empresários do setor o que está bom e aquilo que pode ou deve ser melhorado.

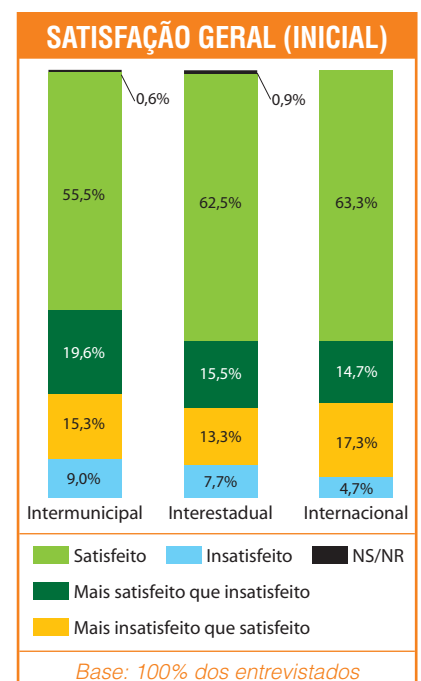
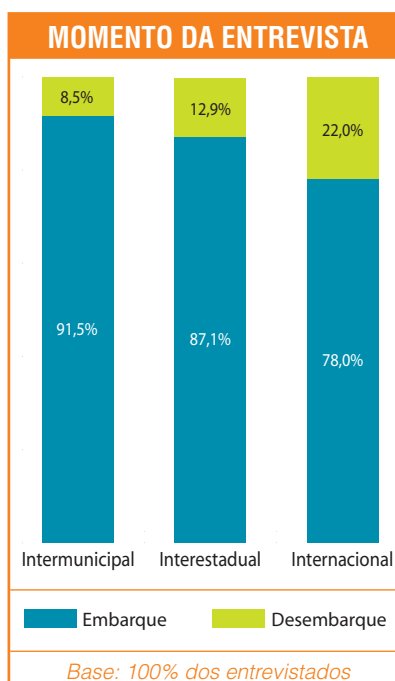
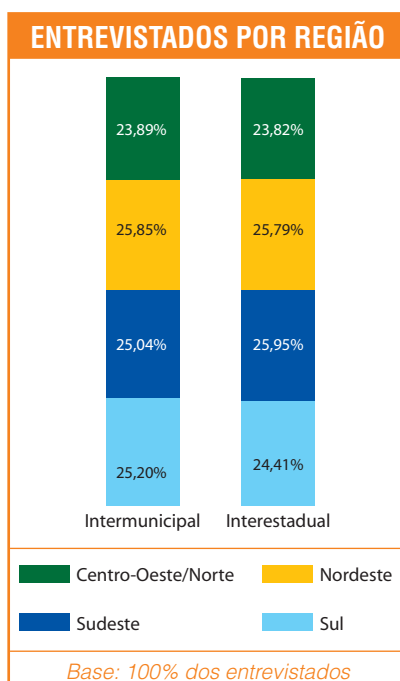


Idosos e usuários de passe livre também foram ouvidos

No conjunto da amostra foram garantidas 71 entrevistas para usuários de passe livre, 106 entrevistas para idosos com passagem gratuita e 71 entrevistas para idosos com 50% de desconto na passagem. No segmento internacional, foi realizada amostra pro-

porcional em múltiplo estágio: em cada terminal rodoviário com rotas internacionais, as entrevistas foram distribuídas proporcionalmente à quantidade de passageiros que seriam transportados para cada destino (outro país) ou que chegavam de outro país.

Antes de perguntar sobre a satisfação do usuário com cada atributo em separado, os entrevistadores verificaram sua satisfação geral inicial com o transporte rodoviário de passageiros (abaixo). Os índices aumentaram quando cada atributo foi particularizado.



O preço da passagem tem pouca influência na escolha

Inicialmente, foi perguntado a todos os entrevistados se havia somente uma ou mais de uma empresa que oferecia a viagem pretendida. A todos que tinham a opção de ter escolhido entre mais de uma operadora, foi perguntado o motivo que levou à escolha feita. A resposta a essa questão era espontânea.

O gráfico ao lado mostra que o conforto e a condição geral dos ônibus constituem um diferencial de grande importância.

Pode-se ver, igualmente, que a conveniência (ter o horário desejado) é um grande motivador da escolha.

O preço da passagem foi citado por muito menos pessoas do que o contingente que citou atributos de conveniência e de marca.

Outro dado recolhido na pesquisa foi que a força da marca das empresas é também determinante muito importante na escolha: quase metade dos que tinham opção de escolha citam costume/hábito de viajar pelas empresas ou confiança na marca.

Após as respostas espontâneas, foi entregue a todos os entrevistados (inclusive os que não tinham opção de escolha entre mais de uma empresa), lista com uma série de itens relativos a empresas de ônibus.

Os entrevistados deveriam citar, por ordem de importância, os três itens que consideram mais importantes, supondo que deveriam escolher entre duas empresas para fazer uma viagem.

As respostas foram somadas e ponderadas (dando peso maior às que foram citadas em primeiro lugar, depois às que foram citadas em segundo lugar e, por fim às que foram citadas em terceiro lugar). Mais uma vez, verificou-se que preço não está entre os itens mais citados.

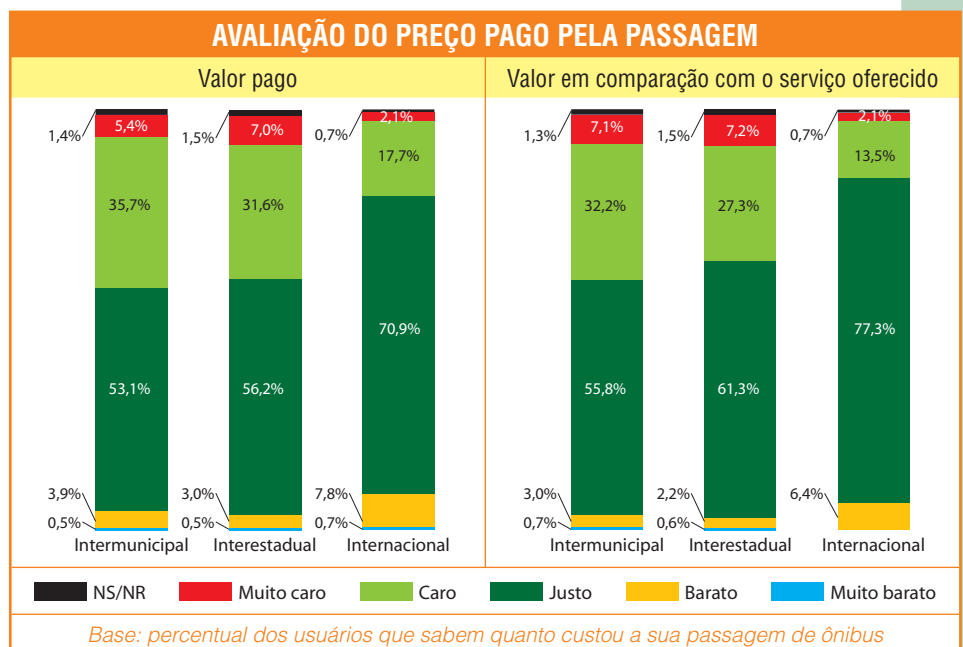
CRITÉRIOS DE ESCOLHA (SOMA PONDERADA)			
	Intermunicipal	Interestadual	Internacional
Condição geral/conforto dos ônibus	34,7%	38,8%	44,7%
Horários de saída/chegada	14,5%	13,2%	10,4%
Itinerário/Pontualidade	12,0%	11,6%	11,1%
Segurança	11,7%	13,2%	13,6%
Educação/gentileza	10,5%	10,7%	8,8%
Preço	9,2%	8,9%	10,2%
Vagas nos ônibus	4,1%	3,4%	1,1%
Outros	0,2%	0,1%	0,1%

Base: 100% dos entrevistados

Custo-benefício é levado em conta na avaliação do preço da passagem

Aos usuários entrevistados foi perguntado como eles avaliavam o preço pago pela passagem. Na avaliação exclusivamente do preço, a maioria dos usuários achou que é justo. No entanto, quando as pessoas foram convidadas a avaliar o preço em comparação com o serviço oferecido, as respostas re-

fletiram ainda mais claramente a sua preocupação em considerar os outros fatores envolvidos em uma viagem por ônibus. Ou seja, em avaliar os fatores custo e benefício. E assim, em percentual ainda mais elevado, a maioria das respostas foi de que o preço da passagem é justo.



Sugestões mostram: é possível melhorar ainda mais

SUGESTÃO DE SERVIÇOS ÀS EMPRESAS DE TRANSPORTE

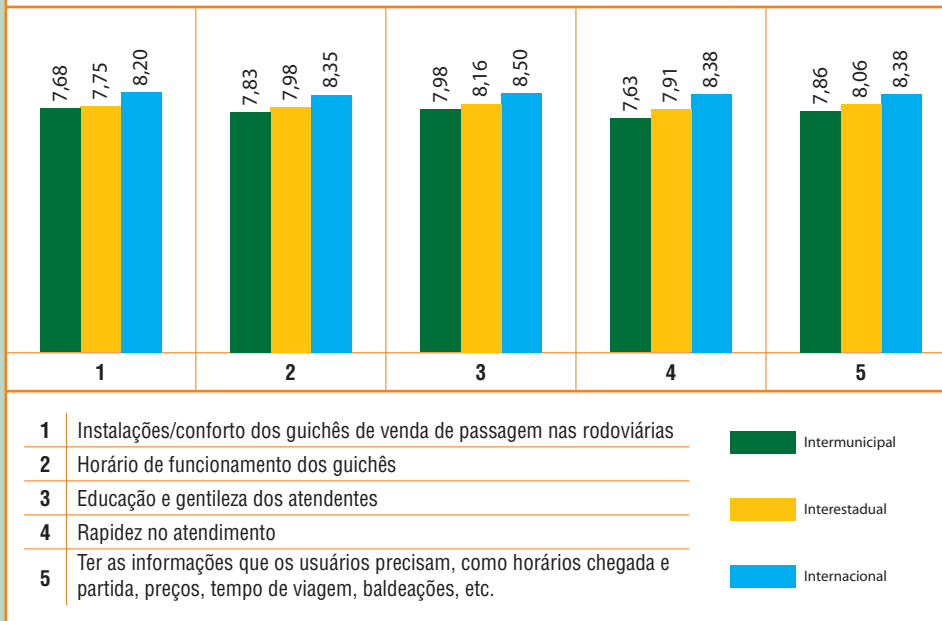
	Intermunicipal	Interestadual	Internacional
Melhoria da infra-estrutura interna	45,1%	46,7%	31,3%
Melhorias em alimentação/bebidas	5,8%	6,8%	7,3%
Melhoria na higienização	3,7%	2,6%	2,2%
Melhoria nos horários de ônibus/pontualidade	3,7%	3,6%	3,4%
Preço/desconto de passagens	3,3%	3,4%	
Melhoria do sistema de informação/comunicação	2,2%	1,7%	2,8%
Melhorias na segurança	2,2%	1,7%	1,7%
Melhoria do acesso para deficientes/idosos	0,5%	0,5%	
Outros	6,0%	4,8%	4,5%
Nenhuma sugestão	20,2%	21,3%	31,8%
NS	7,2%	6,9%	15,1%

Base: 100% dos entrevistados

Os entrevistados foram solicitados a apresentar, em múltipla resposta, sugestões de serviços que as empresas deveriam oferecer para melhorar ainda mais as viagens por ônibus. A maioria das sugestões oferecidas apontou para aspectos relacionados ao conforto. Altos percentuais de usuários não ofereceram sugestões para qualquer dos três segmentos. Muitas das respostas dos demais pareceram estar voltadas mais para condições próprias dos terminais rodoviários e rodovias, e menos para os ônibus e as empresas. Mas são sugestões a que as operadoras devem estar atentas, exercendo sua influência quando possível.

SATISFAÇÃO COM GUICHÊS DE VENDA DE PASSAGENS

Base: 100% dos entrevistados – Médias em escala de 10 pontos



Usuários dão boas notas para serviços e condições dos guichês

No que se refere aos guichês de venda de passagens, as notas atribuídas pelos entrevistados às instalações, serviços, atendimento, horário de funcionamento, rapidez no atendimento etc. variaram de 7,63 a 8,50, em escala de 1 a 10. São notas excelentes, e que ainda deixam margem para novos avanços de qualidade, já que os atributos citados dependem exclusivamente das empresas e estão, quase todos, relacionados a treinamento. Isso, aliás, fica perfeitamente claro nas respostas quanto aos atributos de números 3 e 5, bastante valorizados pelos usuários.

Associação Brasileira das Empresas de Transporte Terrestre de Passageiros

Presidente
Sérgio Augusto de Almeida Braga
Vice-Presidente
Renan Chieppe
Superintendente
José Luiz Santolin

Secretário-Geral
Carlos Augusto Faria Féres
Editor responsável
Ciro Marcos Rosa

Produzido por Plá Comunicação Ltda.

Endereço: SAUS Quadra 1 - Bloco J
Edifício CNT Torre A - 8º andar - Entrada 10/20
CEP 70070-944 - Brasília - Distrito Federal
Fones: (61) 3322-2004 - Fax: (61) 3322-2058 - 3322-2022
E-mail: abrati@abrati.org.br
Internet: <http://www.abrati.org.br>

Esta publicação pode ser acessada pela internet: <http://www.abrati.org.br>

A satisfação com os terminais aumenta, mas devagar

Da segunda para a terceira rodada da pesquisa, o grau de satisfação dos usuários com terminais rodoviários continuou em curva ascendente no que se refere aos segmentos interestadual e intermunicipal. No segmento internacional, a evolução foi menos acentuada, provavelmente pelo fato de que na pesquisa anterior já haviam sido alcançados índices bastante bons, que agora foram mantidos.

Tomados os três segmentos em seu conjunto, o grau médio de satisfação havia sido de 7,07% na pesquisa anterior. Agora, alcançou 7,75%.

Contudo, a evolução do grau de satisfação ainda deixa a desejar, por

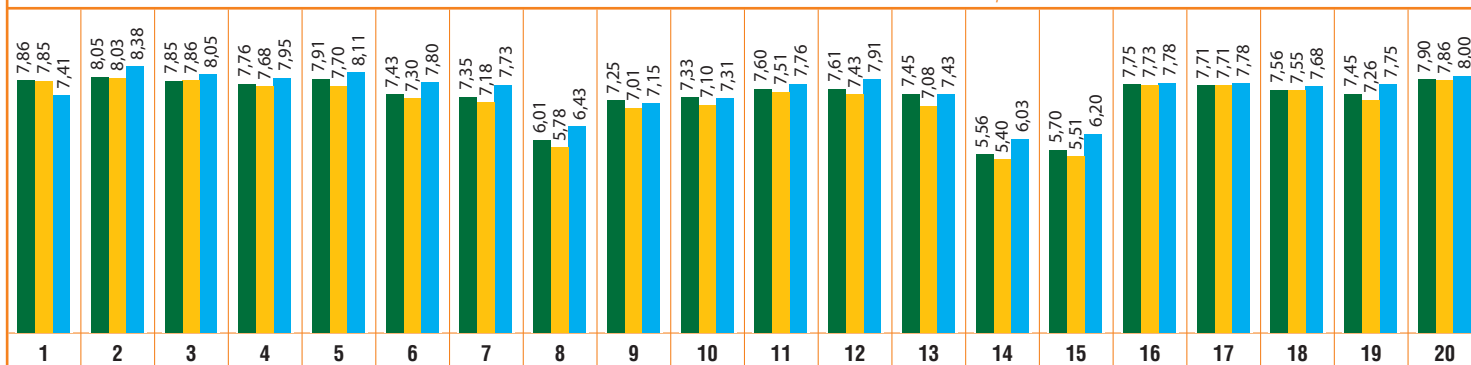
ser relativamente lenta e por atingir de modo desigual os terminais espalhados pelo território brasileiro. Na verdade, o país continua se ressentindo de maior quantidade de bons terminais.

Observa-se que, mesmo nos casos em que os terminais alcançam boas médias, determinados atributos continuam sendo alvo das mesmas queixas e críticas dos usuários. Atributos como limpeza dos banheiros, cobrança pela sua utilização, instalações das áreas de espera e de embarque, limpeza, preços de restaurantes e lanchonetes, e mesmo de outros produtos encontráveis nos terminais, seguem recebendo grande volume de críticas.

Acrescente-se que todos eles são de atribuição direta ou indireta dos poderes públicos. Portanto, os resultados mostram de modo inequívoco que os poderes públicos têm em suas mãos a possibilidade de solucionar o problema. E a lentidão na evolução do grau de satisfação dos usuários deixa claro que a insistência em manter o atual modelo, que prioriza a construção e administração de terminais pelos governos estaduais e municipais, está na raiz do atraso. Em todos os lugares e em todos os casos em que a construção e gestão dos terminais foi entregue à iniciativa privada, os bons resultados logo aparecem.

SATISFAÇÃO COM TERMINAIS RODOVIÁRIOS

Base: 100% dos entrevistados – Médias em escala de 10 pontos



- 1 Pontualidade na chegada e saída de ônibus
- 2 Educação e gentileza dos funcionários da rodoviária
- 3 Serviço de informação na rodoviária, como informar horários de chegada e saída dos ônibus, empresas, informações turísticas etc.
- 4 Serviço de informação pelo telefone, como informar horários de chegada e saída dos ônibus, empresas etc.
- 5 Sinalização das rodoviárias, como placas informando onde fica o embarque, venda de passagens, lanchonetes, sanitários etc.
- 6 Instalações do banheiro, como quantidade de cabines, área para tomar banho, papel higiênico etc.
- 7 Limpeza dos banheiros
- 8 Cobrança para utilização dos banheiros
- 9 Instalações da rodoviária na área de espera, como conforto, espaço, quantidade de cadeiras etc.
- 10 Inst. da rodov. na área de emb/desemb. de ônibus, como conforto, espaço, quantid. de boxes p/ cheg./partida de ônibus etc.

- 11 Limpeza da rodoviária
- 12 Variedade de prod. e serviços, como artigos de primeira necessidade, artigos de farmácia, revistas, lojas, posto de serviços etc.
- 13 Qualidade dos restaurantes/lanchonetes, das comidas, bebidas e atendimento
- 14 Preço dos restaurantes/lanchonetes
- 15 Preço de produtos diversos, como lembranças, revistas, remédios etc.
- 16 Facilidade de transporte para sair da rodoviária, como ter táxis e ônibus à disposição
- 17 Facilidade de acesso à rodoviária de uma forma geral, como localização, trânsito, opções de transporte etc.
- 18 Estacionamento
- 19 Segurança
- 20 Telefones Públicos



Média das notas atribuídas pelos usuários dos três segmentos para os atributos = 7,28 — Satisfação geral com os terminais – escala de 10 pontos

Nos 20 melhores terminais, alguns deixam a desejar

Solicitados a dar nota de 1 a 10 aos terminais rodoviários, os usuários elegeram o de Criciúma, Santa Catarina — com nota 8,13 —, como o melhor do Brasil. Foram citados 37 terminais. O gráfico à direita mostra que outros também obtiveram boa pontuação (quase todos na Região Sul). Nove dos citados na pesquisa anterior não apareceram nesta. Foram incluídos oito novos terminais.

No gráfico abaixo, observa-se lenta evolução do grau de satisfação com os pontos de parada nas rodovias. As queixas são muito semelhantes às registradas para as rodoviárias (preços de alimentos, limpeza dos banheiros, cobrança para sua utilização etc.). Mas, pelo menos duas notas baixas se referem a atributos que podem ser melhor cuidados pelas empresas: a quantidade de paradas durante a viagem e a duração das paradas.

MÉDIA GERAL DE SATISFAÇÃO - OS 20 TERMINAIS MAIS PONTUADOS

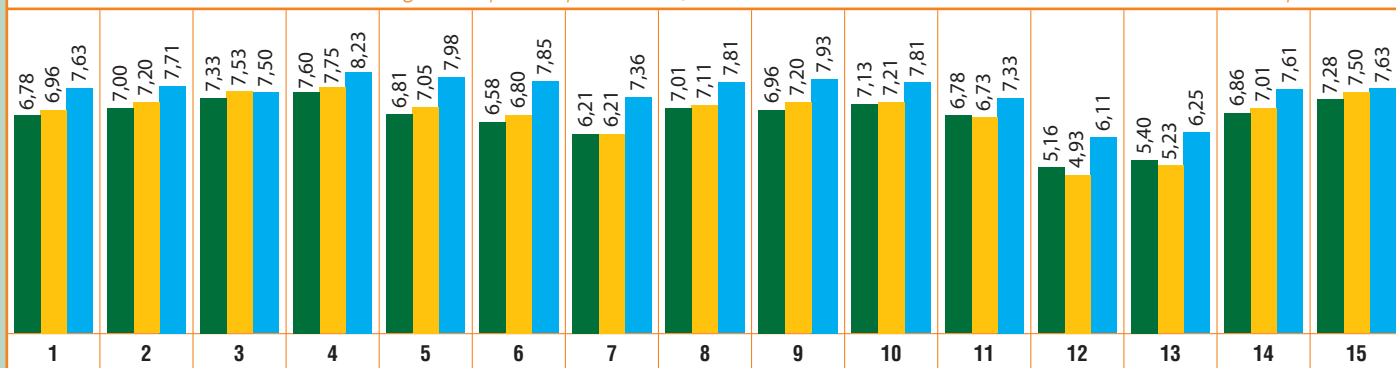
Médias em escala de 1 a 10 pontos

Criciúma - SC	8,13
Maringá - PR	8,05
Juiz de Fora - MG	7,98
São Paulo - SP	7,91
Foz do Iguaçu - PR	7,90
Florianópolis - SC	7,85
Goiânia - GO	7,76
Curitiba - PR	7,71
Presidente Prudente - SP	7,71
Salvador - BA	7,70
Cascavel - PR	7,65
Uberlândia - MG	7,65
Vitória - ES	7,63
Itumbiara - GO	7,61
Belém - PA	7,60
Belo Horizonte - MG	7,55
Londrina - PR	7,55
Recife - PE	7,55
Porto Alegre - RS	7,45
Ribeirão Preto - SP	7,38

Nota média em 37 terminais = 7,28 — Base: 100% dos entrevistados

SATISFAÇÃO COM PARADAS DE ÔNIBUS

Nota média dos usuários dos três segmentos para as paradas = 7,01 — Base: 100% dos entrevistados — Médias - escala de 10 pontos



- Quantidade de paradas durante a viagem
- Duração/tempo das paradas
- Pontualidade na chegada e saída das paradas de ônibus, chegar e sair das paradas nas horas previstas
- Educação e gentileza dos atendentes nas paradas
- Instalações dos banheiros das paradas, como quantidade de cabines, área para tomar banho, papel higiênico etc.
- Limpeza dos banheiros das paradas
- Preço para utilização dos banheiros das paradas
- Instalações das paradas de ônibus, como conforto, espaço etc

- Limpeza das paradas de ônibus
- Variedade de produtos vendidos, como salgados, refeições, bebidas, doces, biscoitos, artigos de primeira necessidade etc.
- Qualidade dos alimentos
- Preço dos alimentos
- Preço de produtos diversos, como lembranças, revistas, remédios etc.
- Segurança
- Telefones públicos





“Mais de 300.000 passageiros circulam por aqui todo dia.
Por isso, eu não brinco em serviço: tenho chassis Mercedes-Benz na minha frota.”

José Paulo Garcia Pedriali – Viação Garcia



Aqui tem durabilidade e confiança na marca.

Aqui tem chassis rodoviários O-500.



► Quem tem chassis rodoviários Mercedes-Benz tem muita estrada pela frente.

► São chassis resistentes e duráveis, pode comprovar. São chassis que oferecem conforto e um ótimo valor de revenda, pode aproveitar.

► E, para deixar você ainda mais satisfeito, a facilidade de manutenção é mais uma das qualidades da família O-500.

► Use os chassis rodoviários Mercedes-Benz na sua frota. Os passageiros sempre vão voltar. E ir. Voltar. E ir. Voltar. E ir.

► Para mais informações sobre estes chassis resistentes, acesse www.mercedes-benz.com.br ou ligue 0800 970 90 90.



Mercedes-Benz

A amostragem utilizada retrata bem o universo dos passageiros

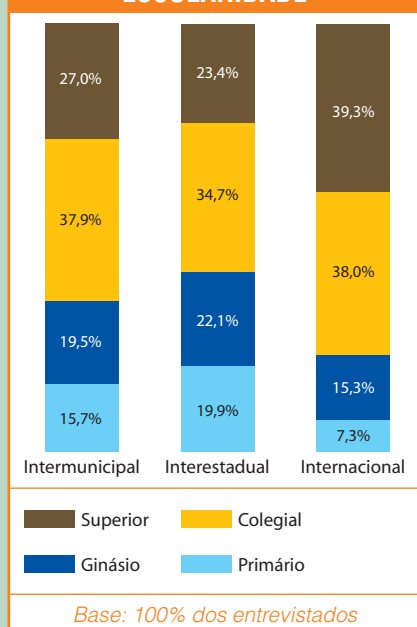
A proporção de homens que utilizam o transporte rodoviário é ligeiramente maior que o de mulheres. Os passageiros de linhas intermunicipais são mais jovens que os demais, apresentam menor nível de educação formal e têm maior renda familiar que os de linhas interestaduais. Os de linhas internacionais são mais escolarizados e têm renda familiar maior que os de linhas interestaduais. Nesta pesquisa, verificou-se menor nível de renda familiar dos passageiros em geral. Para obter resultados válidos para o conjunto dos serviços intermunicipais e interestaduais, foram aplicados fatores de ponderação destinados a corrigir a desproporção em relação ao percentual da população de cada região geográfica.

ATIVIDADE PROFISSIONAL

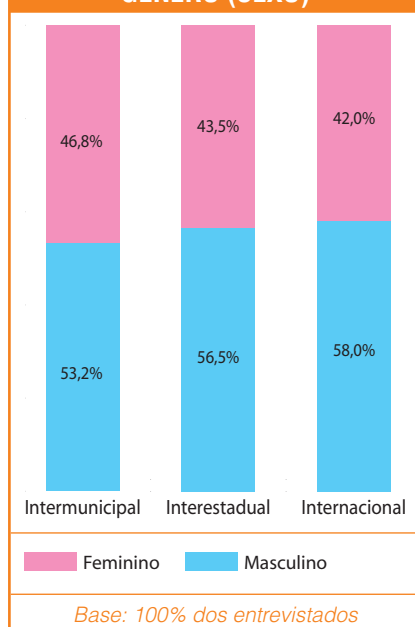
	Intermunicipal	Interestadual	Internacional
Funcionário de empresa privada	23,4%	27,2%	28,7%
Autônomo/Profissional liberal	22,0%	24,5%	43,3%
Funcionário Público	13,7%	9,1%	5,3%
Estudante	11,0%	7,1%	3,3%
Aposentado	9,4%	16,6%	8,0%
Dona de casa	8,2%	8,5%	4,7%
Empregador	2,2%	2,0%	3,3%
Desempregado	5,9%	3,5%	2,0%
Outros	4,2%	1,5%	1,3%

Base: 100% dos entrevistados

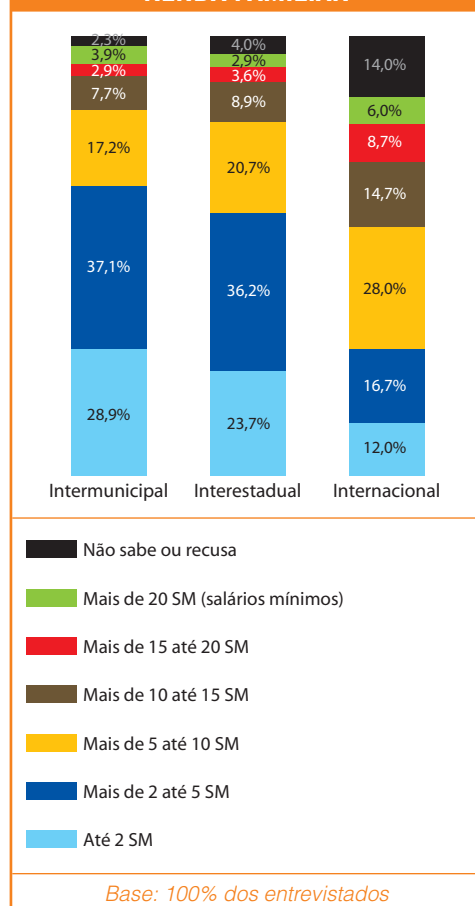
ESCOLARIDADE



GÊNERO (SEXO)



RENDA FAMILIAR



IDADE (FAIXA ETÁRIA)

