



Nota de atualização

Agradecemos o seu interesse no **Manual da Pesquisa de Satisfação**.

Informamos que esta publicação está passando por um processo de atualização para incorporar revisões metodológicas feitas na Pesquisa de Satisfação QualiÔnibus. Em função desses aprimoramentos, **o WRI Brasil descontinuou a aplicação da metodologia apresentada na Versão 1.0 do Manual da Pesquisa de Satisfação**. Essa versão segue disponível no nosso site para mantermos a transparência do trabalho que temos desenvolvido, mas recomendamos o uso da metodologia revisada em futuras aplicações da pesquisa.

As modificações na metodologia refletem no dimensionamento e desenho da amostra, no cálculo dos erros amostrais e na estrutura do questionário. Elas visam trazer maior rigor estatístico à pesquisa e facilitar o processo de aplicação em campo. Caso deseje mais informações sobre a metodologia revisada, entre em contato com qualionibus@wri.org.

Agosto de 2022.

Cristina Albuquerque

Cristina Albuquerque

Gerente de Mobilidade Urbana



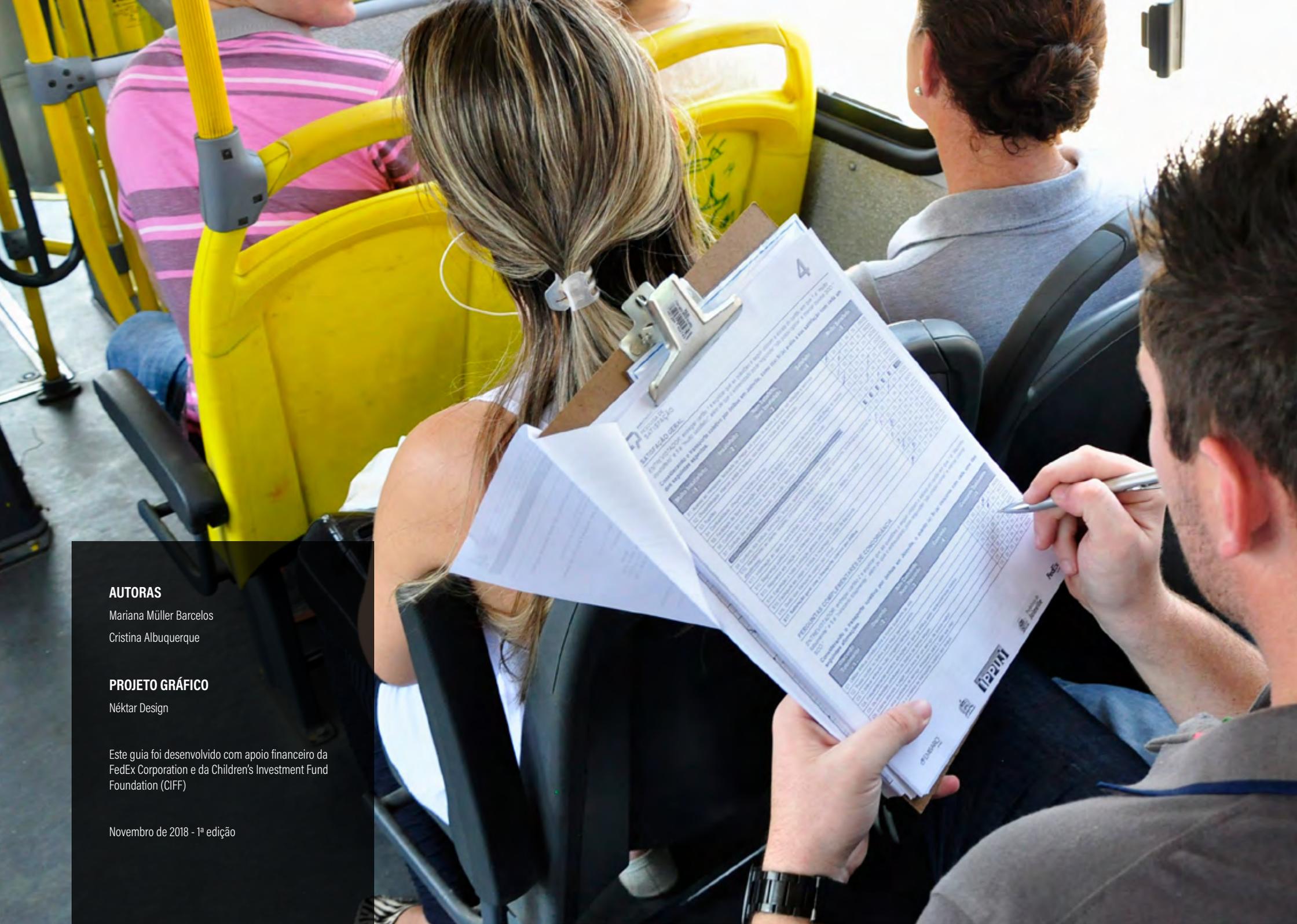
WRI BRASIL

MANUAL DA PESQUISA DE SATISFAÇÃO

*QualiÔnibus:
Programa de Qualidade
do Serviço de Ônibus*

Versão 1.0

WRIBRASIL.ORG.BR



AUTORAS

Mariana Müller Barcelos

Cristina Albuquerque

PROJETO GRÁFICO

Néktar Design

Este guia foi desenvolvido com apoio financeiro da FedEx Corporation e da Children's Investment Fund Foundation (CIFF)

Novembro de 2018 - 1ª edição



Joinville

MANUAL DA PESQUISA DE SATISFAÇÃO

*QualiÔnibus:
Programa de Qualidade
do Serviço de Ônibus*

Versão 1.0

ÍNDICE

Prefácio	5
QualiÔnibus: Programa de Qualidade do Serviço de Ônibus	7
Sumário executivo	9
Introdução	15
A Pesquisa de Satisfação	19
1. Definições iniciais	29
1.1 Viabilização da aplicação	31
1.2 Definição de coordenadores e atores envolvidos	32
1.3 Engajamento e entendimento do projeto	33
1.4 Período de pesquisa	33
2. Planejamento	35
2.1 Escolha dos módulos detalhados	37
2.2 Montagem dos questionários	38

2.3 Revisão do questionário	40
2.4 Amostragem.....	41
3. Aplicação em campo	51
3.1 Preparação.....	52
3.2 Treinamento	54
3.3 Piloto.....	59
3.4 Coordenação e monitoramento das entregas.....	59
3.5 Tabulação dos dados	60
3.6 Verificação de 10% das pesquisas.....	61
4. Análises	63
4.1 Fatores de correção	65
4.2 Análises de satisfação	68
4.3 Análises de concordância	70
4.4 Análises de múltipla escolha.....	72
4.5 Relatório final.....	74
4.6 Grupo de Benchmarking.....	75
5. Divulgação e uso dos resultados na gestão	79
Considerações finais	81
Referências	83
Anexo: Questionário da Pesquisa de Satisfação QualiÔnibus	85



PREFÁCIO

Oferecer um transporte coletivo de qualidade às pessoas é um desafio cada vez mais presente nas cidades brasileiras. Congestionamentos e perda de usuários para carros e motos oneram os ônibus, que respondem por quase 90% do transporte coletivo no país. A falta de priorização e de infraestrutura de qualidade levou a uma queda de 18% nos passageiros de ônibus entre 2014 e 2016, um número que chega a 40% se considerado o período desde 1996 (ASSOCIAÇÃO NACIONAL DAS EMPRESAS DE TRANSPORTES URBANOS, 2017).

Para ser competitivo em relação a outros modos de transporte – e evitar o êxodo de usuários –, o serviço por ônibus precisa ser uma escolha viável e de qualidade. As cidades podem fazer isso ao promover uma mudança essencial: concentrar ações e investimentos para mover pessoas em vez de carros.

O Programa QualiÔnibus traz ferramentas para que as cidades ofereçam um transporte coletivo de qualidade com foco na satisfação e nas necessidades de quem utiliza o serviço: as pessoas. Uma dessas ferramentas é a Pesquisa de Satisfação QualiÔnibus, que avalia a percepção dos passageiros em relação a diversos elementos do sistema. A Pesquisa possui uma estrutura ao mesmo tempo padronizada e flexível, o que a torna apta a atender as necessidades de diferentes cidades.

Neste guia, planejadores, reguladores e operadores de transporte coletivo encontram as orientações necessárias para aplicação da Pesquisa. Realizando a Pesquisa de forma contínua, uma cidade consegue avaliar a evolução da qualidade do sistema ao longo do tempo e comparar seu desempenho com o de outras cidades para trocar experiências.

As pessoas devem utilizar o transporte coletivo não por falta de opção, mas porque desejam utilizá-lo. Ao aplicar a Pesquisa de Satisfação e as demais ferramentas do Programa QualiÔnibus, as cidades dão início a um círculo virtuoso de qualidade para o transporte coletivo por ônibus com foco na satisfação das pessoas.



Luis Antonio Lindau

Diretor do Programa de Cidades do WRI Brasil

RECREIO SHO

Bilheteria



2.75



Rio de Janeiro

QUALIÔNIBUS

PROGRAMA DE QUALIDADE DO SERVIÇO DE ÔNIBUS

O Programa QualiÔnibus tem por objetivo qualificar o serviço de transporte coletivo por ônibus. Desenvolvido pelo WRI Brasil com o apoio financeiro e conceitual da FedEx Corporation, o Programa visa atrair e manter clientes do sistema, melhorar a mobilidade e tornar mais sustentável o transporte nas cidades.

O QualiÔnibus é formado por cinco ferramentas que possibilitam aos provedores do transporte coletivo criar um ciclo virtuoso de benefícios. Ao avaliar e melhorar o desempenho do transporte coletivo, a cidade poderá oferecer um serviço de maior qualidade para a população.

AS FERRAMENTAS DO QUALIÔNIBUS

QUALIÔNIBUS PESQUISA DE SATISFAÇÃO

Avalia a satisfação dos clientes do transporte coletivo por ônibus em relação a fatores da qualidade de forma detalhada e quantitativa, possibilitando o processo de *benchmarking*.

QUALIÔNIBUS INDICADORES DE QUALIDADE

Avalia o cumprimento de metas, a evolução da qualidade de serviço e os impactos decorrentes de projetos e mudanças no sistema de transportes, permitindo o processo de *benchmarking*.

QUALIÔNIBUS GRUPO DE BENCHMARKING

Busca a adoção de ações mais efetivas para a melhoria da qualidade dos sistemas de transporte com foco no cliente, por meio da troca de experiência entre cidades e da identificação de boas práticas, possibilitadas pelo emprego de pesquisa de satisfação e de indicadores padronizados.

QUALIÔNIBUS DIA UM DE OPERAÇÃO

Minimiza os riscos do início da operação de sistemas de ônibus e promove o desenvolvimento de manuais operacionais e procedimentos de contingência.

QUALIÔNIBUS SEGURANÇA EM PRIMEIRO LUGAR

Guia a elaboração de um Plano Integrado de Segurança Viária visando à melhoria da operação de sistemas de ônibus através da qualificação dos motoristas. O Plano é composto por três etapas complementares: (i) treinamento dos motoristas com foco em segurança viária, (ii) implementação de programas para desenvolvimento contínuo dos motoristas e (iii) medição dos impactos através do monitoramento de acidentes.



Juiz de Fora

SUMÁRIO EXECUTIVO

PRINCIPAIS DESTAQUES

- Para reverter a atual perda de passageiros dos sistemas de transporte coletivo brasileiros, é essencial a adoção de uma gestão da qualidade que impacte a forma como as pessoas utilizam o transporte nas cidades.
- Ferramentas que permitem entender a percepção das pessoas sobre o serviço ofertado passam a ser imprescindíveis para tornar o transporte coletivo mais atrativo.
- Este Manual apresenta os passos para a aplicação da Pesquisa de Satisfação QualiÔnibus, ferramenta desenvolvida pelo WRI Brasil para coletar a percepção dos clientes do transporte urbano por ônibus.
- A Pesquisa de Satisfação QualiÔnibus possui estrutura padronizada para permitir o *benchmarking* e flexível para que possa ser utilizada em diferentes cidades.
- Desde 2013, a Pesquisa de Satisfação QualiÔnibus é aplicada em cidades brasileiras e sua padronização já permitiu a formação de um Grupo de Benchmarking para discutir soluções a desafios comuns apresentados aos provedores do serviço de transporte coletivo.

CONTEXTO

O transporte coletivo por ônibus é um dos modos mais eficientes para o deslocamento nas cidades, além de ter importante função social. Ao longo dos últimos anos, os sistemas por ônibus vêm enfrentando a crescente perda de passageiros, impactando o equilíbrio econômico-financeiro da operação e, por consequência, a qualidade da prestação do serviço e atratividade do modo. Para reverter esse ciclo vicioso é necessário tornar o transporte por ônibus mais competitivo, é preciso que as pessoas vejam vantagens em utilizar o modo e optem por ele. Passa a ser essencial, portanto, que os provedores do transporte por ônibus vejam seus passageiros como clientes e entendam a percepção desses clientes em relação ao serviço ofertado.

A qualidade de um serviço é diferente para cada um dos atores envolvidos. Para os provedores do transporte, a qualidade é percebida por meio do desempenho e da eficiência operacional e financeira do sistema. Já para os passageiros, clientes do serviço, a qualidade é percebida pela sua satisfação. A medida de satisfação do cliente é definida como a diferença (*gap*) entre a qualidade esperada pelo cliente e a qualidade percebida por ele. Entender a satisfação do cliente e fazer uma gestão focada em garantir essa satisfação permite identificar e agir nos

aspectos que trarão a melhoria efetiva para as pessoas, tornando o transporte mais atrativo.

O Programa QualiÔnibus foi desenvolvido pelo WRI Brasil com o objetivo de qualificar o serviço de transporte coletivo por ônibus para atrair e manter clientes no sistema, melhorar a mobilidade e tornar mais sustentável o transporte nas cidades. O QualiÔnibus é formado por cinco ferramentas: Pesquisa de Satisfação, Indicadores de Qualidade, Grupo de Benchmarking, Dia Um de Operação e Segurança em Primeiro Lugar.

A utilização sistemática pelas cidades da Pesquisa de Satisfação e dos Indicadores de Qualidade leva à padronização da coleta de dados, o que possibilita a participação no Grupo de Benchmarking QualiÔnibus. O Grupo proporciona a diferentes cidades compararem seus sistemas de transporte, identificarem boas práticas e trocarem experiências. Esse processo permite que se encontrem soluções integradas aos desafios comuns enfrentados nos sistemas de transporte das cidades.

A PESQUISA DE SATISFAÇÃO QUALIÔNIBUS

A Pesquisa de Satisfação QualiÔnibus é aplicada desde 2013 em cidades brasileiras.

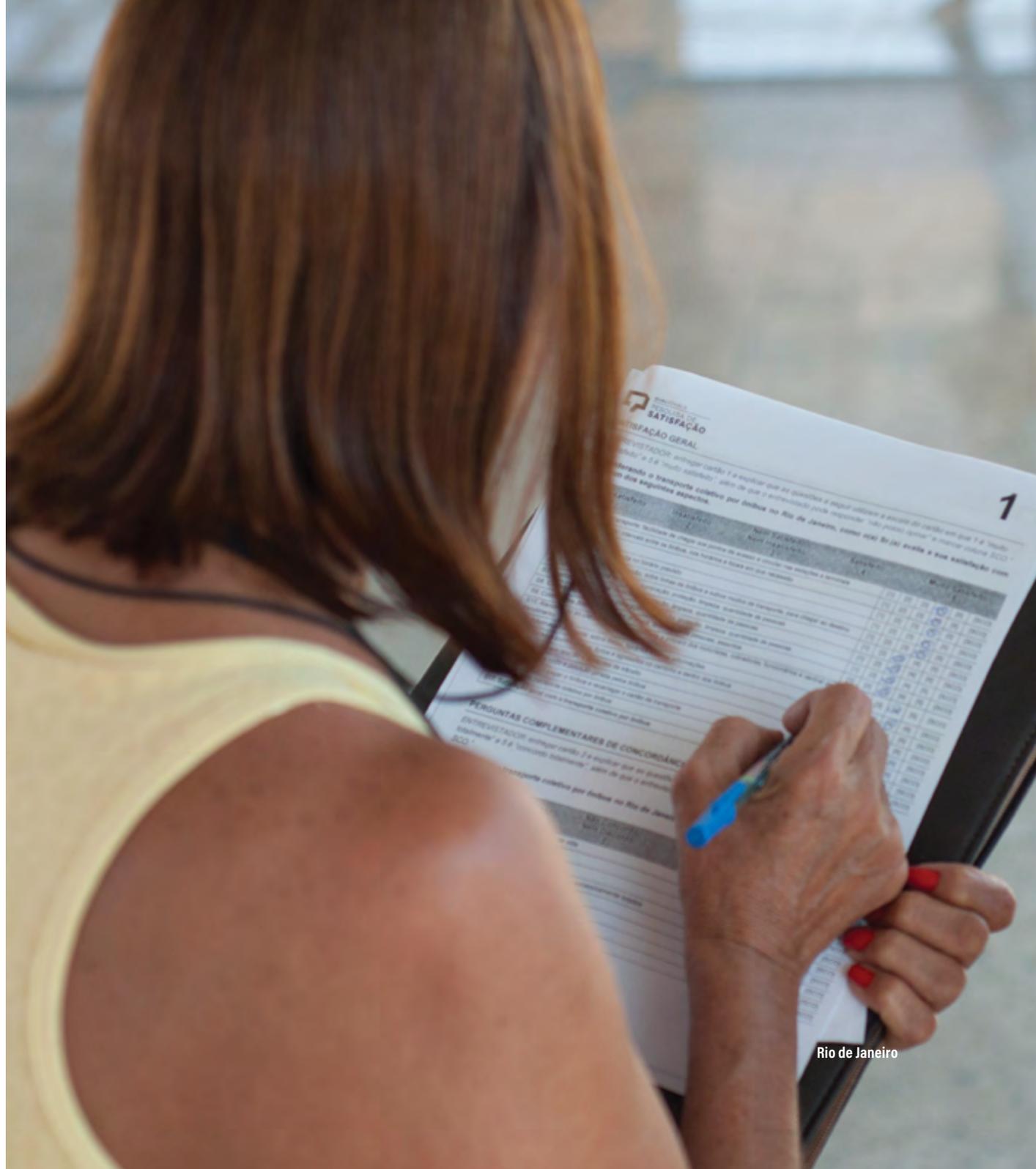
Entre 2013 e 2017 foram 12 aplicações que resultaram em planos de ação, implantação de melhorias nos sistemas e comprovação de impactos positivos na satisfação dos clientes após as modificações realizadas. Ao longo desses anos, o método foi sendo aperfeiçoado no que diz respeito ao questionário, à forma de aplicação, ao planejamento, às análises, entre outros.

O processo de desenvolvimento da ferramenta se baseou em revisão de literatura e de boas práticas, consulta a especialistas, contribuições de stakeholders e validação por meio de testes e pilotos. A revisão de estudos, *reports*, pesquisas de satisfação e de opinião aplicadas em sistemas de transporte nacionais e internacionais, bem como a consulta a especialistas em pesquisas de opinião (acadêmicos e consultores reconhecidos na área), deram origem a uma versão preliminar da ferramenta. Essa versão recebeu contribuições de stakeholders, identificados como potenciais usuários da ferramenta (agências de transporte, secretarias de transporte e empresas operadoras), garantindo que a ferramenta coletaria informações pertinentes aos gestores e operadores para a melhoria da qualidade dos sistemas.

Essas etapas deram origem à primeira versão da Pesquisa de Satisfação, a qual passou por testes diretamente com clientes do transporte coletivo e permitiu adequar a linguagem e redação do questionário para o completo entendimento por parte dos entrevistados. Por fim, a ferramenta foi validada por meio de dois pilotos aplicados nos sistemas de ônibus de Belo Horizonte e Curitiba em 2013.

A Pesquisa de Satisfação QualiÔnibus foi concebida com uma estrutura padronizada, e também flexível para atender às

necessidades das diferentes cidades. É composta por um módulo básico e 23 módulos detalhados. O módulo básico deve ser aplicado por todas as cidades e permite entender de forma geral a percepções dos clientes em relação ao sistema. É composto por: perfil do cliente, perfil de uso, questões de satisfação em relação a 16 fatores da qualidade, questão sobre a satisfação geral com o sistema e questões complementares de concordância. Já os módulos detalhados são opcionais e podem ser escolhidos e incluídos pelas cidades para detalhar a análise de determinados aspectos. Cada módulo detalhado aborda de forma mais aprofundada um aspecto específico do sistema, tratado de forma geral no módulo básico. Está disponível um módulo detalhado para cada um dos 16 fatores da qualidade, além



de outros módulos sobre, por exemplo, problemas mais enfrentados pelos clientes, melhorias implementadas, escolha modal, entre outros.

O uso do mesmo método de pesquisa pelas cidades permite:

- comparar pesquisas realizadas em diferentes momentos para verificar a evolução da qualidade do sistema ao longo do tempo;
- comparar diferentes cidades e identificar pontos fortes e fracos de cada uma;
- participar do Grupo de Benchmarking, no qual são identificadas boas práticas e há troca de experiência entre diferentes sistemas, objetivando a melhoria da qualidade para o cliente.

Para a participação no Grupo de Benchmarking QualiÔnibus com os resultados da Pesquisa, é necessário que os procedimentos metodológicos da aplicação sejam rigorosamente seguidos e que o WRI esteja envolvido no processo.

Para dúvidas, orientações, participação no Grupo de Benchmarking ou qualquer assunto relacionado às ferramentas QualiÔnibus, entre em contato pelo e-mail qualionibus@wri.org.

SOBRE O MANUAL

Este Manual apresenta detalhadamente os procedimentos metodológicos de aplicação da Pesquisa de Satisfação QualiÔnibus. Tem como público-alvo órgãos de gestão, fiscalização e planejamento e operadores de sistemas de transporte coletivo por ônibus. Por meio deste Manual é possível que a Pesquisa de Satisfação QualiÔnibus seja aplicada com mais autonomia pelos provedores do transporte coletivo e ganhe escala nas cidades brasileiras, sem perder a padronização do método.

O Manual está dividido em cinco capítulos, cada um referente a uma das etapas da aplicação da Pesquisa de Satisfação. A primeira refere-se a definições iniciais necessárias ao início do planejamento da pesquisa; a segunda etapa consiste no planejamento da pesquisa, incluindo a montagem do questionário, o cálculo da amostra, entre outros; a terceira compreende a aplicação em campo, na qual é realizado o treinamento dos pesquisadores, o piloto e o acompanhamento da aplicação; a quarta etapa é de análises dos resultados; e, por fim, a quinta etapa compreende a divulgação e o uso dos resultados na tomada de decisão.

Este Manual é parte de um conjunto de quatro publicações que integram o programa QualiÔnibus:

- Manual da Pesquisa de Satisfação;
- Ferramentas para Gestão da Qualidade;
- Dia Um de Operação;
- Segurança em Primeiro Lugar.

O WRI Brasil apoia as lideranças locais na preservação do meio ambiente e em soluções que contribuam para o desenvolvimento sustentável. Atua com foco em pesquisa e aplicação de métodos nas áreas de clima, florestas e cidades. Por meio de publicações e guias como este, busca disseminar informações relevantes para que os tomadores de decisão estejam capacitados para colocar em prática projetos e políticas públicas que favoreçam a qualidade de vida das pessoas.



Embarque Expresso
Boarding - Express Service

BARRA
GALEÃO



GALEÃO 2 TOM JOBIM

GALEÃO 1 TOM JOBIM

COMPANHIAS AÉREAS

COMPANHIAS AÉREAS	SETOR
Air Canada	A
American	A
DELTA	A
Emirates	D
LAN	C
Lufthansa	B
Passaredo	C
TAAG	A
TAM	D
TAP	B
United	B

COMPANHIAS AÉREAS

COMPANHIAS AÉREAS	SETOR
Aerolineas	C
Aeromexico	C
Air France	C
Alitalia	C
Austral	C
Avianca	C
Azul	B
British	C
Copa	C
Gol	B
Ibérica	C
KLM	C
Taca	C



3
PS

VICENTE DE CARVALHO

INTRODUÇÃO

Entender a percepção dos clientes e investir em ferramentas que sejam capazes de traduzir de maneira clara e objetiva as necessidades e a satisfação dos clientes é essencial.

Diariamente 32,7 milhões de passageiros utilizam os sistemas de transporte coletivo por ônibus nas cidades brasileiras (ASSOCIAÇÃO NACIONAL DAS EMPRESAS DE TRANSPORTES URBANOS, 2018). Apesar do importante papel nos deslocamentos da população das cidades, entre 2013 e 2016¹ os sistemas de transporte por ônibus tiveram uma queda na demanda diária de 18,1% (CONFEDERAÇÃO NACIONAL DO TRANSPORTE; ASSOCIAÇÃO NACIONAL DAS EMPRESAS DE TRANSPORTES URBANOS, 2017). Entre os motivos, podem-se citar a atual crise econômica, a falta de incentivos ao transporte coletivo combinadas com a priorização do transporte individual e, recentemente, o impacto das inovações nas formas de transporte nas cidades. Todos esses fatores contribuem para que o transporte coletivo, se não qualificado, torne-se cada vez menos competitivo frente às demais opções disponíveis às pessoas.

Oferecer um serviço de qualidade é fundamental para tornar o transporte coletivo mais atrativo frente a outros modos. É necessário que as ações dos provedores do transporte tenham foco no aumento da qualidade pela ótica de seus passageiros, e que estes sejam vistos como clientes do serviço de ônibus. Entender a percepção dos clientes e investir em ferramentas que sejam capazes de traduzir de maneira clara e objetiva as necessidades e a satisfação dos clientes é essencial.

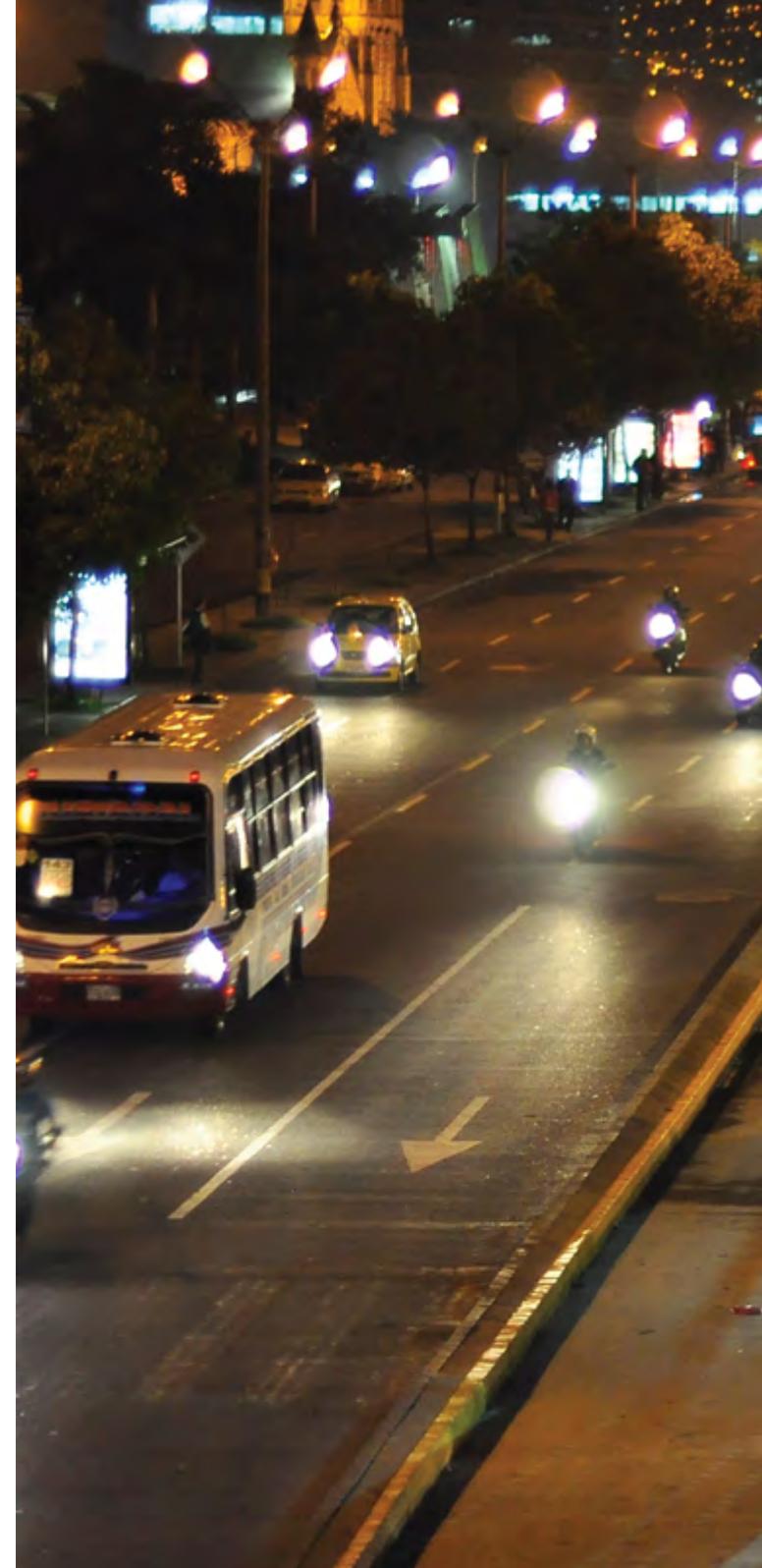
Esse entendimento permite que as ações e decisões sejam mais eficientes e cumpram, de fato, o objetivo de melhorar os sistemas pelo ponto de vista do cliente.

Para avaliar a satisfação dos clientes do transporte coletivo por ônibus, o WRI Brasil desenvolveu a Pesquisa de Satisfação QualiÔnibus – uma pesquisa padronizada e flexível, baseada na literatura técnica e em melhores práticas nacionais e internacionais. A ferramenta permite às cidades conhecer os aspectos que mais impactam a qualidade do serviço de transporte coletivo na visão dos clientes. Sua utilização pelas cidades brasileiras levará à padronização da coleta de dados, o que possibilita um processo de *benchmarking*. Esse processo identifica os problemas e as boas práticas comuns e, assim, promove a troca de experiências e a proposição de soluções para a melhoria da qualidade no transporte coletivo.

Este Manual apresenta detalhadamente os passos para a aplicação da Pesquisa de Satisfação QualiÔnibus, permitindo às cidades aplicar a pesquisa com a padronização necessária para comparações e a realização do *benchmarking*. Este material está dividido em cinco capítulos, que representam as etapas para a aplicação da Pesquisa: (i) definições iniciais; (ii) planejamento; (iii) aplicação em campo; (iv) análises; e (v) divulgação e uso dos resultados na gestão.

Este Manual apresenta detalhadamente as etapas para a aplicação da Pesquisa de Satisfação QualiÔnibus, permitindo às cidades aplicar a pesquisa com a padronização necessária para comparações e a realização do *benchmarking*.

Esta é a versão 1.0 do Manual da Pesquisa de Satisfação QualiÔnibus. Contribuições para refinar este material são bem-vindas e podem ser enviadas para qualionibus@wri.org.





Plaza Ma

Lineal Brander - 0347

BARRAGEM
PERDA DA SATISFAÇÃO
SATISFAÇÃO GERAL

EVENTO: **ENTREGA DO TRANSPORTE COLETIVO POR ÔNIBUS NO RIO DE JANEIRO**

Considerando o transporte coletivo por ônibus no Rio de Janeiro, como você se sente em relação a esse sistema?

Item	Discordo	Nem Concordo	Nem Discordo	Concordo
1. Não há tempo hábil de espera para pegar o ônibus no ponto de destino	1	2	3	4
2. Disponibilidade para pagar o bilhete em dinheiro	1	2	3	4
3. Preço	1	2	3	4
4. Condições de pagamento do bilhete	1	2	3	4
5. Facilidade de fazer trocas	1	2	3	4
6. Condições para pagar o bilhete em dinheiro	1	2	3	4
7. Condições para pagar o bilhete em dinheiro	1	2	3	4
8. Condições para pagar o bilhete em dinheiro	1	2	3	4
9. Condições para pagar o bilhete em dinheiro	1	2	3	4
10. Condições para pagar o bilhete em dinheiro	1	2	3	4
11. Condições para pagar o bilhete em dinheiro	1	2	3	4
12. Condições para pagar o bilhete em dinheiro	1	2	3	4
13. Condições para pagar o bilhete em dinheiro	1	2	3	4
14. Condições para pagar o bilhete em dinheiro	1	2	3	4
15. Condições para pagar o bilhete em dinheiro	1	2	3	4
16. Condições para pagar o bilhete em dinheiro	1	2	3	4
17. Condições para pagar o bilhete em dinheiro	1	2	3	4
18. Condições para pagar o bilhete em dinheiro	1	2	3	4
19. Condições para pagar o bilhete em dinheiro	1	2	3	4
20. Condições para pagar o bilhete em dinheiro	1	2	3	4
21. Condições para pagar o bilhete em dinheiro	1	2	3	4
22. Condições para pagar o bilhete em dinheiro	1	2	3	4
23. Condições para pagar o bilhete em dinheiro	1	2	3	4
24. Condições para pagar o bilhete em dinheiro	1	2	3	4
25. Condições para pagar o bilhete em dinheiro	1	2	3	4
26. Condições para pagar o bilhete em dinheiro	1	2	3	4
27. Condições para pagar o bilhete em dinheiro	1	2	3	4
28. Condições para pagar o bilhete em dinheiro	1	2	3	4
29. Condições para pagar o bilhete em dinheiro	1	2	3	4
30. Condições para pagar o bilhete em dinheiro	1	2	3	4

AS COMPLEMENTARES DE CONCORDÂNCIA

Quando o transporte coletivo por ônibus no Rio de Janeiro, o quanto se sente em relação a esse sistema?

Item	Discordo	Nem Concordo	Nem Discordo	Concordo
1. Não há tempo hábil de espera para pegar o ônibus no ponto de destino	1	2	3	4
2. Disponibilidade para pagar o bilhete em dinheiro	1	2	3	4
3. Preço	1	2	3	4
4. Condições de pagamento do bilhete	1	2	3	4
5. Facilidade de fazer trocas	1	2	3	4
6. Condições para pagar o bilhete em dinheiro	1	2	3	4
7. Condições para pagar o bilhete em dinheiro	1	2	3	4
8. Condições para pagar o bilhete em dinheiro	1	2	3	4
9. Condições para pagar o bilhete em dinheiro	1	2	3	4
10. Condições para pagar o bilhete em dinheiro	1	2	3	4
11. Condições para pagar o bilhete em dinheiro	1	2	3	4
12. Condições para pagar o bilhete em dinheiro	1	2	3	4
13. Condições para pagar o bilhete em dinheiro	1	2	3	4
14. Condições para pagar o bilhete em dinheiro	1	2	3	4
15. Condições para pagar o bilhete em dinheiro	1	2	3	4
16. Condições para pagar o bilhete em dinheiro	1	2	3	4
17. Condições para pagar o bilhete em dinheiro	1	2	3	4
18. Condições para pagar o bilhete em dinheiro	1	2	3	4
19. Condições para pagar o bilhete em dinheiro	1	2	3	4
20. Condições para pagar o bilhete em dinheiro	1	2	3	4
21. Condições para pagar o bilhete em dinheiro	1	2	3	4
22. Condições para pagar o bilhete em dinheiro	1	2	3	4
23. Condições para pagar o bilhete em dinheiro	1	2	3	4
24. Condições para pagar o bilhete em dinheiro	1	2	3	4
25. Condições para pagar o bilhete em dinheiro	1	2	3	4
26. Condições para pagar o bilhete em dinheiro	1	2	3	4
27. Condições para pagar o bilhete em dinheiro	1	2	3	4
28. Condições para pagar o bilhete em dinheiro	1	2	3	4
29. Condições para pagar o bilhete em dinheiro	1	2	3	4
30. Condições para pagar o bilhete em dinheiro	1	2	3	4

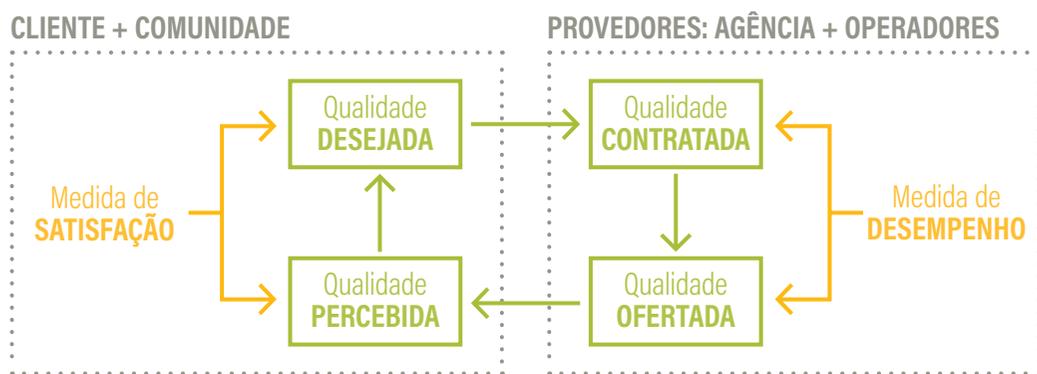


A PESQUISA DE SATISFAÇÃO

A Pesquisa de Satisfação QualiÔnibus é uma ferramenta para apoiar as cidades na qualificação dos sistemas de transporte coletivo por ônibus. A definição de qualidade de um serviço é diferente para cada um dos atores envolvidos. A Norma Europeia EN 13816 representa as diferentes visões da qualidade do transporte coletivo em um ciclo, apresentado na Figura 1. Para os clientes e a comunidade, a medida de satisfação é definida pela diferença entre a qualidade desejada e a percebida do serviço. Já para os provedores do transporte (agências e operadores), a medida de desempenho é determinada pela diferença entre a qualidade de serviço contratada e a ofertada. As diferenças entre as quatro visões da qualidade são denominadas *gaps* da qualidade e deseja-se que esses *gaps* sejam os menores possíveis (EUROPEAN STANDARD, 2002).



Figura 1 | Ciclo da Qualidade



Fonte: EUROPEAN STANDARD, 2002.

A medida de satisfação considera, portanto, aspectos subjetivos, como as experiências anteriores dos passageiros, as expectativas para o serviço, entre outros. Apesar da complexidade e subjetividade intrínsecas ao medir a satisfação, sua determinação e entendimento são essenciais no planejamento e na operação dos sistemas de transporte, pois apenas garantindo a satisfação dos clientes haverá atração de passageiros. Assim, o conceito de qualidade do serviço de transporte engloba o grau de disponibilidade, conforto e conveniência medidos ou percebidos, considerando-se o ponto de vista do passageiro (KITTELSON & ASSOCIATES, 2003).

A Pesquisa de Satisfação QualiÔnibus permite o entendimento do *gap* entre a qualidade desejada e a qualidade percebida pelos clientes. A ferramenta foi desenvolvida, tendo cinco principais objetivos e obedecendo a cinco critérios, conforme descrito no Box 1.

Box 1 | OBJETIVOS E CRITÉRIOS DA PESQUISA DE SATISFAÇÃO

OBJETIVOS

- Obter informações qualitativas e quantitativas para apoiar o processo de tomada de decisões;
- Verificar o impacto decorrente da implantação de novos sistemas de transporte coletivo (como BRT², BHLS³, BRS⁴ etc.) e as modificações realizadas nos sistemas (como integração tarifária, melhorias nos pontos de ônibus etc.);
- Padronizar as pesquisas de satisfação com um questionário completo e flexível, que permita entender a satisfação e as necessidades dos clientes em relação a cada fator da qualidade;
- Identificar desafios e oportunidades comuns às cidades para discutir soluções integradas no Grupo de Benchmarking que promova a troca de experiências e a identificação de boas práticas; e
- Contribuir para a gestão da qualidade do transporte coletivo.

² Bus rapid transit

³ Buses with high level of service

⁴ Bus rapid service

CRITÉRIOS

- **Ser de fácil aplicação por qualquer cidade:** pode se adaptar a diferentes contextos e tem amostra mínima viável para ser aplicada com equipes pequenas de pesquisadores;
- **Ser compatível com as pesquisas utilizadas atualmente:** utiliza procedimentos metodológicos similares ao das pesquisas já aplicadas, sendo resultado de uma consolidação das melhores práticas em pesquisas de satisfação;
- **Ser facilmente incorporada nos sistemas de gestão da qualidade do transporte coletivo:** com método de aplicação simples e análises básicas que permitam direcionar ações de melhorias;
- **Permitir a participação de todas as cidades no processo de troca de experiências e benchmarking:** mesmo podendo ser adaptada a diferentes contextos, a pesquisa garante uma padronização mínima para comparações;
- **Permitir entender detalhadamente a percepção dos clientes:** a pesquisa oferece módulos detalhados que podem ser incluídos no questionário conforme a necessidade de cada cidade.

DESENVOLVIMENTO DA FERRAMENTA

A Pesquisa de Satisfação é resultado de um processo de revisão da literatura, de boas práticas, da contribuição de especialistas e da validação por meio de pilotos. As principais referências utilizadas na sua elaboração consistem em pesquisas aplicadas por agências e operadores nacionais e internacionais, estudos e relatórios reconhecidos internacionalmente, além de normas técnicas sobre requisitos de qualidade. A Figura 2 apresenta as principais referências empregadas, e a Figura 3 descreve esquematicamente os passos adotados.

A Pesquisa de Satisfação é resultado de um processo de revisão da literatura, de boas práticas, da contribuição de especialistas e da validação por meio de pilotos.

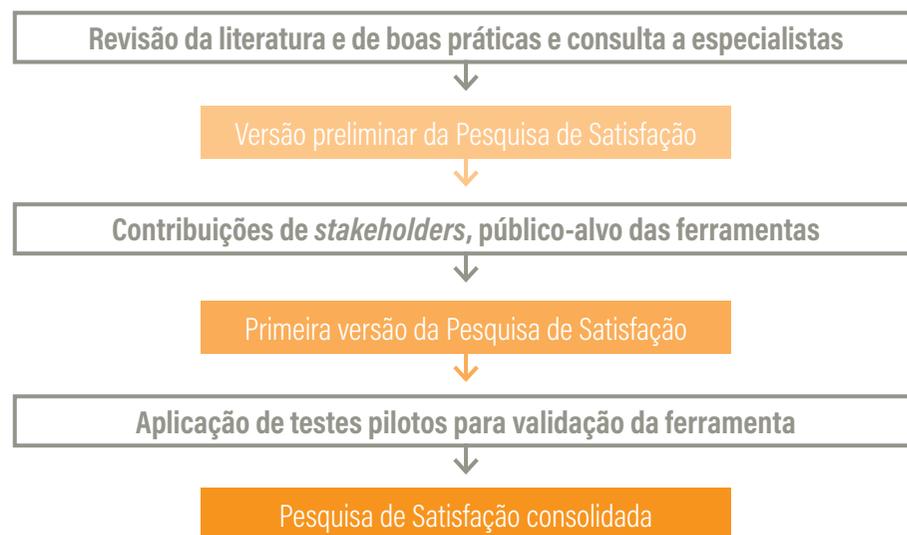


Figura 2 | Principais referências utilizadas no desenvolvimento da Pesquisa de Satisfação QualiÔnibus



Fonte: elaborada pelas autoras.

Figura 3 | Etapas do método empregado para desenvolvimento da Pesquisa de Satisfação QualiÔnibus



Fonte: elaborada pelas autoras.

Após extensa revisão da literatura e de boas práticas, em conjunto com especialistas da área, como acadêmicos e consultores, foi desenvolvida a versão preliminar da Pesquisa de Satisfação. Essa versão recebeu contribuições de *stakeholders*, identificados como potenciais usuários da ferramenta – como órgãos e entidades públicas responsáveis pela gestão e pela regulação dos sistemas de transporte por ônibus e operadores dos serviços de transporte. Nessa etapa foram realizadas adaptações que garantiam que as informações coletadas pela ferramenta atenderiam às necessidades dos *stakeholders*

para uso na gestão da qualidade com foco no cliente. Após essas contribuições, originou-se a primeira versão da ferramenta da Pesquisa. A primeira versão pôde, então, passar por testes e por pilotos. Os testes, realizados diretamente com os clientes do transporte coletivo, permitiram que se entendesse qual a melhor linguagem e a melhor redação que garantiriam a correta interpretação por parte dos respondentes. Esses testes levaram a ajustes no questionário que foram incorporados aos pilotos aplicados em cidades brasileiras para validação. Foram realizados dois pilotos nas cidades de Belo Horizonte e Curitiba

em 2013. Esses pilotos contribuíram ainda mais para o refinamento da ferramenta, concebendo-se a Pesquisa de Satisfação QualiÔnibus.

Entre 2013 e 2017, a Pesquisa de Satisfação QualiÔnibus teve 12 aplicações em cidades brasileiras, realizadas sempre com o suporte do WRI Brasil. Ao longo desses anos, o método foi sendo aperfeiçoado no que diz respeito ao questionário, à forma de aplicação, ao planejamento, às análises, entre outros. Este Manual consolida os procedimentos metodológicos da Pesquisa de Satisfação, apresentando todos os passos importantes para manter a padronização de aplicação e permitir a disseminação do uso da ferramenta.

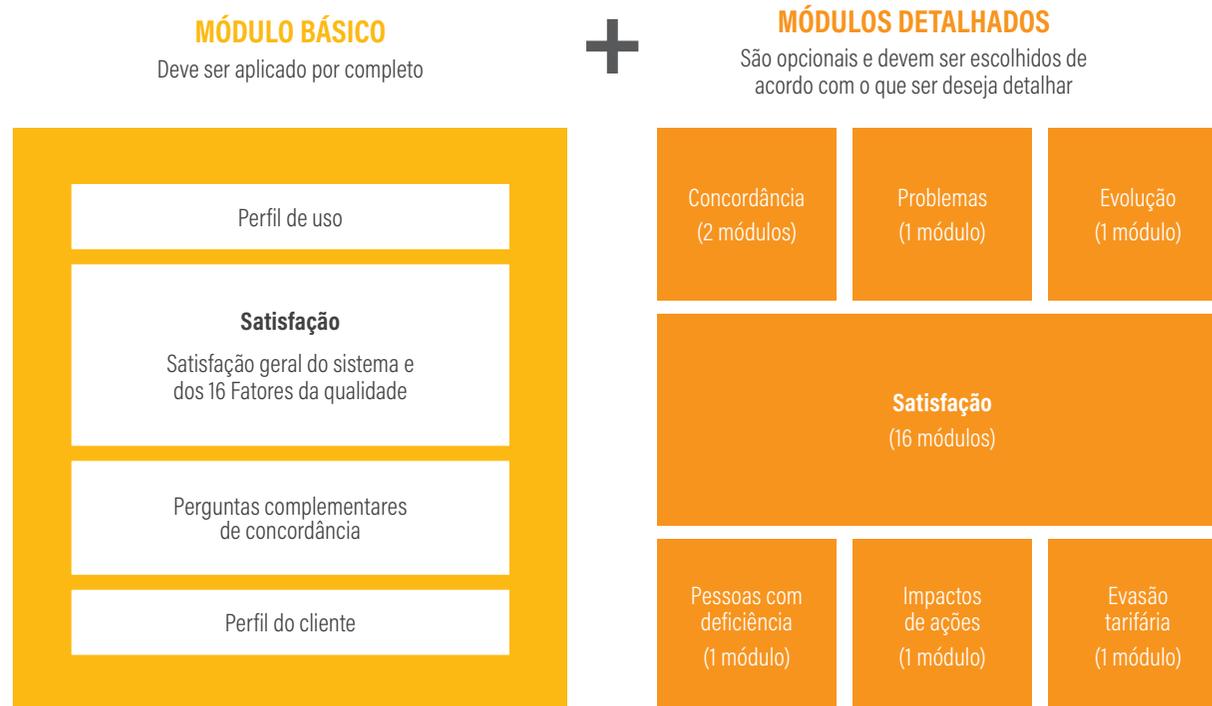
Entre 2013 e 2017, a Pesquisa de Satisfação QualiÔnibus teve 12 aplicações em cidades brasileiras, realizadas sempre com o suporte do WRI Brasil.

ESTRUTURA DA PESQUISA DE SATISFAÇÃO

A Pesquisa de Satisfação QualiÔnibus foi concebida com uma estrutura flexível, composta de um módulo básico e de módulos detalhados. O módulo básico deve ser aplicado por completo e permite entender as percepções dos clientes em relação a 16 fatores da qualidade. Já os módulos detalhados são opcionais e podem ser incluídos pelas cidades para detalhar determinado fator da qualidade e complementar a análise conforme necessidades específicas. O questionário completo da Pesquisa de Satisfação (módulo básico e módulos detalhados) está disponível no anexo dessa publicação. A estrutura da pesquisa é apresentada na Figura 4.

A Pesquisa de Satisfação QualiÔnibus foi concebida com uma estrutura flexível, composta de um módulo básico e de módulos detalhados.

Figura 4 | Estrutura da Pesquisa de Satisfação QualiÔnibus



Fonte: elaborada pelas autoras.

Os 16 fatores da qualidade contemplados de maneira geral no questionário básico e detalhadamente nos módulos opcionais são os seguintes:

1. **acesso ao transporte:** facilidade de chegar aos pontos de acesso e circular nas estações e terminais;
2. **disponibilidade:** intervalo entre os ônibus, nos horários e locais em que o cliente necessita;
3. **rapidez do deslocamento,** considerando tempos de caminhada, espera e viagem;
4. **confiabilidade:** chegada no horário previsto;
5. **transferências** entre linhas de ônibus e outros modos de transporte para chegar ao destino;
6. **conforto dos pontos de ônibus:** iluminação, proteção, limpeza, quantidade de pessoas;
7. **conforto das estações:** iluminação, proteção, limpeza, quantidade de pessoas;

8. **conforto dos terminais:** iluminação, proteção, limpeza, quantidade de pessoas;
9. **conforto dos ônibus:** iluminação, limpeza, quantidade de pessoas, assentos, temperatura;
10. **atendimento ao cliente:** respeito, cordialidade e preparo dos motoristas, cobradores, funcionários e central de atendimento;
11. **informação ao cliente:** sobre linhas, horários e outras informações;
12. **segurança pública** contra roubos, furtos e agressões no caminho e dentro dos ônibus;
13. **segurança em relação a acidentes de trânsito;**
14. **exposição a ruído e poluição** gerados pelos ônibus;
15. **forma de pagamento** do ônibus e recarga do cartão de transporte; e
16. **gasto** com transporte coletivo por ônibus.

Os módulos detalhados correspondem a 23 módulos opcionais sobre aspectos específicos que complementam o questionário básico:

- 16 módulos de satisfação: cada um correspondendo a um dos fatores da qualidade;
- 2 módulos de concordância: sobre percepções a respeito do transporte coletivo e sobre a escolha modal;
- 1 módulo sobre problemas enfrentados pelos clientes;
- 1 módulo de percepções sobre a evolução do transporte;
- 1 módulo específico sobre a percepção e as necessidades de pessoas com deficiência;
- 1 módulo sobre o impacto que ações, programas ou implantação de novos sistemas tiveram na percepção dos clientes; e
- 1 módulo sobre a percepção de evasão tarifária.

O MÉTODO PADRONIZADO

O método da Pesquisa de Satisfação QualiÔnibus contempla planejamento, aplicação e análises. O uso do mesmo método por todas as cidades permite:

- comparar pesquisas realizadas em diferentes momentos para verificar a evolução da qualidade do sistema ao longo do tempo;
- comparar diferentes cidades e identificar pontos fortes e fracos de cada uma;
- participar do Grupo de Benchmarking, no qual são identificadas as boas práticas e há troca de experiência entre diferentes sistemas, objetivando a melhoria da qualidade para o cliente.

Algumas características importantes em relação ao método da Pesquisa de Satisfação QualiÔnibus são apresentadas a seguir.



PESQUISA EMBARCADA

Entrevista realizada no ônibus enquanto o respondente está fazendo a sua viagem.



APLICAÇÃO APENAS EM DIAS ÚTEIS E TÍPICOS

Apenas de segunda a sexta-feira. Evitam-se períodos de férias escolares e dias atípicos, como feriados, dias de grandes eventos na cidade, entre outros.



AMOSTRAGEM ESTRATIFICADA POR LINHA E POR FAIXA HORÁRIA

Distribuição da amostra proporcional à demanda.



APLICAÇÃO DO MÓDULO BÁSICO COMPLETO É OBRIGATÓRIA



APLICAÇÃO DOS MÓDULOS DETALHADOS É OPTATIVA

A cidade pode escolher apenas alguns deles de acordo com suas necessidades.



USO DE CARTÕES-RESPOSTA

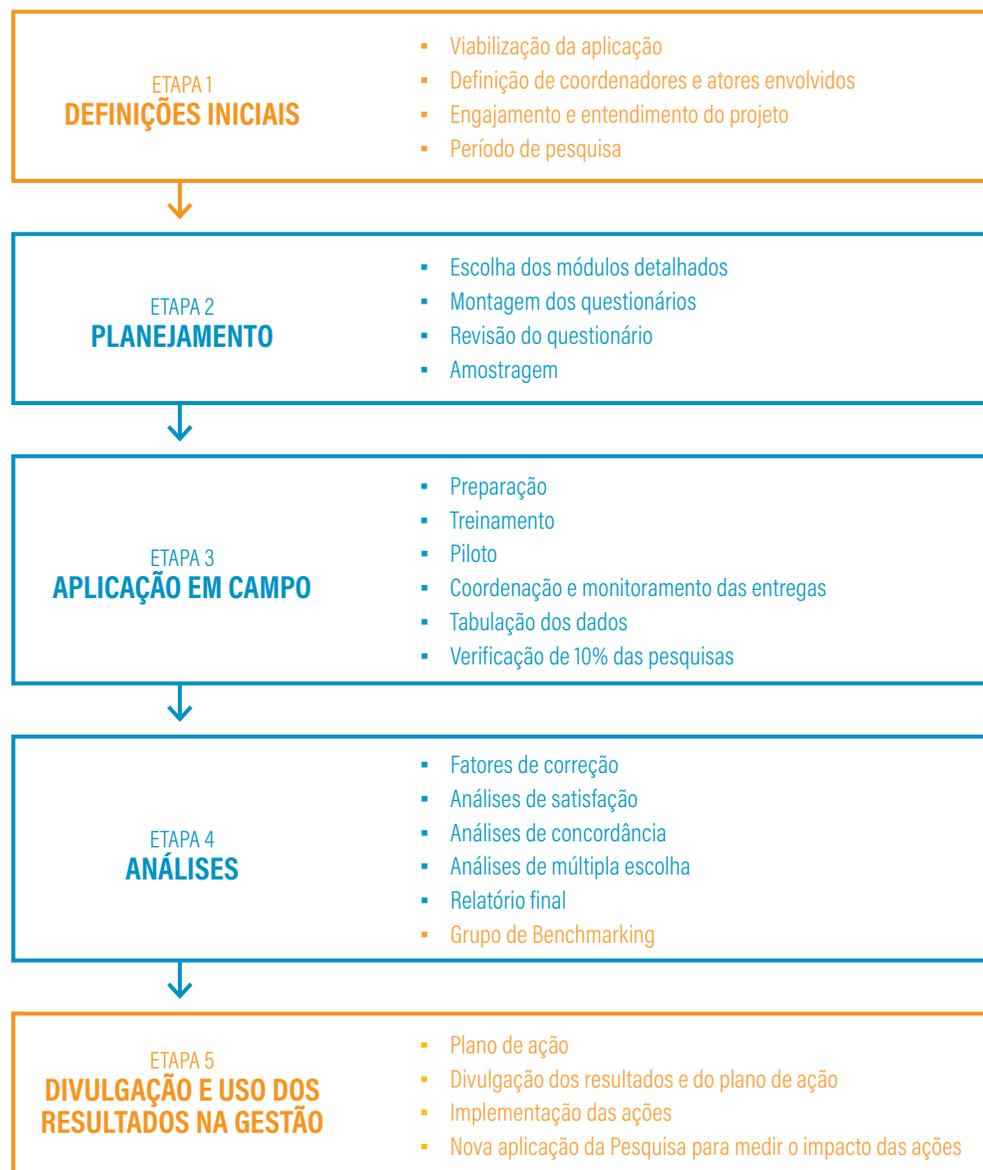
Facilita a coleta das respostas e padroniza o entendimento dos entrevistados a respeito das alternativas apresentadas. Os cartões-resposta estão disponíveis no anexo desta publicação.

A Figura 5 apresenta a estrutura dos procedimentos metodológicos. As etapas em azul são padronizadas pelo método de aplicação da Pesquisa e obrigatórias. Já as etapas em laranja são sugestões para auxiliar as cidades na preparação da aplicação e uso dos resultados da pesquisa, não fazendo parte dos procedimentos metodológicos exigidos. Esta publicação apresenta todos esses passos em detalhe.



Porto Alegre

Figura 5 | Etapas da aplicação da Pesquisa de Satisfação QualiÔnibus



Fonte: elaborada pelas autoras.

SATISFAÇÃO GERAL

ENTREVISTADOR: entregar cartão 1 e explicar que as questões a seguir utilizam a escala do cartão em que 1 é "muito insatisfeito" e 5 é "muito satisfeito", além de que o entrevistado pode responder "não posso opinar" e marcar coluna SCO.

Considerando o transporte coletivo por ônibus em Joinville, como o(a) Sr.(a) avalia a sua satisfação com cada um dos seguintes aspectos.

Muito Insatisfeito - 1 -	Insatisfeito - 2 -	Nem Satisfeito, Nem Insatisfeito - 3 -	Satisfeito - 4 -	Muito Satisfeito - 5 -	
			[1] [2] [3] [4] [5]	[SCO]	S1. Acesso ao transporte: facilidade de chegar aos pontos de acesso e circular nas estações e terminais
			[1] [2] [3] [4] [5]	[SCO]	S2. Disponibilidade: intervalo entre os ônibus, nos horários e locais em que necessita
			[1] [2] [3] [4] [5]	[SCO]	S3. Rapidez
			[1] [2] [3] [4] [5]	[SCO]	S4. Confiabilidade: chegada no horário previsto
			[1] [2] [3] [4] [5]	[SCO]	S5. Facilidade de fazer integração, entre linhas de ônibus e outros modos de transporte, para chegar ao destino
			[1] [2] [3] [4] [5]	[SCO]	S6. Conforto dos pontos de ônibus: iluminação, proteção, limpeza, quantidade de pessoas
			[1] [2] [3] [4] [5]	[SCO]	S7. Conforto das estações: iluminação, proteção, limpeza, quantidade de pessoas
			[1] [2] [3] [4] [5]	[SCO]	S8. Conforto dos terminais de integração: iluminação, proteção, limpeza, quantidade de pessoas
			[1] [2] [3] [4] [5]	[SCO]	S9. Conforto dos ônibus: iluminação, limpeza, quantidade de pessoas, assentos
			[1] [2] [3] [4] [5]	[SCO]	S10. Atendimento ao cliente: respeito, cordialidade e preparo dos motoristas, cobradores, funcionários e central de atendimento
			[1] [2] [3] [4] [5]	[SCO]	S11. Informação ao cliente: sobre linhas, horários e outras informações
			[1] [2] [3] [4] [5]	[SCO]	S12. Segurança pública contra roubos, furtos e agressões no caminho e dentro dos ônibus
			[1] [2] [3] [4] [5]	[SCO]	S13. Segurança em relação a acidentes de trânsito
			[1] [2] [3] [4] [5]	[SCO]	S14. Exposição a ruído e poluição gerada pelos ônibus
			[1] [2] [3] [4] [5]	[SCO]	S15. Facilidade em pagar o ônibus e recarregar o cartão de transporte
			[1] [2] [3] [4] [5]	[SCO]	S16. Gasto com transporte coletivo por ônibus
			[1] [2] [3] [4] [5]	[SCO]	S17. Satisfação geral com o transporte coletivo por ônibus

PERGUNTAS COMPLEMENTARES DE CONCORDÂNCIA

ENTREVISTADOR: entregar cartão 2 e explicar que as questões a seguir utilizam a escala do cartão em que 1 é "discordo totalmente" e 5 é "concordo totalmente", além de que o entrevistado pode responder "não posso opinar" e marcar coluna SCO.

Considerando o transporte coletivo por ônibus em Joinville, o quanto concorda com as seguintes afirmações.

Discordo Totalmente - 1 -	Discordo - 2 -	Não Concordo Nem Discordo - 3 -	Concordo - 4 -	
			[1] [2] [3] [4] [5]	C1. Utilizar ônibus contribui para a minha qualidade de vida
			[1] [2] [3] [4] [5]	C2. Posso confiar no ônibus para meus deslocamentos
			[1] [2] [3] [4] [5]	C3. O ônibus enfrenta muito congestionamento
			[1] [2] [3] [4] [5]	C4. Frequentemente enfrento situações em que os ônibus estão excessivamente lotados
			[1] [2] [3] [4] [5]	C5. Os motoristas conduzem os ônibus de forma segura
			[1] [2] [3] [4] [5]	C6. Estaria disposto a pagar mais para ter um serviço de ônibus melhor
			[1] [2] [3] [4] [5]	C7. Tenho uma qualidade de serviço adequada para o valor que pago
			[1] [2] [3] [4] [5]	C8. Recomendaria o sistema de transporte coletivo

ETAPA 1

DEFINIÇÕES INICIAIS

As definições iniciais são anteriores ao planejamento da pesquisa. Apenas após essas definições deve-se dar continuidade às próximas etapas.

O interesse na aplicação da Pesquisa de Satisfação QualiÔnibus pode ocorrer por parte da própria cidade (órgão ou entidade pública responsável pelo planejamento, gestão ou regulação do transporte público por ônibus), dos operadores do serviço (empresas, consórcios) ou de universidades para fins de pesquisa. A instituição que estará à frente da pesquisa deve conhecer os procedimentos metodológicos e monitorar a aplicação para garantir resultados confiáveis. Para dar início à Pesquisa, alguns pontos anteriores à etapa de planejamento são necessários. Apenas após essas definições, deve-se dar continuidade às próximas etapas.



TERN. MERCADO

Expresso
Gradientes



CAIO

Piso Baixo
Total

5 3603

São Paulo

EFU-9422



1.1 VIABILIZAÇÃO DA APLICAÇÃO

Consiste em definir como serão viabilizadas as etapas de coleta dos dados em campo, de tabulação dos dados, de supervisão da aplicação em campo etc. Algumas alternativas para viabilizar a aplicação são:

- utilizar funcionários próprios;
- contratar uma empresa especializada em aplicação de pesquisas de opinião;
- estabelecer parceria com universidades (nesse caso, os entrevistadores são alunos que fazem a aplicação como trabalho avaliado em disciplinas ou como atividade extracurricular).

A escolha de uma das formas dependerá, por exemplo, da disponibilidade de recursos financeiros e de equipe interna, e do interesse da universidade local. O número de pesquisadores necessários depende de vários fatores, como o tempo de aplicação do questionário, o número de horas disponíveis de cada pesquisador, o tamanho da amostra (item 2.4) e o período em que se deseja realizar a pesquisa. É comum que

essas variáveis sejam trabalhadas juntas para acomodar da melhor forma as condições que se têm para a realização da pesquisa. Com base em aplicações prévias, é estimado que cada pesquisador seja capaz de realizar em média três entrevistas por hora trabalhada, considerando um questionário de tempo médio de aplicação de dez minutos (tempo médio de aplicação de um questionário composto por módulo básico e três ou quatro módulos detalhados).

1.2

DEFINIÇÃO DE COORDENADORES E ATORES ENVOLVIDOS

Independentemente da forma como a aplicação será viabilizada, deve-se ter uma pessoa designada para coordenar a pesquisa na cidade. Essa pessoa deverá ter conhecimento de todos os procedimentos metodológicos e garantir a correta aplicação da pesquisa. Além do coordenador,

devem-se identificar todas as pessoas que estarão envolvidas na realização da pesquisa e em quais etapas (planejamento, aplicação e análises). Algumas delas participarão de todo o processo, dando apoio ao coordenador, enquanto outras podem entrar em momentos específicos. Devem-se identificar também os envolvidos de

fora da instituição responsável pela aplicação da pesquisa, como a empresa operadora (no caso de o operador estar realizando aplicação, a cidade deve ser envolvida), motoristas, fiscais e até a população, que deve ser comunicada da aplicação da pesquisa com antecedência.



1.3 ENGAJAMENTO E ENTENDIMENTO DO PROJETO

O coordenador e os principais envolvidos devem estar engajados no projeto. É importante que esses atores entendam todas as etapas da Pesquisa de Satisfação QualiÔnibus para que possam realizá-las de forma mais eficiente e garantir que os procedimentos metodológicos sejam respeitados.

1.4 PERÍODO DE PESQUISA

Entre as definições iniciais, deve-se estabelecer o período desejado para a aplicação da pesquisa. As entrevistas devem ser realizadas apenas em dias úteis (segunda-feira a sexta-feira), devendo-se evitar dias atípicos por interferência de grandes eventos ou feriados, assim como evitar períodos de férias escolares.

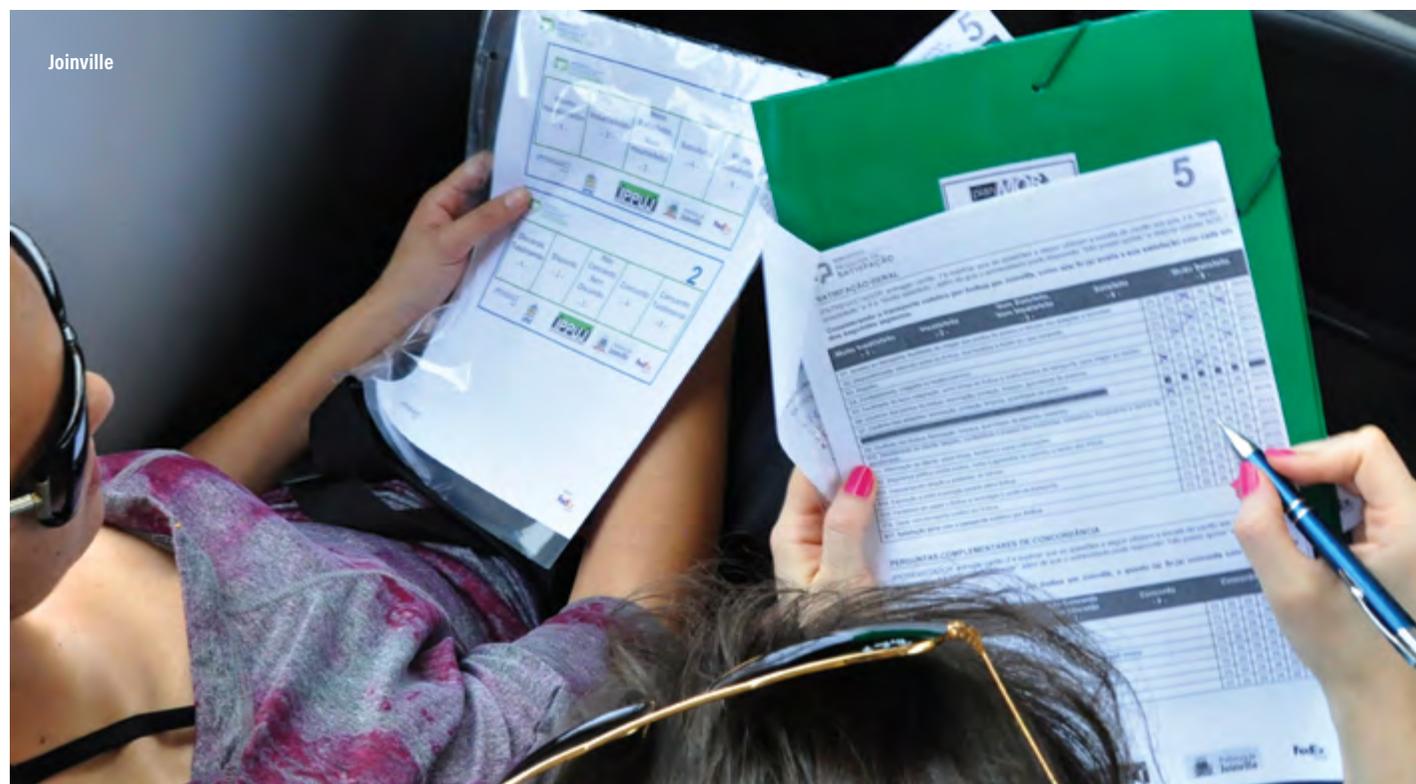




ETAPA 2

PLANEJAMENTO

A etapa de planejamento consiste na definição do questionário (escolha de módulos detalhados, montagem do questionário e adaptação de terminologias) e na definição da amostra (número total de entrevistas e distribuição da amostra no sistema). Essas etapas são padronizadas pelo método de aplicação da Pesquisa e são descritas a seguir.





2.1

ESCOLHA DOS MÓDULOS DETALHADOS

A inclusão de módulos opcionais permite entender melhor os aspectos específicos que influenciam a satisfação dos clientes e, conseqüentemente, entender as medidas que precisam ser consideradas na gestão da qualidade para atender às necessidades dos clientes.

A escolha dos módulos opcionais pode ser feita de diversas maneiras, como:

- de forma empírica pelos técnicos e gerentes dos sistemas;
- a partir das reclamações mais frequentes;
- por meio de grupos focados que identifiquem os aspectos críticos do sistema;
- a partir de pesquisas anteriores.

Na escolha dos módulos opcionais, é importante levar em consideração alguns pontos:

TEMPO DE APLICAÇÃO DO QUESTIONÁRIO

Devem ser evitados questionários com tempo médio de aplicação superior a 12 minutos. É importante que seja realizado um teste-piloto do questionário na cidade, monitorando o tempo de aplicação e das respostas. Geralmente um questionário composto pelo módulo básico, mais três ou quatro módulos detalhados, tem aplicação de dez a doze minutos.

DIFERENTES TIPOS DE QUESTIONÁRIO

Se o número de módulos detalhados tornar o tempo de aplicação muito alto, é necessário dividir os módulos detalhados em mais de um tipo de questionário (mais detalhes no item 2.2).

AUMENTO DA AMOSTRA

O número de diferentes tipos de questionários aumenta a amostra necessária para a pesquisa (mais detalhes no item 2.4.2), pois para cada tipo de questionário deve ser aplicada a amostra mínima. Dessa forma, os recursos disponíveis para aplicação da pesquisa também devem ser considerados na escolha dos módulos detalhados.

2.2 MONTAGEM DOS QUESTIONÁRIOS

Os questionários devem ser montados mantendo-se a ordem apresentada na Figura 6. Os módulos detalhados, em laranja, são os únicos que podem ser retirados do questionário, enquanto perfil de uso, satisfação, concordância e perfil do cliente, em amarelo, devem estar obrigatoriamente presentes e na ordem em que aparecem na figura. É importante que o perfil do cliente esteja por último, pois aparecendo no início torna-se mais fácil que o respondente fique resistente em responder à entrevista. Em perfil do cliente também estão inseridas algumas perguntas de controle, em que são perguntados nome, telefone e bairro de residência do entrevistado. Essas perguntas permitem que seja realizada uma verificação das entrevistas conforme explicado no item 3.5. As perguntas de controle devem ser as últimas do questionário.

Figura 6 | Ordem das perguntas do questionário

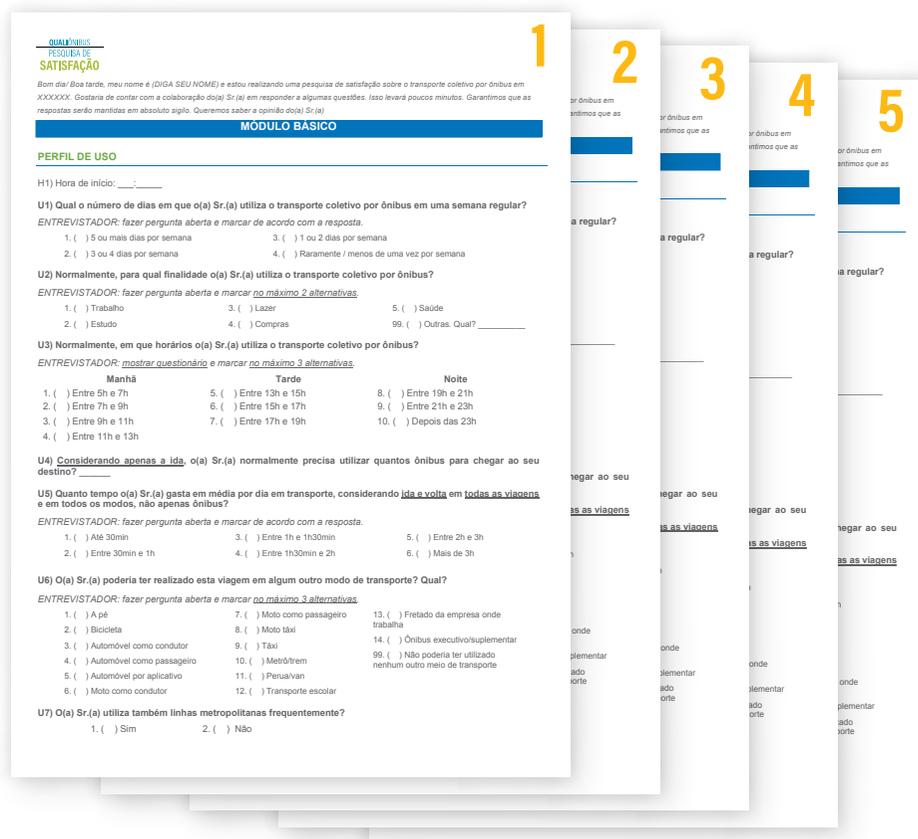


Fonte: elaborada pelas autoras.

No caso em que a quantidade de módulos detalhados escolhidos torna a pesquisa muito longa (mais de quatro módulos aproximadamente), é necessário que seja feito mais de um tipo de questionário. A estrutura dos diferentes tipos de questionário também deve seguir a apresentada na Figura 6, de forma que os únicos itens que mudarão entre os diferentes questionários serão os módulos detalhados. Assim, devem permanecer, obrigatoriamente, o módulo básico (perfil de uso, satisfação geral, concordância, perfil do cliente e controle) em todos os tipos de questionários.

Cada um dos tipos de questionário deve ser numerado no canto direito superior, de maneira a ficar facilmente visível aos pesquisadores, como mostrado na Figura 7.

Figura 7 | Diferentes tipos de questionários numerados



Fonte: elaborada pelas autoras.



Rio de Janeiro

2.3

REVISÃO DO QUESTIONÁRIO

O questionário deve ser revisado criticamente no sentido de adaptá-lo ao contexto em que será aplicado. A seguir são apresentados alguns aspectos que merecem atenção na revisão:

- verificar se há **novas perguntas e/ou alternativas** que precisam ser acrescentadas para que se adapte a pesquisa ao contexto e às necessidades de cada sistema;
- se houver **perguntas não aplicáveis** à cidade, elas devem ser retiradas. Um exemplo comum é a pergunta de satisfação com conforto das estações em uma cidade que não possui estações;
- se houver **alternativas não aplicáveis à cidade**, elas devem ser retiradas. Por exemplo, a alternativa metrô para uma pergunta de opções de transporte disponíveis para a realização da viagem em uma cidade que não possui metrô;
- se houver **termos mais usuais** do que os apresentados no questionário padrão, eles devem ser substituídos. Por exemplo, “linhas metropolitanas” podem ser mais conhecidas por “linhas intermunicipais”;
- se houver **nomes próprios e apelidos** para algumas alternativas apresentadas na pesquisa-padrão, elas devem ser substituídas. Por exemplo, cartão de Cliente Comum pode ser chamado de Cartão Pessoal ou ter um nome próprio: TEU, TRI, Bilhete Único, RioCard etc.;
- para manter a padronização do questionário e facilitar as análises, **os códigos das perguntas e das respostas não podem ser alterados**;
- havendo necessidade de retirar alguma pergunta ou alternativa, **não usar o mesmo código para outra pergunta ou alternativa**;
- havendo necessidade de acrescentar alguma pergunta ou alternativa, **não repetir um código já utilizado** (mesmo que tenha sido retirado);
- se o módulo detalhado **D5 (impactos de novos sistemas/ações/programas)** for utilizado, ele deve ser desenvolvido e adaptado para cada caso (as perguntas apresentadas são sugestões de perguntas e formatos);
- se o módulo detalhado **S15 (Forma de pagamento do ônibus e recarga do cartão de transporte)** for aplicado, é necessário retirar a pergunta S15.1 do módulo básico, pois ela está replicada no módulo detalhado (em que será aprofundada).

2.4 AMOSTRAGEM

O cálculo da amostra mínima e da distribuição da amostra no sistema é uma etapa muito importante do planejamento da pesquisa. Uma amostragem malfeita pode comprometer os resultados e invalidar toda a aplicação. O WRI Brasil se coloca à disposição por meio do e-mail qualionibus@wri.org para tirar qualquer dúvida e auxiliar as cidades que necessitem de apoio.

2.4.1 AMOSTRAGEM POR LINHA E POR FAIXA HORÁRIA

Pela impossibilidade de aplicar o questionário com todas as pessoas que utilizam o sistema de ônibus, a pesquisa é aplicada a uma amostra que represente a população que se deseja conhecer. Para que a amostra seja representativa da população (clientes do sistema), é necessário estabelecer uma amostragem mínima,

seguindo alguns critérios, que consistem em estratificar a amostra de duas formas:

- por horário de pesquisa (três faixas horárias);
- por linha pesquisada.

Os dados necessários para a definição da amostragem são:

- demanda diária do sistema pesquisado;
- demanda por linha do sistema pesquisado;
- demanda por faixa horária do dia.

Para os dados de demanda, recomenda-se usar a média de três dias típicos.

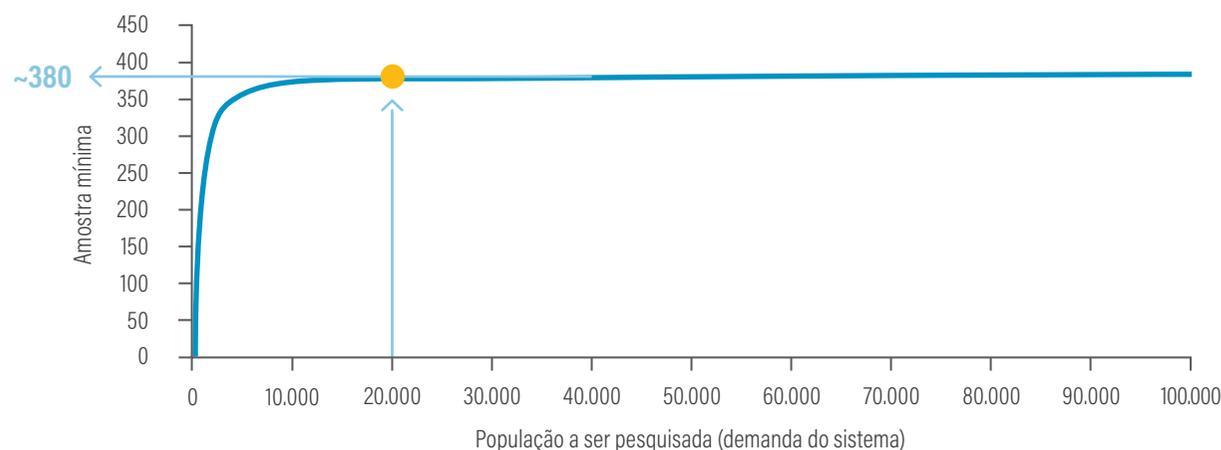


2.4.2 AMOSTRA MÍNIMA

A amostra mínima é o número mínimo de pesquisas que devem ser realizadas para garantir a representatividade da amostra, considerando erro amostral máximo de 5% e nível de confiança mínimo de 95%. Para sistemas com mais de 20 mil passageiros diários, são necessárias aproximadamente 400 entrevistas válidas e distribuídas em todo o sistema estudado (MORPACE INTERNATIONAL E CAMBRIDGE SYSTEMATICS, 1999).

O ábaco da Figura 8 pode ser usado para a definição da amostra mínima e deve ser utilizado seguindo-se as setas a partir da demanda de passageiros do sistema que se deseja pesquisar (OLIVEIRA E GRÁCIO, 2005). Nota-se que a amostra mínima não é proporcional à população e torna-se quase constante a partir de determinada população. Aconselha-se sempre trabalhar com alguma folga para o caso de algumas pesquisas terem que ser retiradas da amostra por eventuais erros, chegando-se a 400 pesquisas para a maior parte dos casos.

Figura 8 | Ábaco para definição da amostra (considerando 5% de erro e 95% de nível de confiança)



Fonte: baseada em OLIVEIRA E GRÁCIO, 2005.

Para alguns casos, a amostra mínima calculada não é usada diretamente como número total de questionários a serem aplicados. São eles:

QUANDO HÁ MAIS DE UM TIPO DE QUESTIONÁRIO

A amostra mínima deve ser aplicada para cada um dos tipos de questionários. Por exemplo, supondo que foram escolhidos 12 módulos detalhados, e eles tenham de ser divididos em três tipos diferentes de questionário. A amostra total será de 1.200 entrevistas, 400 para cada tipo de questionário ($3 \times 400 = 1.200$).

QUANDO É DESEJÁVEL REALIZAR ANÁLISES E COMPARAÇÕES ESTRATIFICADAS DO SISTEMA

Para análises e comparações estratificadas (por exemplo: por linha, corredores, tipos de serviço, concessionárias etc.), é necessário que se tenha a amostra mínima para cada análise que se deseja realizar. Por exemplo, supondo que o sistema da cidade seja operado por duas diferentes concessionárias e se deseja fazer comparações entre elas, deve-se aplicar a amostra mínima em cada uma ($2 \times 400 = 800$ entrevistas no total).

Nesses casos, é necessário utilizar um fator de correção para realizar as análises dos resultados da pesquisa para o sistema como um todo, conforme explicado no item 4.1. Caso isso não seja feito, os resultados do sistema ficam comprometidos e podem não representar os clientes do transporte coletivo.

QUANDO HÁ MAIS DE UM TIPO DE QUESTIONÁRIO E TAMBÉM SE DESEJA REALIZAR ANÁLISES ESTRATIFICADAS

Deve-se considerar a amostra mínima para cada questionário e cada estratificação. Por exemplo, no caso de se terem três diferentes tipos de questionários e dois diferentes eixos de transporte para os quais se deseja realizar comparações, serão aplicadas 1.200 entrevistas ($400 \times 3 = 1.200$) em cada um dos dois eixos de transporte, totalizando 2.400 entrevistas ($1.200 \times 2 = 2.400$).

Para esses casos, também é necessário utilizar o fator de correção para realizar as análises dos resultados da pesquisa, conforme é explicado no item 4.1. Caso isso não seja feito, os resultados ficam comprometidos e podem não representar os clientes do transporte coletivo.



2.4.3 ESTRATIFICAÇÃO DA AMOSTRA POR FAIXA HORÁRIA

Para realizar a estratificação da amostra por faixa horária, utilizam-se os dados de demanda do sistema pesquisado por intervalo de tempo do dia. A partir desses dados, seguem-se os seguintes passos:

- **Passo 1:** Organizar os dados de demanda do sistema a ser pesquisado em uma planilha eletrônica, em que na primeira coluna estão intervalos de tempo (de 15 ou 30 minutos) e na segunda coluna as respectivas demandas de cada período (colunas 1 e 2 da Figura 9).
- **Passo 2:** Calcular o percentual de demanda em cada um dos intervalos: demanda do intervalo dividido pela demanda total de todos os intervalos (demanda diária) (coluna 3 da Figura 9).
- **Passo 3:** A partir da planilha com o percentual de demanda em cada um dos intervalos de tempo, selecionar os horários de pesquisa de forma que contemplem pelo menos 90% da demanda (coluna 4 da Figura 9).

Figura 9 | Exemplo de estratificação por faixa horária do dia

Coluna 1	Coluna 2	Coluna 3	Coluna 4	Coluna 5	Coluna 6	
Intervalo de tempo	Demanda por intervalo	% de demanda por intervalo	% de demanda no período pesquisado	% de demanda por faixa-horária	Distribuição final da amostra	
05:00 – 05:30	700	0,2%	2,1%	2,1%	0%	Não pesquisado
05:30 – 06:00	1.900	0,6%				
06:00 – 06:30	4.300	1,3%	91,3%	38,2%	41,8%	Entre pico
06:30 – 07:00	7.800	2,4%				
07:00 – 07:30	12.300	3,7%				
07:30 – 08:00	14.300	4,3%				
08:00 – 08:30	14.500	4,4%				
08:30 – 09:00	13.700	4,1%				
09:00 – 09:30	11.200	3,4%				
09:30 – 10:00	8.700	2,6%				
10:00 – 10:30	6.500	2,0%				
10:30 – 11:00	6.400	1,9%				
11:00 – 11:30	6.300	1,9%	28,2%	30,9%	Pico tarde estendido	
11:30 – 12:00	7.000	2,1%				
12:00 – 12:30	8.500	2,6%				
12:30 – 13:00	10.100	3,1%				
13:00 – 13:30	11.100	3,4%				
13:30 – 14:00	11.900	3,6%				
14:00 – 14:30	10.300	3,1%				
14:30 – 15:00	10.500	3,2%				
15:00 – 15:30	10.100	3,1%				
15:30 – 16:00	9.300	2,8%				
16:00 – 16:30	9.200	2,8%	6,6%	0%	Não pesquisado	
16:30 – 17:00	9.100	2,7%				
17:00 – 17:30	11.900	3,6%				
17:30 – 18:00	13.100	4,0%				
18:00 – 18:30	14.700	4,4%				
18:30 – 19:00	15.800	4,8%				
19:00 – 19:30	15.500	4,7%				
19:30 – 20:00	13.400	4,0%				
20:00 – 20:30	9.100	2,7%				
20:30 – 21:00	5.400	1,6%				
21:00 – 21:30	3.400	1,0%	6,6%	6,6%	0%	Não pesquisado
21:30 – 22:00	3.700	1,1%				
22:00 – 22:30	3.300	1,0%				
22:30 – 23:00	2.900	0,9%				
23:00 – 23:30	2.300	0,7%				
23:30 – 00:00	800	0,2%				
Demanda total	331.000					

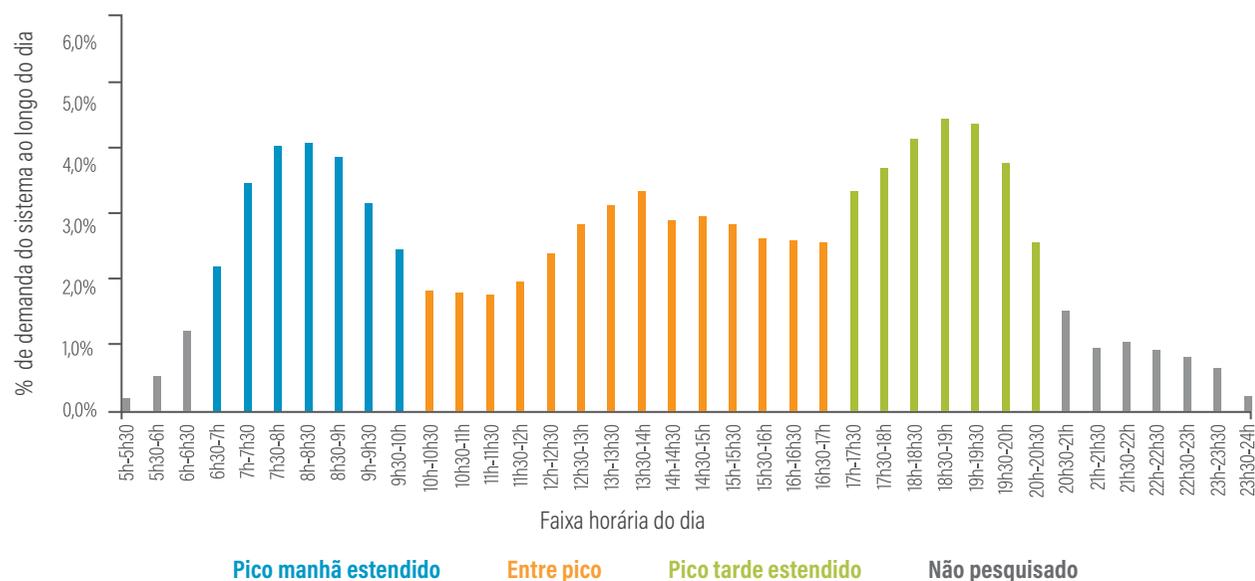
Fonte: elaborada pelas autoras.

- **Passo 4:** Identificar os períodos “pico manhã estendido”, “entre pico” e “pico tarde estendido” (coluna 5 da Figura 9). Para facilitar a visualização da distribuição da demanda ao longo do dia, construir um gráfico como o da Figura 10 a partir do percentual de demanda por faixa horária do sistema (coluna 3 da Figura 9). A mudança de um período para outro ocorre quando há maiores quedas ou aumentos no percentual de demanda. No exemplo, verificamos que isso ocorre no turno da manhã entre os intervalos 09:30 -10:00 e

10:00 - 10:30, e no turno da tarde entre os intervalos 16:30 - 17:00 e 17:00 - 17:30.

- **Passo 5:** Sem considerar os períodos que não serão pesquisados, recalcular o percentual de demanda em cada uma das faixas horárias (pico manhã, pico tarde e entre pico) (coluna 6 da Figura 9).
- **Passo 6:** A estratificação amostral por faixa horária pode ser resumida, como apresentado na Figura 11.

Figura 10 | Exemplo de perfil de demanda ao longo do dia



Fonte: elaborada pelas autoras.



Figura 11 | Exemplo de distribuição de demanda ao longo do dia

Faixa horária	% demanda	% da amostra	Período
00:00 – 06:00	5%	0%	Não pesquisado
06:00 – 09:00	25%	28%	Pico manhã estendido
09:00 – 17:00	40%	44%	Entre pico
17:00 – 20:00	25%	28%	Pico tarde estendido
20:00 – 24:00	5%	0%	Não pesquisado

Deve ser adaptado ao contexto de cada cidade

Pelo menos 90% da demanda deve estar nestes três períodos

Fonte: elaborada pelas autoras.

2.4.4 ESTRATIFICAÇÃO DA AMOSTRA POR LINHA

Para a estratificação da amostra por linha, são utilizados os dados de demanda das diferentes linhas.

- **Passo 1:** Organizar os dados de demanda do sistema a ser pesquisado em uma planilha eletrônica, em que na primeira coluna estão as linhas de ônibus e na segunda coluna as respectivas demandas (colunas 1 e 2 da Figura 12).

- **Passo 2:** Ordenar as linhas de ônibus por suas demandas em ordem decrescente (colunas 3 e 4 da Figura 12).
- **Passo 3:** Calcular o percentual de demanda em cada uma das linhas: demanda da linha dividida pela demanda total do sistema pesquisado (demanda diária) (coluna 5 da Figura 12).
- **Passo 4:** Selecionar, em ordem decrescente do percentual da demanda, as linhas que somam 90% da demanda. Essas serão, em princípio, as linhas pesquisadas (coluna 6 e 7 da Figura 12).

- **Passo 5:** Sem considerar as linhas não pesquisadas, recalcular o percentual de demanda em cada uma das linhas (coluna 8 da Figura 12).
- **Passo 6:** Distribuir a amostra calculada nas linhas pesquisadas de acordo com o percentual de demanda em cada uma delas (coluna 9 da Figura 12).

Figura 12 | Exemplo de estratificação por linha de ônibus

Coluna 1	Coluna 2		Coluna 3	Coluna 4	Coluna 5		Coluna 6	Coluna 7	Coluna 8	Coluna 9
Linha	Demanda diária		Linha	Demanda diária	% da demanda das linhas		Linhas selecionadas	% da demanda das linhas selecionadas	% final da amostra	Nº de pesquisas por linha*
Linha A	41.575		Linha B	48.138	7,9%	Selecionar linhas que contemplam 90% da demanda diária	Linha B	7,9%	8,7%	105
Linha B	48.138		Linha J	46.875	7,7%		Linha J	7,7%	8,5%	103
Linha C	22.932		Linha Q	45.337	7,4%		Linha Q	7,4%	8,2%	98
Linha D	18.650		Linha G	41.936	6,9%		Linha G	6,9%	7,6%	91
Linha E	14.901		Linha A	41.575	6,8%		Linha A	6,8%	7,5%	90
Linha F	21.735		Linha M	41.237	6,8%		Linha M	6,8%	7,5%	89
Linha G	41.936		Linha Z	38.534	6,3%		Linha Z	6,3%	7,0%	84
Linha H	14.009		Linha U	36.546	6,0%		Linha U	6,0%	6,6%	79
Linha I	8.716		Linha O	27.987	4,6%		Linha O	4,6%	5,1%	61
Linha J	46.875		Linha L	27.317	4,5%		Linha L	4,5%	4,9%	59
Linha K	3.376		Linha S	23.326	3,8%		Linha S	3,8%	4,2%	51
Linha L	27.317		Linha P	23.239	3,8%		Linha P	3,8%	4,2%	50
Linha M	41.237		Linha C	22.932	3,8%		Linha C	3,8%	4,1%	50
Linha N	15.104		Linha F	21.735	3,6%		Linha F	3,6%	3,9%	47
Linha O	27.987		Linha D	18.650	3,1%		Linha D	3,1%	3,4%	40
Linha P	23.239		Linha W	17.730	2,9%	Linha W	2,9%	3,2%	38	
Linha Q	45.337		Linha N	15.104	2,5%	Linha N	2,5%	2,7%	33	
Linha R	9.071		Linha E	14.901	2,4%	Linha E	2,4%	2,7%	32	
Linha S	23.326		Linha H	14.009	2,3%	Total	90,7%	100,0%	1.200	
Linha T	12.702		Linha T	12.702	2,1%					
Linha U	36.546		Linha R	9.071	1,5%					
Linha V	4.393		Linha I	8.716	1,4%					
Linha W	17.730		Linha V	4.393	0,7%					
Linha X	3.749		Linha X	3.749	0,6%					
Linha Y	400		Linha K	3.376	0,6%					
Linha Z	38.534		Linha Y	400	0,1%					
Demanda total	609.516		Demanda total	609.516						

Organizar linhas em ordem decrescente da demanda diária

Fonte: elaborada pelas autoras.

2.4.5 FINALIZAÇÃO DA AMOSTRAGEM

Com base no percentual de demanda nas três faixas horárias e nas linhas a serem pesquisadas, pode-se calcular o número de pesquisas a serem

realizadas em cada linha por faixa horária (Figura 13). Para simplificar a aplicação da pesquisa, sugere-se que as entrevistas sejam distribuídas de forma que nenhuma linha pesquisada tenha menos de três entrevistas em cada uma das três faixas horárias principais.

Figura 13 | Exemplo de amostragem finalizada

Linhas selecionadas	Nº de pesquisas por linha*	Nº de pesquisas por faixa horária em cada linha		
		Pico manhã estendido 6h30-10h 27,3%	Entre pico 10h-17h 41,8%	Pico tarde estendido 17h-20h30 30,9%
Linha B	105	29	44	32
Linha J	103	28	43	32
Linha Q	98	27	41	30
Linha G	91	25	38	28
Linha A	90	25	37	28
Linha M	89	24	37	28
Linha Z	84	23	35	26
Linha U	79	22	33	24
Linha O	61	17	25	19
Linha L	59	16	25	18
Linha S	51	14	21	16
Linha P	50	14	21	15
Linha C	50	14	21	15
Linha F	47	13	19	15
Linha D	40	11	17	12
Linha W	38	10	16	12
Linha N	33	9	14	10
Linha E	32	9	13	10
Total	1.200	330	500	370

* Considerando um exemplo em que a amostra é de 1.200 pesquisas no sistema

Fonte: elaborada pelas autoras.

Caso isso ocorra, podem-se acrescentar pesquisas nessas linhas ou, se forem muitas, permite-se retirar as linhas de menor demanda, desde que a soma do percentual da demanda das linhas selecionadas não seja inferior a 80%. Nesse caso, os passos anteriores para redistribuir a amostra nas novas linhas selecionadas devem ser refeitos.

Ao fim da amostragem, deve ser feita uma análise crítica da consistência das linhas selecionadas, das faixas horárias e da distribuição das pesquisas. Deve-se verificar se:

- entre as linhas não selecionadas há linhas importantes que devem ser consideradas;
- há alguma região da cidade ou público específico não contemplado pelas linhas selecionadas;
- o percentual de amostra nas faixas horárias e nas linhas está condizente com a demanda que se observa no sistema.

Caso seja verificado que há necessidade de acrescentar alguma linha, mesmo que de baixa demanda, realizar, pelo menos, três pesquisas extras por faixa.

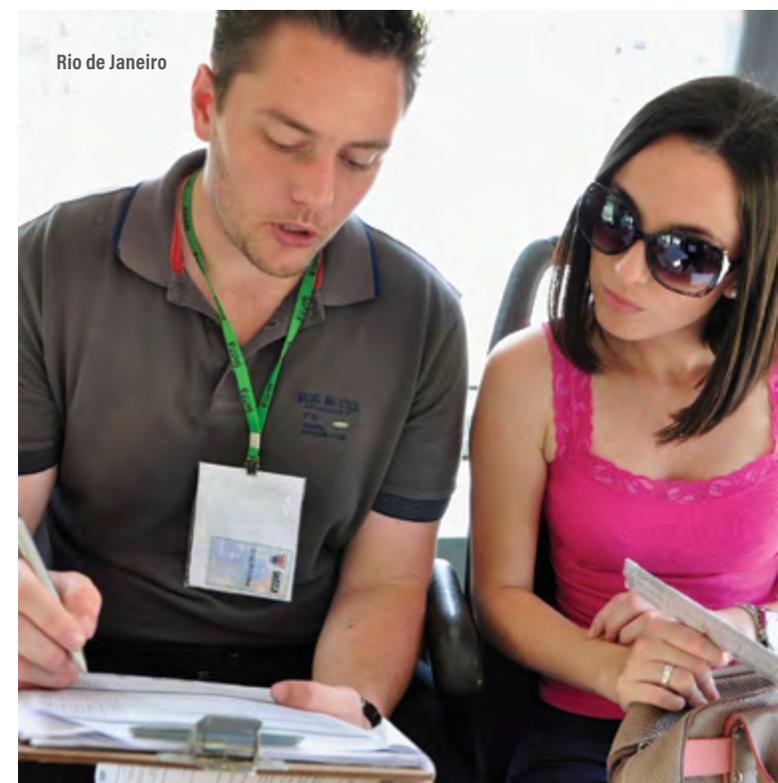




ETAPA 3

APLICAÇÃO EM CAMPO

Na etapa da aplicação, é importante ter alguns cuidados em relação a local, horário e abordagem, descritos neste capítulo. É desejável que a pesquisa seja amplamente divulgada a todas as partes (organizadores, operadores do transporte, pesquisadores, população) para possibilitar que tudo ocorra conforme o planejado. Além disso, o treinamento é essencial para padronizar a maneira com que cada entrevistador aplicará a pesquisa. O treinamento garante a uniformidade das aplicações na própria cidade e também padroniza as pesquisas feitas em diferentes locais, para que os resultados possam ser comparados.



3.1

PREPARAÇÃO

Alguns itens importantes a serem considerados para o início da aplicação são:

PESQUISAS EMBARCADAS

A pesquisa deve ser aplicada embarcada no sistema de transporte para possibilitar que a abordagem e a escolha da amostra nas diferentes cidades sejam similares e permitam participação no Grupo de Benchmarking. É possível iniciar a aplicação em terminais ou estações de transferência, mas o pesquisador deve embarcar com o entrevistado quando seu ônibus chegar. A aplicação apenas em terminais ou estações, apesar de permitir uma maior produtividade, pode comprometer a aleatoriedade e consequentemente a confiabilidade dos resultados.

APLICAÇÃO APENAS EM DIAS ÚTEIS

A pesquisa deve ser aplicada em dias úteis (de segunda a sexta-feira, exceto feriados). No caso de cidades que desejam aplicar a pesquisa também nos finais de semana, é necessário garantir uma amostra mínima para os dias úteis e outra para os finais de semana.

NÃO APLICAR EM PERÍODOS DE FÉRIAS E EM DIAS ATÍPICOS POR INTERFERÊNCIA DE GRANDES EVENTOS OU FERIADOS

Para que se tenha um retrato da percepção geral dos clientes do transporte, devem-se evitar os dias e períodos que sofram interferências de eventos externos. Caso seja desejado conhecer a percepção dos clientes nesses cenários, pode-se realizar a pesquisa, mas se deve ter em mente que a pesquisa não será representativa do sistema de maneira geral, apenas para a situação específica em que a pesquisa foi aplicada.

COMUNICAR O OPERADOR

Caso a aplicação da pesquisa não esteja sendo feita pelo operador, ele deve ser comunicado para que esteja ciente da realização da pesquisa em suas linhas e informado sobre como será a entrada dos pesquisadores no sistema. O operador deve comunicar também sua equipe (motoristas, cobradores etc.).

COMUNICAR A POPULAÇÃO

Comunicar a população sobre a realização da Pesquisa e a importância que ela tem para trazer melhorias ao sistema de transporte diminui a desconfiança e aumenta a aceitação das pessoas em responder à entrevista. Isso pode ser feito por meio de cartazes, site oficial, entre outros.

VIABILIZAR ENTRADA DOS ENTREVISTADORES

A entrada dos entrevistadores ao sistema pode ser viabilizada de diferentes formas, entre elas:

- fazer acordo com operador para que deixe os entrevistadores entrarem pela porta de desembarque do veículo mediante identificação;
- fornecer cartões de passagem aos entrevistadores; ou
- fazer o pagamento das passagens dos entrevistadores.

IDENTIFICAÇÃO DOS PESQUISADORES

É importante que os entrevistadores estejam devidamente identificados (com crachás, camisetas). Isso dará maior credibilidade de que se trata de uma pesquisa séria, conquistando a confiança e a colaboração das pessoas para responder à pesquisa.

MATERIAIS NECESSÁRIOS

Entre os materiais necessários para os entrevistadores estão os cartões-resposta (disponíveis no anexo desta publicação), *tablets* ou questionários impressos, pranchetas e canetas. Independentemente de a pesquisa ser aplicada em questionário de papel ou com *tablets*, todos os pesquisadores devem ter um conjunto de cartões-resposta que serão utilizados durante toda a aplicação. É aconselhável plastificar os cartões e uni-los para facilitar o manuseio e mantê-los em bom estado durante toda a aplicação. Para as pesquisas aplicadas em questionários de papel, sugere-se que sejam impressos apenas em um lado da folha e grampeados, pois esse formato facilita o manuseio e dá mais agilidade aos pesquisadores durante a aplicação.

SUPERVISORES DE CAMPO

Para supervisionar a aplicação e organizar o trabalho dos pesquisadores em campo, é importante que sejam alocados um ou dois supervisores, que terão o papel de garantir que a aplicação esteja sendo realizada de acordo com o planejado e seguindo o método da pesquisa.



3.2 TREINAMENTO

O treinamento é uma etapa essencial para uniformizar a maneira com que cada entrevistador aplica a pesquisa. Deve ser realizado com todos os entrevistadores e supervisores. Esse é o momento para esclarecer os pontos de dúvida sobre abordagem, questionário, propósito da pesquisa etc., além de ser uma etapa de incentivo e engajamento dos entrevistadores.

Em linhas gerais, o treinamento deve abordar 11 pontos importantes:

1 ORIGEM E OBJETIVO DA PESQUISA DE SATISFAÇÃO QUALIÔNIBUS

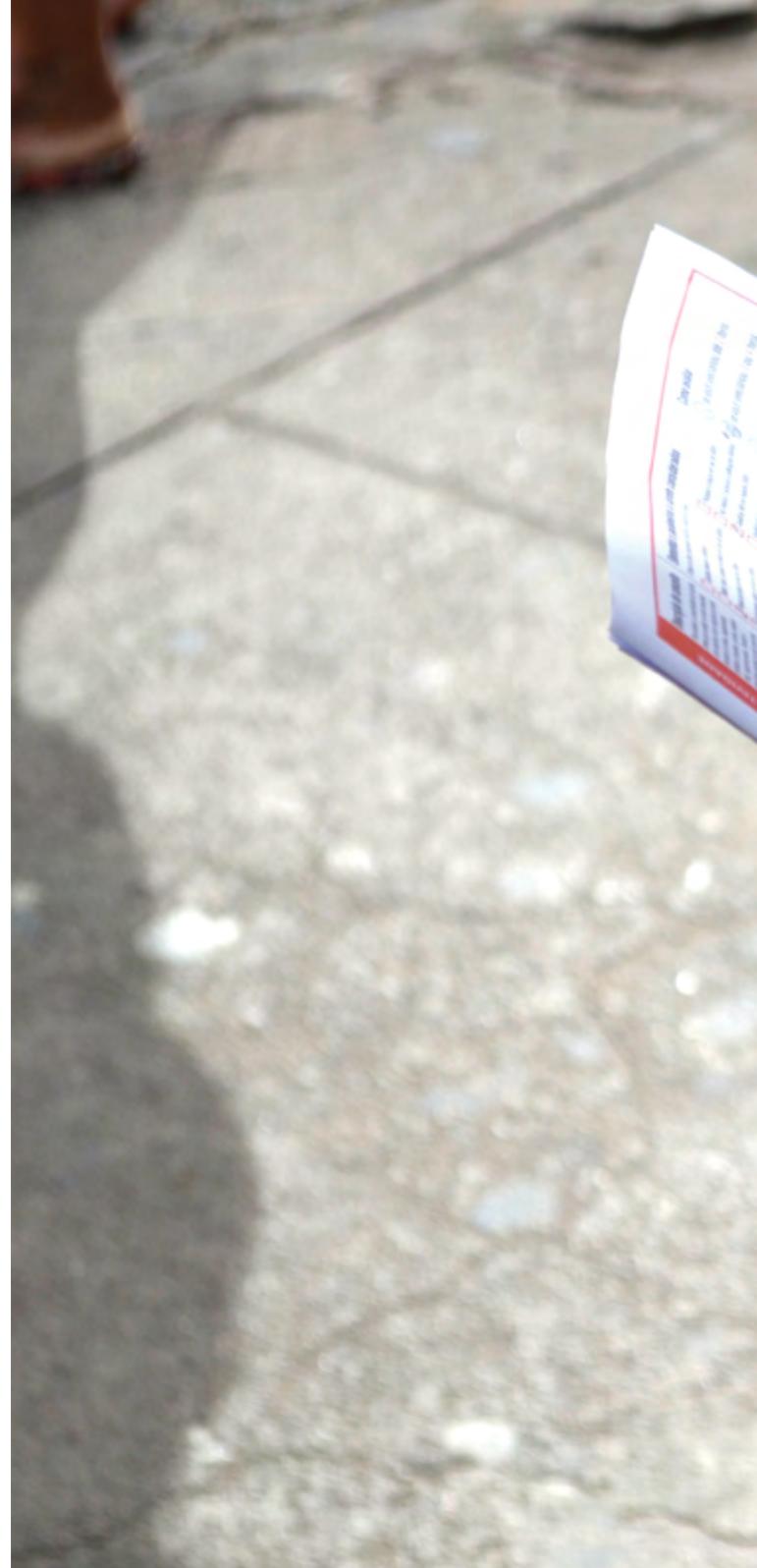
O entendimento por parte dos entrevistadores de que o questionário e os procedimentos metodológicos foram desenvolvidos por especialistas e são resultados de diversos testes auxilia-os a fazer a aplicação com maior confiança na ferramenta que estão usando, o que resulta em maior credibilidade do projeto como um todo perante os clientes.

2 OBJETIVO DA APLICAÇÃO DA PESQUISA NA CIDADE

Entender os objetivos da pesquisa na cidade faz com que os entrevistadores sintam-se parte do projeto como um todo e vejam o quão importante é a etapa da qual participam. A correta aplicação da pesquisa é decisiva para que se tenham resultados confiáveis, sendo essencial ter os entrevistadores comprometidos com a qualidade do projeto.

3 ABORDAGEM EMBARCADA

Uma importante característica da aplicação da pesquisa é ela ser embarcada, ou seja, os entrevistadores realizam a entrevista dentro do ônibus com os entrevistados embarcados. Recomenda-se explicar os motivos que levaram a esse procedimento metodológico (tempo hábil para aplicação completa com o entrevistado, aleatoriedade da amostra, padronização nas diferentes cidades) para que os entrevistadores entendam o motivo desse procedimento.





4 APRESENTAÇÃO DO QUESTIONÁRIO E CARTÕES-RESPOSTA

É importante apresentar o questionário e os cartões-resposta de maneira geral aos entrevistadores para que, no decorrer do treinamento, o entendimento seja facilitado. Se possível, entregar os questionários e os cartões-resposta previamente para que os entrevistadores possam ir acompanhando com o material em mãos.

5 ORDEM DE APLICAÇÃO DOS DIFERENTES TIPOS DE QUESTIONÁRIOS

Para as pesquisas em que há mais de um tipo de questionário, eles devem ser aplicados de forma sequencial para que haja aleatoriedade e o mesmo número de aplicação de todos os questionários. A forma mais fácil de fazer isso é instruir os entrevistadores a colocar os questionários em ordem crescente de numeração, repetindo-os ao fim. Em uma aplicação com três tipos de questionário, por exemplo, cada pesquisador deve receber todos os tipos e aplicá-los na ordem: 1, 2, 3, 1, 2, 3, 1,... e assim por diante. As pesquisas realizadas em *tablet* permitem que essa rotatividade seja feita automaticamente.

6 FORMATO DOS QUESTIONÁRIOS

Alguns pontos recorrentes no questionário devem ser ressaltados no treinamento para que todos os entrevistadores tenham o mesmo entendimento. Quando a pesquisa for aplicada em *tablet*, é importante garantir que todos os destaques e as orientações presentes no questionário para impressão em papel sejam inseridos no aplicativo do *tablet*. São eles:

FILTROS

Algumas questões são aplicadas apenas na condição de o entrevistado ter dado uma resposta específica à questão anterior. Nesses casos, há a identificação de **FILTRO**, escrito em itálico, em que ficam claras quais questões são aplicadas e em quais condições. Por exemplo:

FILTRO: Fazer pergunta S5.2 a S5.5 apenas para quem respondeu 1.Sim na questão S5.1.

ENTREVISTADOR

Trata-se de instruções para os pesquisadores sobre a forma como determinada questão deve ser aplicada. Alguns exemplos são:

- Fazer pergunta aberta (em que se faz a pergunta sem mostrar o questionário);
- Fazer pergunta e mostrar as opções do questionário;
- Marcar no máximo duas alternativas;
- Usar o cartão 3.

SCO - SEM CONDIÇÕES DE OPINAR

Esta alternativa está presente nas questões de satisfação e de concordância e deve ser apresentada ao respondente quando alguma questão não se aplica ao uso que a pessoa faz do sistema. Importante ressaltar que não deve ser apresentada como uma opção para a pessoa, mas deve ser usada apenas quando o respondente realmente não consegue responder à pergunta feita.

DESTAQUES DO QUESTIONÁRIO

Algumas palavras do questionário estão em destaque (sublinhadas e/ou em negrito). No treinamento, deve-se dar ênfase às questões com esses destaques, pois são as mais passíveis de dúvidas e equívocos durante a aplicação. Nas pesquisas em *tablet*, é importante que o destaque seja mantido.

ALTERNATIVA “OUTROS”

Algumas perguntas de múltipla escolha possuem a resposta “Outros” para o caso de a pessoa não se encaixar em nenhuma das alternativas apresentadas. O entrevistador deve escrever ao lado da opção a resposta real da pessoa.

7 USO DE CARTÕES-RESPOSTA

No treinamento, os cartões-resposta devem ser apresentados aos entrevistadores, sendo necessário explicar como usá-los. É importante frisar a facilidade que o cartão-resposta traz, já que deixa mais claras ao respondente as opções de resposta, bem como a importância que seu uso tem na uniformização do entendimento de respostas disponíveis. Para pesquisas em *tablet*, também é necessário o uso dos cartões-resposta físicos.

8 LINHAS E HORÁRIOS DE PESQUISA

Neste item, apresentam-se as linhas que serão pesquisadas e os horários de pesquisa, explicando-se que a amostra total é dividida de acordo com a demanda. A divisão da amostra garante a representatividade das pesquisas e, caso não seja seguida, pode haver uma tendência no perfil de respondentes e consequentemente nos resultados da pesquisa.

9 DIVERSIDADE DE GÊNERO, IDADE E CONDIÇÕES DE MOBILIDADE

Instruir os entrevistadores a fazerem entrevistas com diversidade de gêneros, idades e condições de mobilidade dos entrevistados. Explicar que a amostra poderia ser estratificada considerando esses quesitos, mas isso dificultaria a aplicação. No entanto, para que a amostra seja representativa deve haver o esforço dos pesquisadores em diversificar o perfil de seus entrevistados. A opinião de pessoas com deficiência ou com mobilidade reduzida deve ser coletada sempre que possível, pois essas pessoas podem ter desafios bem diferentes das demais para utilizar o sistema.

10 DÚVIDAS FREQUENTES E DICAS ÚTEIS

Algumas dúvidas recorrentes dos pesquisadores e dicas sobre a aplicação são apresentadas a seguir. Recomenda-se que sejam citadas no treinamento.

COMO ME APRESENTAR?

Informar de onde você é e qual é o propósito da pesquisa.

SE A PESSOA NÃO QUISE RESPONDER A ENTREVISTA?

Explicar que a pesquisa é uma das formas que a população tem de declarar sua opinião sobre a qualidade do transporte coletivo e auxiliar na sua melhoria. Caso ela ainda não queira, não insistir e partir para a próxima entrevista. Nesses casos, é aconselhável dar preferência para as pessoas que estejam distantes da que recusou, pois uma recusa pode encorajar outras pessoas a recusarem.

SE A PESSOA NÃO QUISE DAR O TELEFONE?

Para fins de verificação de 10% das entrevistas, ao fim do questionário pergunta-se o nome e telefone do entrevistado. Caso a pessoa não queira dar o telefone, explicar qual é o propósito desse procedimento. Se mesmo assim a pessoa se recusar, não insistir.

SE NÃO DER TEMPO DE FINALIZAR O QUESTIONÁRIO?

Para evitar que isso ocorra, antes de iniciar a entrevista, deve-se perguntar ao entrevistado quanto tempo ele demorará para desembarcar. Questionários incompletos não são contabilizados para a amostragem.

CUIDADO COM QUEM PODE INFLUENCIAR SEU RESPONDENTE

Não é incomum que, enquanto se realiza a entrevista com uma pessoa, outra fique ao lado, dando palpites. Deve-se tomar cuidado para que o entrevistado não seja influenciado em suas respostas.

SEMPRE TENTAR RESPOSTA. SCO, "OUTROS" E "NÃO RESPONDEU" EM ÚLTIMO CASO

As respostas SCO, "Outros" e "Não respondeu" devem ser usadas apenas em último caso, não devendo ser apresentadas como uma opção aos respondentes. Caso o respondente diga que não se encaixa entre as opções, o pesquisador poderá apresentá-las.

Pesquisadores com muitas respostas desse tipo são facilmente identificados pelo banco de dados, levando a crer que não utilizaram essa resposta como recomendado.

11 DINÂMICA DE ENTREVISTAS ENTRE PESQUISADORES

Como forma de treinamento, é aconselhável pedir que os pesquisadores entrevistem uns aos outros, colocando-se à disposição para tirar dúvidas.

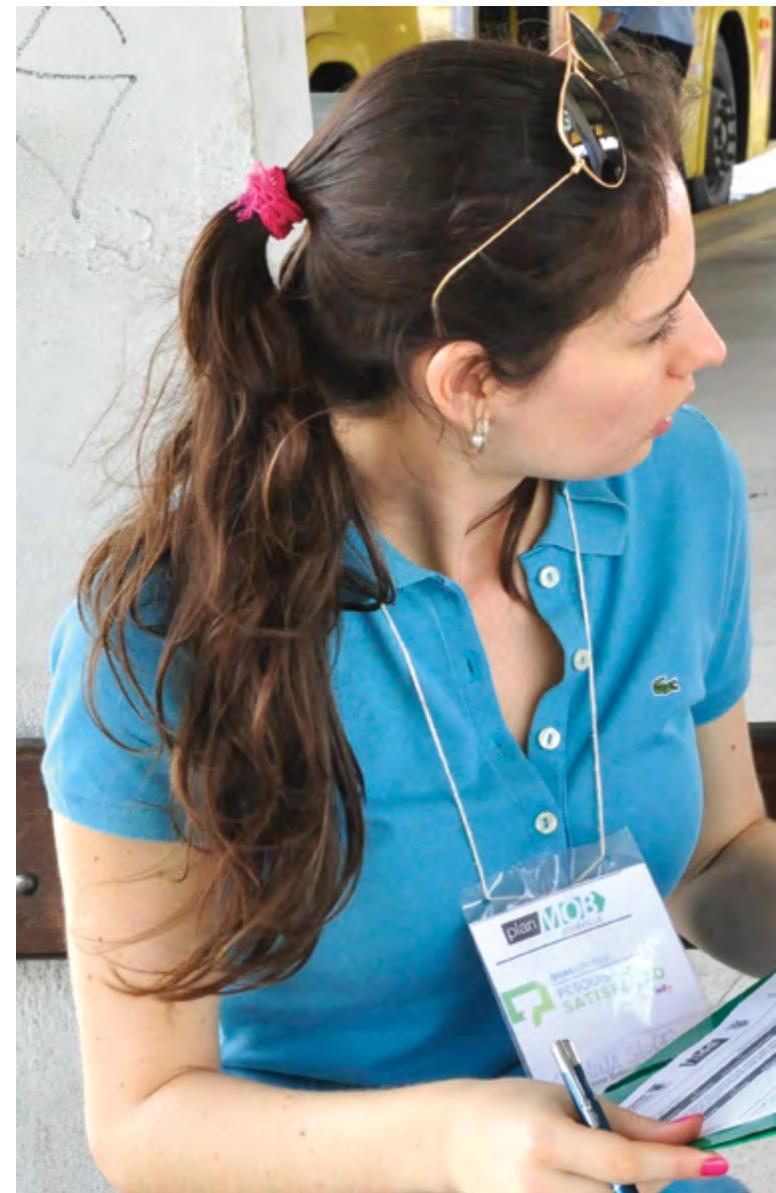
3.3 PILOTO

O objetivo do piloto é verificar as principais dificuldades e dúvidas dos pesquisadores.

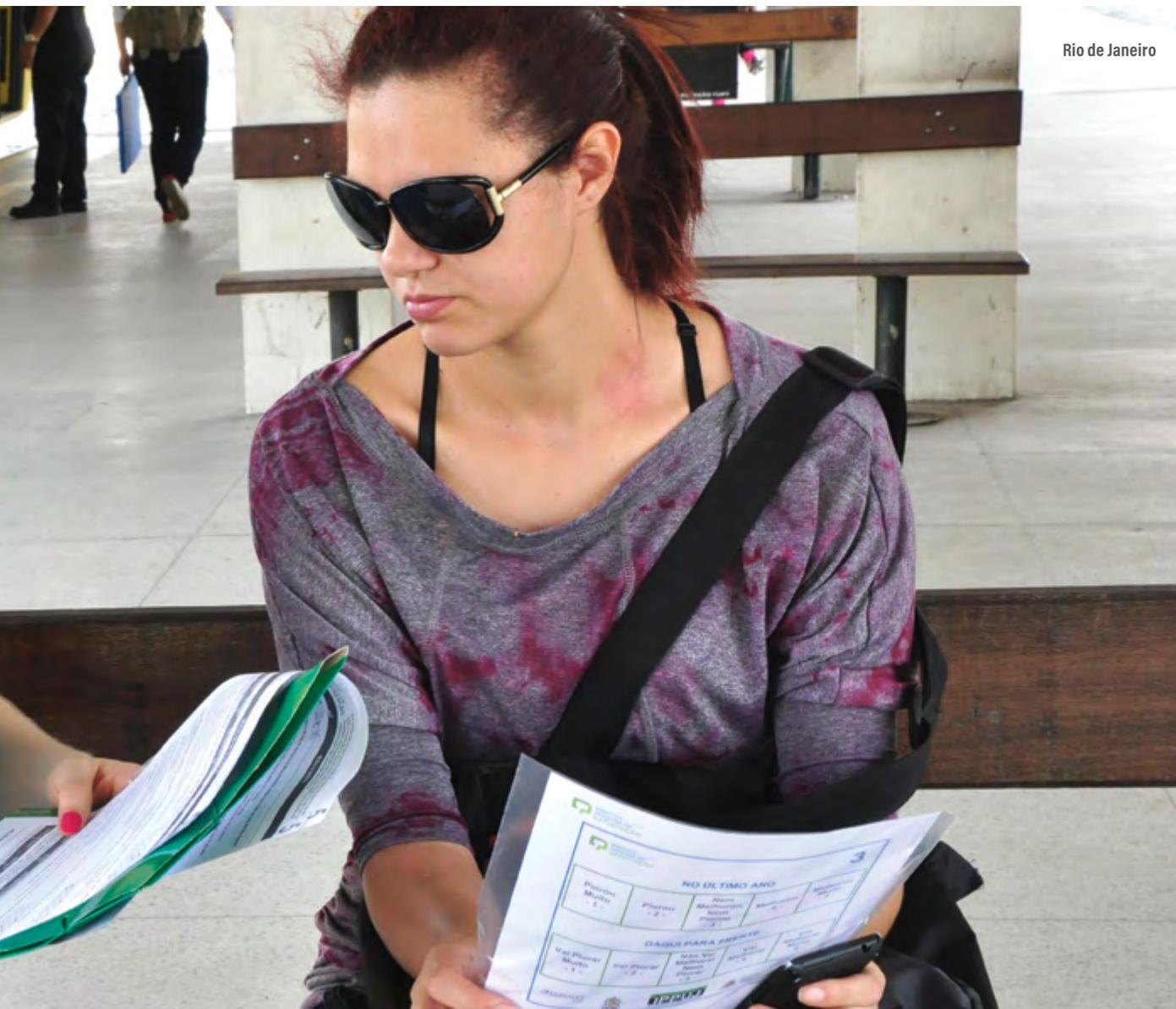
Logo após o treinamento, deve ser realizado um piloto com todos os pesquisadores (um turno de pesquisas). O objetivo do piloto é verificar as principais dificuldades e dúvidas dos pesquisadores. Alguns pontos a serem observados são:

- se alguma questão está sendo feita de forma errada;
- se a aplicação está sendo realizada de acordo com as instruções do questionário;
- se os cartões-resposta estão sendo utilizados corretamente.

As pesquisas aplicadas corretamente no piloto podem fazer parte da amostra final. Caso contrário, a entrevista deve ser descartada. Após o piloto, a equipe de pesquisadores deve ser reunida novamente para esclarecer as dúvidas que surgiram e corrigir os equívocos durante a aplicação. É importante que o piloto seja realizado logo após o treinamento para que haja tempo de fazer as correções necessárias.



3.4 COORDENAÇÃO E MONITORAMENTO DAS ENTREGAS



Para que, ao fim do período de aplicação, todas as entrevistas tenham sido realizadas, é importante estabelecer metas intermediárias aos pesquisadores. Alguns mecanismos para garantir que os pesquisadores cumpram suas metas consistem em atrelar o benefício ao número de pesquisas aplicadas. Por exemplo, efetuar 50% do pagamento de forma proporcional ao número de pesquisas aplicadas e 50% ao fim do projeto.

Os supervisores têm papel importante e devem estar em campo coordenando os pesquisadores e garantindo a correta aplicação. Além disso, a equipe técnica que coordena a pesquisa deve fazer, pelo menos, um acompanhamento no início e outro na metade do período de pesquisas (entrar nos ônibus e acompanhar os pesquisadores discretamente durante as pesquisas). Recomenda-se registrar o trabalho por meio de fotos com a devida autorização por escrito de registro de imagem do respondente.

3.5 TABULAÇÃO DOS DADOS

Os dados devem ser tabulados em planilha padronizada para facilitar as análises das diferentes cidades. A numeração das questões e respostas deve ser mantida como no questionário padrão QualiÔnibus.

A planilha de tabulação deve seguir o seguinte formato:

- linhas: respondentes;
- colunas: perguntas.

Se for desejável realizar estratificações das análises (por conjunto de linhas, operadores, tipos de serviço etc.), é interessante que já na tabulação sejam identificadas quais pesquisas correspondem a cada estratificação. Pode-se criar um banco de dados separado para cada uma delas ou criar uma coluna no banco de dados que identifica, para cada respondente (linha da tabela), a qual estratificação o respondente pertence.

Ao fim da digitação das pesquisas é importante realizar algumas verificações, utilizando ferramentas como filtros, para averiguar se não há dados digitados equivocadamente. O WRI Brasil disponibiliza uma planilha em formato .xslm para tabulação. Para recebê-la, entre em contato pelo e-mail qualionibus@wri.org.



Ao fim da digitação das pesquisas é importante realizar algumas verificações, utilizando ferramentas como filtros, para averiguar se não há dados digitados equivocadamente.



3.6 VERIFICAÇÃO DE 10% DAS PESQUISAS

Para verificar a correta aplicação das pesquisas, pelo menos 10% das entrevistas devem ser verificadas por telefone. Para tanto, ao fim do questionário há perguntas sobre nome e número de telefone do entrevistado.

A verificação consiste apenas em perguntar para 10% dos entrevistados se a pessoa foi de fato entrevistada na data e horário que constam no questionário.

Caso seja verificado algum erro, a pesquisa deve ser descartada e refeita. Deve-se verificar se há recorrências nas pesquisas feitas pelo mesmo entrevistador e, caso isso ocorra, todas as entrevistas realizadas por ele devem ser descartadas e refeitas.

A verificação consiste apenas em perguntar para 10% dos entrevistados se a pessoa foi de fato entrevistada na data e horário que constam no questionário.



ETAPA 4

ANÁLISES

As análises são realizadas a partir do banco de dados dos questionários tabulados. Antes de iniciar as análises, é importante a verificação de valores que podem ter sido digitados ou coletados equivocadamente, como respostas inexistentes no questionário ou respostas absurdas.

A aplicação da pesquisa, seguindo corretamente a amostra calculada no item 2.5, garante aos resultados nível de confiança mínimo de 95% e erro amostral máximo de 5%. Este capítulo apresenta algumas análises simples que podem ser aplicadas aos resultados da pesquisa. Importante destacar que os dados coletados permitem diversas outras análises e validações estatísticas, assim como cruzamentos e interpretações da realidade de cada local e de cada sistema.

Assim, sempre que possível, é desejável que as análises não se limitem ao que é apresentado.

Para os casos em que as análises são feitas utilizando-se estratificações do sistema, é preciso calcular um fator de correção, detalhado em 4.1. As perguntas dos questionários são basicamente de três tipos: satisfação, concordância ou múltipla escolha. As formas de cálculo dos resultados para cada uma delas são apresentadas nos itens 4.2, 4.3 e 4.4, respectivamente. Para automatizar essas análises, O WRI Brasil está desenvolvendo uma ferramenta que poderá auxiliar as cidades nesta etapa. Para mais informações sobre a ferramenta ou quaisquer dúvidas na realização das análises, contate o WRI Brasil pelo e-mail qualionibus@wri.org.

Para os casos em que as análises são feitas utilizando-se estratificações do sistema, é preciso calcular um fator de correção.



VEICULO LONGO 19 m.

2.449

GRANDE RECIFE
0800.081.0159

VIA LIVRE

QYY-9726

Mantenha Distância

SARC: 0800 770 1866
9.9505-1616

4.1

FATORES DE CORREÇÃO

Os fatores de correção devem ser usados sempre que a amostra for calculada para permitir estratificações do sistema (por linhas, corredores, tipos de serviço, concessionárias, por exemplo), conforme descrito no item 2.4.1. Nesses casos, aplica-se a amostra mínima para cada uma das estratificações desejadas. No entanto, ao se realizar a análise do sistema como um todo, é preciso dar os devidos pesos para cada uma das estratificações de acordo com a demanda de passageiros de cada uma.

Por exemplo, em um sistema com dois operadores em que se deseja ter resultados separadamente para cada um deles, de acordo com os critérios de amostragem de 2.4.1, teriam sido aplicadas 400 pesquisas para cada um dos operadores, totalizando 800 entrevistas. Para a análise do sistema (considerando os dois operadores), pode-se estar incorrendo em um erro se forem consideradas simplesmente as 800 entrevistas para as análises, pois as demandas dos dois operadores poderiam ser diferentes, gerando resultados que não representam todos

os clientes do sistema. O correto é dar pesos a cada um dos operadores de forma proporcional à demanda de passageiros de cada um. Ou seja, se o operador A tem o triplo da demanda do operador B, os resultados referentes aos passageiros do operador A devem ter o triplo do peso do operador B.

De forma geral, o fator de correção de cada estratificação (fc) pode ser calculado pela seguinte fórmula:

$$\text{Fator de Correção da estratificação A (fcA)} = \frac{\text{Demanda da estratificação A}}{\text{Demanda total do sistema}}$$

As análises de cada uma das estratificações são feitas separadamente e sem nenhuma consideração sobre o fator de correção (os métodos para realizar as análises de cada tipo de pergunta são apresentados nos itens que seguem). Para a análise do sistema como um todo, multiplicam-se os resultados de cada uma das estratificações pelos respectivos fatores de correção e somam-se esses valores.

Os fatores de correção devem ser usados sempre que a amostra for calculada para permitir estratificações do sistema.

Veja o exemplo a seguir:

- Demanda diária do sistema X:
400.000 passageiros/dia
- Demanda do operador A: 300.000
passageiros/dia (fc_A : 0,75)
- Demanda do operador B: 100.000
passageiros/dia (fc_B : 0,25)
- Nota de satisfação de Rapidez
do Operador A ($SRapidez_A$): 8,0
(calculado conforme item 4.2)
- Nota de satisfação de Rapidez
do Operador B ($SRapidez_B$): 4,0
(calculado conforme item 4.2)
- Nota de satisfação de Rapidez do sistema:
7,0, calculado como apresentado abaixo:

$$SRapidez_{sistema} = fc_A \times SRapidez_A + fc_B \times SRapidez_B$$

$$SRapidez_{sistema} = (0,75 \times 8,0) + (0,25 \times 4,0)$$

$$SRapidez_{sistema} = 7,0$$

Para esse exemplo, a nota de satisfação do sistema para o fator da qualidade Rapidez é 7,0. Se o fator de correção não fosse utilizado, o mesmo peso seria dado aos dois operadores, embora 75% das pessoas utilizassem as linhas do operador A. Esse erro resultaria em uma nota de satisfação de 6,0 para o sistema quando na verdade deveria ser 7,0.





TERMINAL
ALVORADA

E39825C

Santa Maria

E30522C

EXPRESSO

4.2 ANÁLISES DE SATISFAÇÃO

Para a coleta da satisfação, é utilizada a escala de cinco pontos (escala Likert), apresentada na Figura 14:

Figura 14 | Escala Likert de 5 pontos de satisfação



Fonte: elaborada pelas autoras.

Para o cálculo das notas de satisfação, utiliza-se a conversão de respostas para notas de 0 a 10, apresentada na Figura 15:

Figura 15 | Conversão da escala Likert para notas de 0 a 10



Fonte: elaborada pelas autoras.

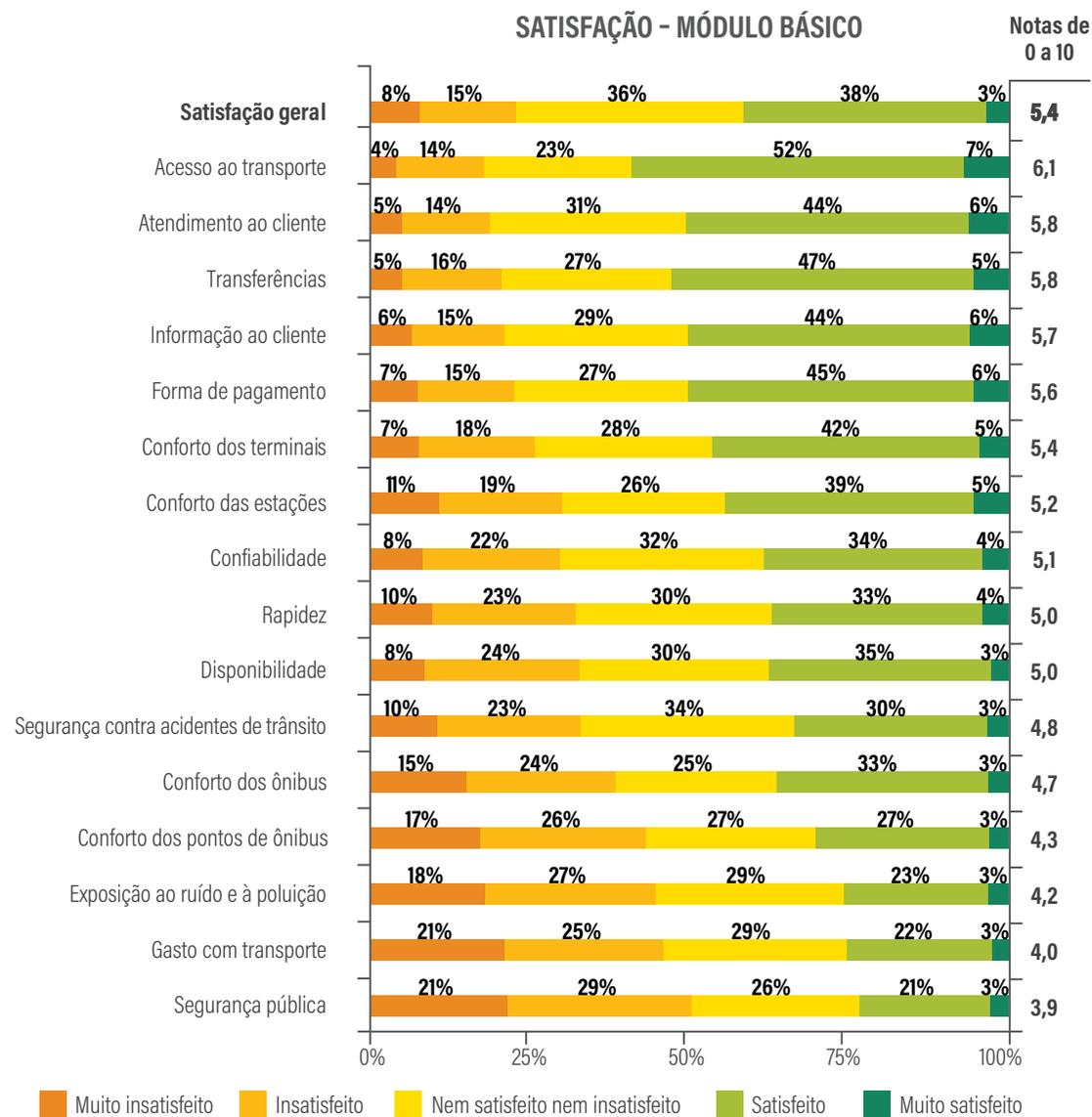
Após conversão para notas de 0 a 10, calculam-se o percentual de cada uma das respostas e a nota média das respostas recebidas. A opção SCO (sem condições de opinar) não é considerada no cálculo do percentual.

A nota de 0 a 10 também pode ser calculada, utilizando-se a fórmula a seguir, que converte a nota média de 1 a 5 para nota de 0 a 10:

$$\text{Nota média 0 a 10} = [(\text{Nota média 1 a 5}) - 1] \times 2,5$$

A Figura 16 apresenta um exemplo de resultados das questões de satisfação.

Figura 16 | Exemplo de resultado das questões de satisfação



Fonte: elaborada pelas autoras.



Juiz de Fora

4.3

ANÁLISES DE CONCORDÂNCIA

Para a coleta de concordância, é utilizada a escala com cinco pontos (escala Likert), apresentada na Figura 17:

Figura 17 | Escala Likert de cinco pontos de concordância



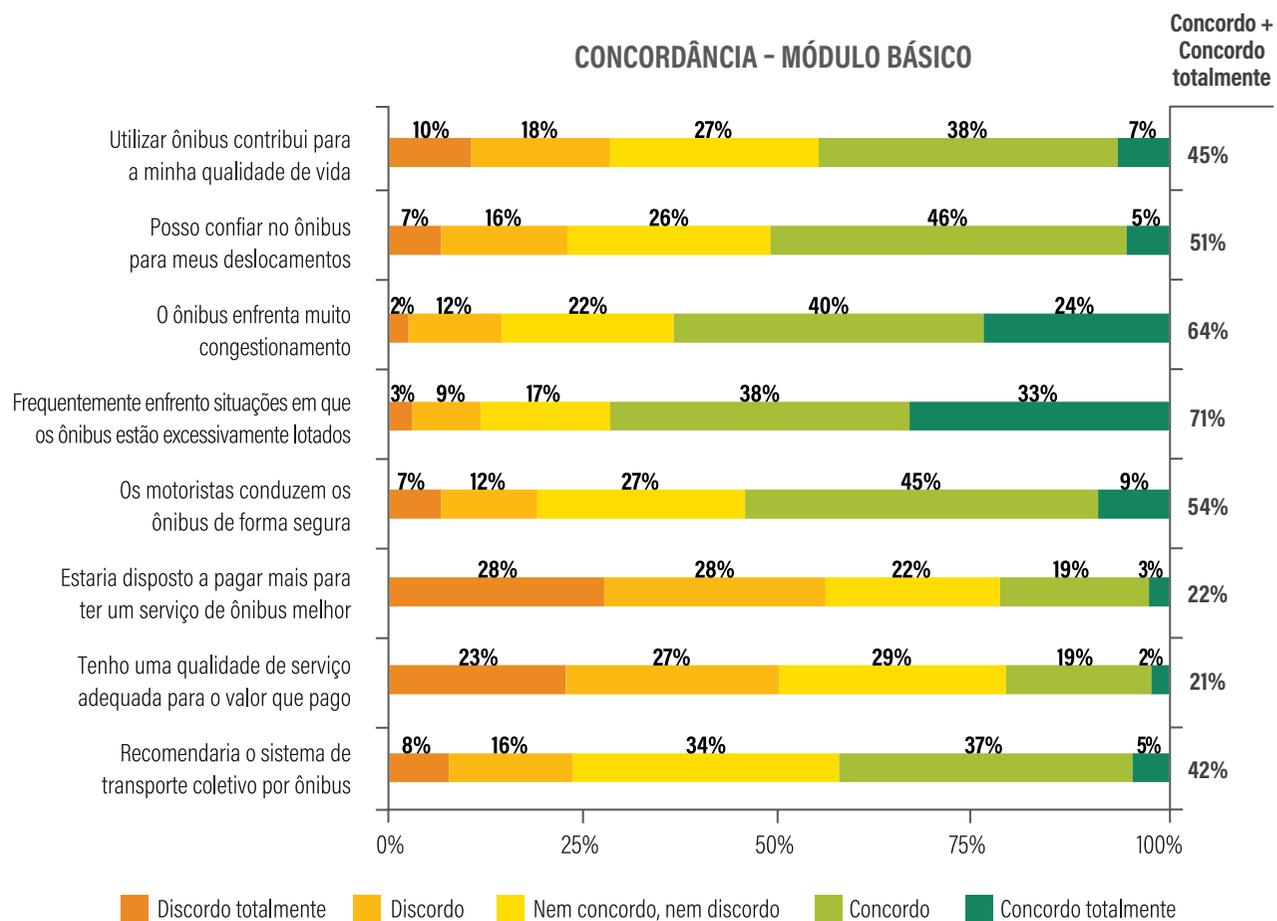
Fonte: elaborada pelas autoras.

Calcula-se o percentual de cada uma das respostas e, para melhor visualização do resultado, apresenta-se também a soma dos percentuais de “concordo” + “concordo totalmente”. A opção SCO não é considerada no cálculo do percentual. A Figura 18 apresenta um exemplo de apresentação do resultado da questão de concordância.





Figura 18 | Exemplo de resultado das questões de concordância



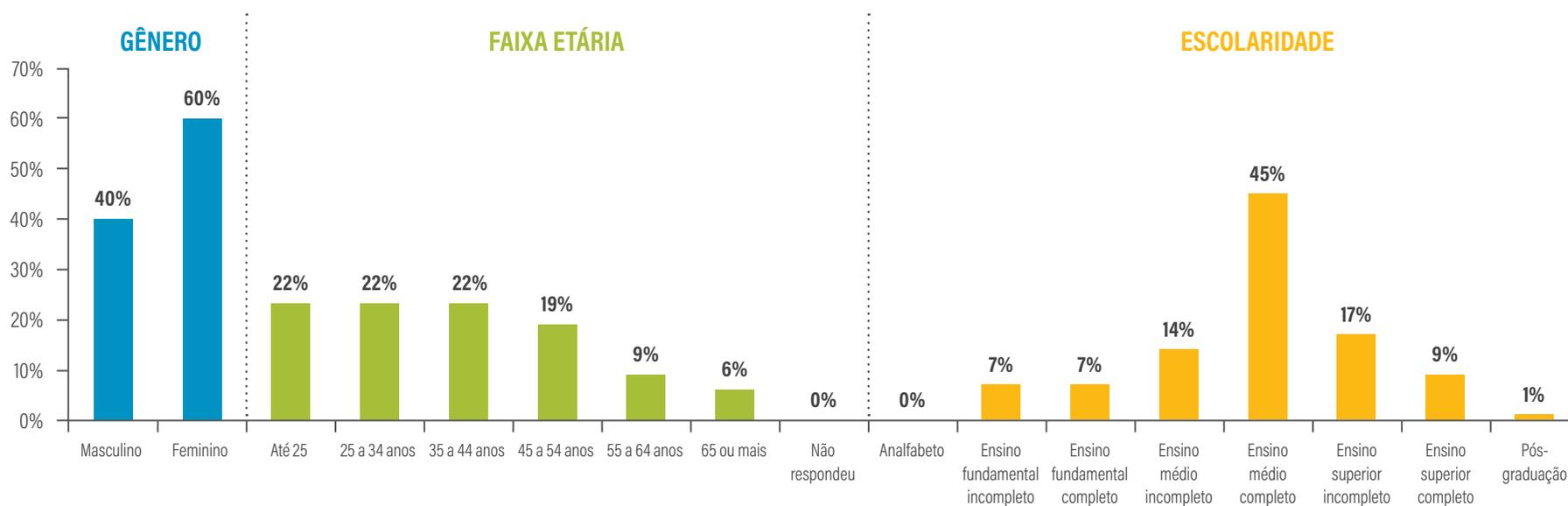
Fonte: elaborada pelas autoras.

4.4

ANÁLISES DE MÚLTIPLA ESCOLHA

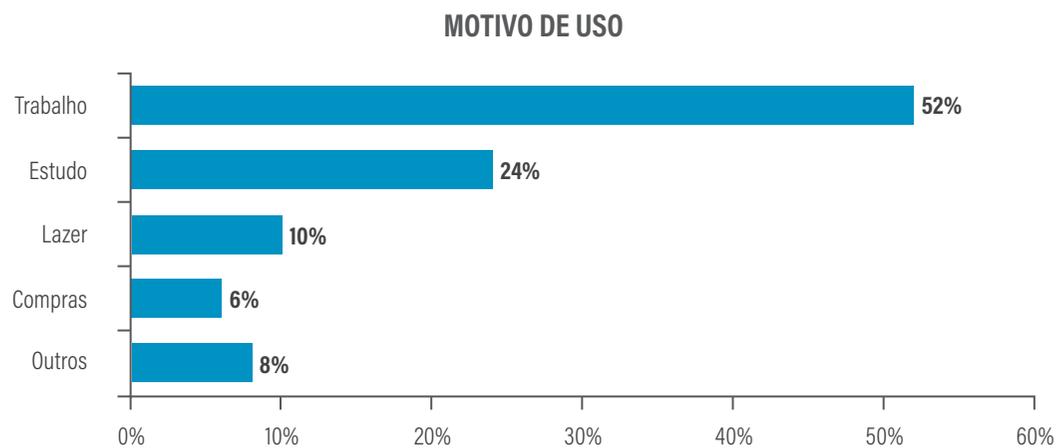
Para as questões de múltipla escolha, calcula-se o percentual de respostas em cada alternativa. As Figuras 19, 20 e 21 são exemplos de apresentação dos resultados de questões de múltipla escolha.

Figura 19 | Exemplo de resultados de características gerais dos clientes



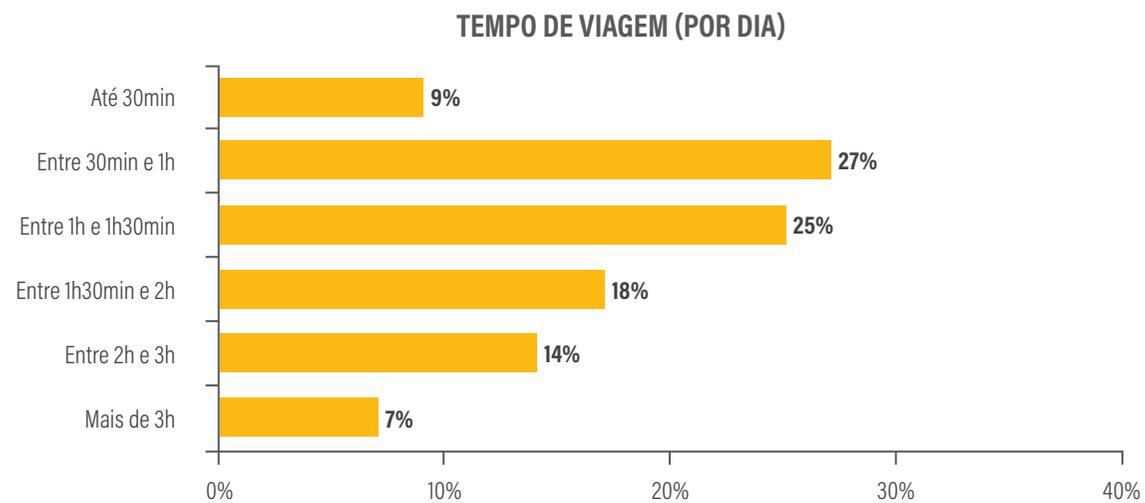
Fonte: elaborada pelas autoras.

Figura 20 | Exemplo de resultados de Motivos de uso



Fonte: elaborada pelas autoras.

Figura 21 | Exemplo de resultados de Tempo de viagem



Fonte: elaborada pelas autoras.



Rio de Janeiro

4.5 RELATÓRIO FINAL

Os resultados da Pesquisa de Satisfação QualiÔnibus devem ser apresentados em um relatório final, a ser entregue e/ou apresentado aos tomadores de decisão para que os planos de ação sejam definidos e a pesquisa resulte em ações. O relatório deve conter todos os resultados em forma de gráficos, podendo-se chamar a atenção para alguns resultados interessantes. O WRI Brasil disponibiliza às cidades um modelo de relatório. Para recebê-lo, entre em contato pelo e-mail qualionibus@wri.org.

É desejável que, antes da finalização do relatório, os principais resultados sejam apresentados aos responsáveis técnicos pela pesquisa e às pessoas que estão diariamente envolvidas com a operação do sistema. Assim, os resultados podem ser discutidos de maneira a serem considerados o contexto e os problemas específicos da cidade, sendo possível agregar ao relatório análises e recomendações aos tomadores de decisão.

É desejável que, antes da finalização do relatório, os principais resultados sejam apresentados aos responsáveis técnicos pela pesquisa e às pessoas que estão diariamente envolvidas com a operação do sistema.



4.6

GRUPO DE BENCHMARKING

A Pesquisa de Satisfação QualiÔnibus, em conjunto com os Indicadores de Qualidade QualiÔnibus, possui como benefício a possibilidade de participar do Grupo de Benchmarking QualiÔnibus. O *benchmarking* é uma ferramenta de qualidade que consiste na comparação e na troca de experiências entre organizações com o objetivo de identificar as melhores práticas e soluções para a melhoria da qualidade em determinado aspecto (CAMP, 1993). Em geral, o processo consiste nas seguintes etapas:

- reunião de organizações com o objetivo comum de melhorar a qualidade de seus processos, serviços ou produtos;
- medição de indicadores padronizados;
- comparação dos indicadores;
- identificação de organizações com potencial para serem referência;
- identificação de boas práticas; e
- troca de experiências.

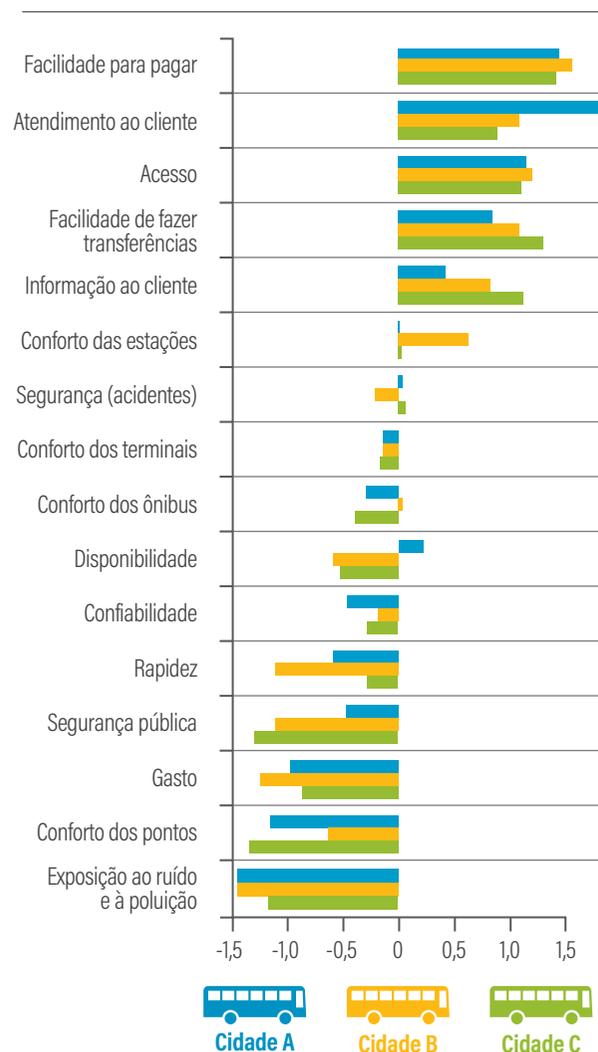
O Grupo de Benchmarking QualiÔnibus foi criado tendo como foco a melhoria da qualidade para o cliente do transporte coletivo por ônibus. Pretende ter como resultado a adoção de ações mais efetivas para a melhoria da qualidade dos sistemas de transporte. Para comparação dos diferentes sistemas de transporte, o Grupo adota os Indicadores de Qualidade e a Pesquisa de Satisfação QualiÔnibus como ferramentas padronizadas para medir e comparar a qualidade. A partir desses resultados, realizam-se as análises normalizadas e discussões sobre as boas práticas, considerando os diferentes contextos dos sistemas de transporte coletivo por ônibus.

Podem participar do Grupo de Benchmarking QualiÔnibus provedores do transporte coletivo, sejam eles públicos ou privados, gestores, reguladores ou operadores. Os participantes firmam um termo de compromisso que estabelece as regras gerais de funcionamento do Grupo, incluindo um termo de sigilo e anonimato para garantir a abertura de dados dentro do Grupo. O WRI Brasil atua como coordenador e facilitador do Grupo.

O Grupo de Benchmarking QualiÔnibus foi criado, tendo como foco a melhoria da qualidade para o cliente do transporte coletivo por ônibus.

Para a comparação de Pesquisas de Satisfação aplicadas em diferentes cidades, é necessária a aplicação de um método de normalização que reduza a subjetividade sociocultural presente em pesquisas de opinião, visto que uma cidade pode ter notas mais baixas por sua população ser mais crítica em relação ao transporte coletivo por ônibus, e não por apresentar um serviço inferior. As notas normalizadas de satisfação são calculadas pela diferença de cada fator da qualidade em relação à média dos fatores da qualidade da cidade. Por exemplo, se a média das notas de satisfação com os fatores da qualidade de determinada cidade é 6,0 e o fator da qualidade “Conforto dos ônibus” tem nota 5,2, a nota normalizada de “Conforto dos ônibus” será -0,8. Isto significa que “Conforto dos ônibus” está 0,8 abaixo da média da própria cidade. Já para o fator da qualidade “Informação ao cliente”, que tem nota 7,2, por exemplo, a nota normalizada seria de +1,2, ou seja, o fator da qualidade está 1,2 acima da média da própria cidade. Como exemplo, a Figura 22 apresenta as notas normalizadas para cada fator da qualidade em três diferentes cidades.

Figura 22 | Exemplo de análise de *benchmarking* aplicada a três cidades



Fonte: elaborada pelas autoras.

O gráfico permite identificar cidades que podem ser potenciais *benchmarks* nos diferentes fatores da qualidade e, possivelmente, contribuir com boas práticas para as demais cidades. Para participar do Grupo de Benchmarking QualiÔnibus, os procedimentos metodológicos da Pesquisa de Satisfação QualiÔnibus devem ser rigorosamente seguidos e é imprescindível ter o acompanhamento do WRI Brasil durante as etapas de aplicação da Pesquisa. Para tanto, entre em contato pelo e-mail qualionibus@wri.org.



Teresina



A man in a light blue shirt and dark trousers stands at the front of the room, gesturing with his hands as he presents to the audience.

A group of approximately 15 people are seated in a conference room, facing the presenter. They are seated at long white tables with black chairs. Some are looking towards the presenter, while others are looking at their laptops or mobile phones. The room has a wooden floor and fluorescent lighting on the ceiling.

ETAPA 5

DIVULGAÇÃO E USO DOS RESULTADOS NA GESTÃO

Os resultados da Pesquisa de Satisfação QualiÔnibus permitem o entendimento, por parte dos gestores (agência e operadores), a respeito das percepções dos clientes sobre os sistemas de transporte. A partir desse entendimento, há potencial para a criação de um processo contínuo de melhoria da qualidade, baseado nos seguintes passos apresentados na Figura 23:

Figura 23 | **Processo contínuo de melhoria da qualidade**



Fonte: elaborada pelas autoras.

É importante ressaltar que os resultados da pesquisa pertencerão à cidade e só poderão ser divulgados por ela ou com a sua autorização. Entretanto, o WRI Brasil incentiva a adoção de uma política de transparência com os resultados da Pesquisa.

Entendemos que é papel da cidade divulgar os resultados. Entendemos também que os dados brutos podem ser mal interpretados e, assim, gerar polêmicas e críticas da população e imprensa. Sugerimos que a Pesquisa de Satisfação seja divulgada como um passo na melhoria da qualidade do sistema de transporte coletivo e que seus resultados, juntamente com um plano de ação, sejam apresentados para a população como base para essa melhoria.



CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os resultados da Pesquisa de Satisfação servem de base para a intervenção nos pontos mais críticos do sistema na percepção dos clientes, iniciando um processo de gestão e melhoria baseado no ponto de vista de quem usa o sistema. Entre os benefícios da aplicação da pesquisa, estão: a fácil visualização e entendimento dos resultados; conhecimento detalhado da satisfação e das necessidades dos clientes, bem como de aspectos específicos que precisam ser melhorados; a possibilidade de traduzir a vontade do cliente em indicadores mensuráveis para a gestão do transporte coletivo; e a adoção de um padrão de pesquisa de satisfação para as cidades que torna possível compor o Grupo de Benchmarking para a troca de informações e experiências entre cidades.

A Pesquisa de Satisfação QualiÔnibus é uma pesquisa completa que permite manter um alto nível de padronização, o que possibilita a comparação das diferentes aplicações entre sistemas e o acompanhamento da evolução ao longo dos anos. Ao mesmo tempo, a Pesquisa é flexível para que diferentes cidades, de portes diferentes e com necessidades diferentes, possam aplicar a ferramenta. Essa estrutura permite que sejam realizadas análises de *benchmarking* para identificar as boas práticas e as metas a serem atingidas pelas cidades para os diferentes fatores da qualidade.

Desde 2013, a Pesquisa de Satisfação QualiÔnibus é aplicada em cidades brasileiras. Ao longo desse tempo, diversas contribuições foram agregadas na forma de aplicação da Pesquisa.

Esse processo levou a um aperfeiçoamento da ferramenta, culminando nos passos consolidados neste Manual. Além de procedimentos metodológicos, o Manual apresenta às cidades orientações, sugestões e dicas de como realizar a aplicação da pesquisa da melhor forma possível. Todos esses passos, ao fim do processo, garantem a aplicação da pesquisa de forma mais uniforme e padronizada nas diferentes localidades e ao longo do tempo.

Espera-se que este Manual proporcione, aos especialistas do transporte coletivo, o conhecimento técnico necessário para a aplicação da Pesquisa de Satisfação QualiÔnibus. O WRI Brasil está à disposição para auxiliar na aplicação da Pesquisa e pode ser contatado pelo e-mail qualionibus@wri.org.

O WRI Brasil também coordena o Grupo de Benchmarking QualiÔnibus, no qual

participam provedores do transporte coletivo (gestores, reguladores e operadores). Os participantes do Grupo utilizam a Pesquisa de Satisfação QualiÔnibus e os Indicadores de Qualidade QualiÔnibus para coletar informações padronizadas dos seus sistemas de transporte por ônibus. Para saber mais sobre as ferramentas e o Grupo de Benchmarking, veja a publicação *QualiÔnibus: Ferramentas para Gestão da Qualidade*.



Esta é a versão 1.0 do Manual da Pesquisa de Satisfação QualiÔnibus. Contribuições para refinar este material são bem-vindas e podem ser enviadas para qualionibus@wri.org.

NOTAS DE FIM

1. O levantamento foi realizado nos sistemas de transporte coletivo por ônibus das cidades de Belo Horizonte (MG), Curitiba (PR), Fortaleza (CE), Goiânia (GO), Porto Alegre (RS), Recife (PE), Rio de Janeiro (RJ), Salvador (BA) e São Paulo (SP). Juntas, elas representam 41% da demanda nacional, com um total de 14 milhões de passageiros por dia.

REFERÊNCIAS

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. **ABNT NBR 9050: Acessibilidade a edificações. Mobiliário, espaços e equipamentos urbanos**. Rio de Janeiro/RJ, Brasil, 2015.

ASSOCIAÇÃO NACIONAL DAS EMPRESAS DE TRANSPORTES URBANOS. **Anuário NTU**: 2016 2017. Brasília: NTU, 2017. Disponível em: <<https://www.ntu.org.br/novo/upload/Publicacao/Pub636391736883773822.pdf>>.

____. **Dados do transporte público por ônibus**. Fevereiro, 2018. Disponível em: <<http://www.ntu.org.br/novo/AreasInternas.aspx?idArea=7>> Acesso em: 16 julho. 2018.

BENCHMARKING EUROPEAN SUSTAINABLE TRANSPORT. **State of the Art Report**. Stockholm, Suécia, 2001. Disponível em: <<http://best2005.net/Media/Files/BEST-State-of-the-Art-Report-2005>>. Acesso em: 7 dez. 2017.

CAMP, R. C. A bible for benchmarking, by Xerox. In: **Financial Executive**. v. 9, iss 4. Morristown, Financial Executives International: 1993.

CONFEDERAÇÃO NACIONAL DO TRANSPORTE; ASSOCIAÇÃO NACIONAL DAS EMPRESAS DE TRANSPORTES URBANOS. **Pesquisa Mobilidade da População Urbana 2017**. Brasília: CNT; NTU, 2017. Disponível em: <<http://www.ntu.org.br/novo/upload/Publicacao/Pub636397002002520031.pdf>> Acesso em: 12 jan. 2017.

EUROPEAN COMMISSION. **Quality approach in tendering urban public transport operations**. Transport Research Fourth Framework Programme Urban Transport – Report 76, 229 p., European Communities. Luxembourg, 1998.

EUROPEAN STANDARD. **EN 13816: Transportation - Logistics and services - Public passenger transport - Service quality definition, targeting and measurement**. Bruxelas, Bélgica, 2002.

KITTELSON & ASSOCIATES, INC. **Transit Capacity and Quality of Service Manual - Report 100**. Transit Cooperative Research Program (TCRP). Washington/DC, EUA, 2003.

KITTELSON & ASSOCIATES, INC; URBITAN, INC; C. S. LKC, INC; MORPACE, I.; QUEENSLAND, U. OF T. **A Guidebook for Developing a Transit Performance-Measurement System - Report 88**. Transit Cooperative Research Program (TCRP). Washington/DC, EUA, 2003.

MORPACE INTERNATIONAL, INC.; CAMBRIDGE SYSTEMATICS, INC. **A Handbook for Measuring Customer Satisfaction and Service Quality - Report 47**. Transit Cooperative Research Program (TCRP). Washington/DC, EUA, 1999.

OLIVEIRA E. F. T.; GRÁCIO, M. C. C. **Análise a respeito do tamanho de amostras aleatórias simples: uma aplicação na área de Ciência da Informação**. DataGramaZero: Revista de Ciência da Informação, v. 6, n. 3, 2005.

RYUS, P.; COFFEL, K.; PARKS, J.; KITTELSON & ASSOCIATES, INC. **A Methodology for Performance Measurement and Peer Comparison in the Public Transportation Industry - Report 141**. Transit Cooperative Research Program (TCRP). Washington/DC, EUA, 2010.



Rio de Janeiro

ANEXO:

QUESTIONÁRIO DA PESQUISA DE SATISFAÇÃO QUALIÔNIBUS

Bom dia/ Boa tarde, meu nome é (DIGA SEU NOME) e estou realizando uma pesquisa de satisfação sobre o transporte coletivo por ônibus em XXXXXX. Gostaria de contar com a colaboração do(a) Sr.(a) em responder a algumas questões. Isso levará poucos minutos. Garantimos que as respostas serão mantidas em absoluto sigilo. Queremos saber a opinião do(a) Sr.(a).

MÓDULO BÁSICO

PERFIL DE USO

H1) Hora de início: ____:_____

U1) Qual o número de dias em que o(a) Sr.(a) utiliza o transporte coletivo por ônibus em uma semana regular?

ENTREVISTADOR: fazer pergunta aberta e marcar de acordo com a resposta.

1. () 5 ou mais dias por semana
2. () 3 ou 4 dias por semana
3. () 1 ou 2 dias por semana
4. () Raramente / menos de uma vez por semana

U2) Normalmente, para qual finalidade o(a) Sr.(a) utiliza o transporte coletivo por ônibus?

ENTREVISTADOR: fazer pergunta aberta e marcar no máximo 2 alternativas.

1. () Trabalho
2. () Estudo
3. () Lazer
4. () Compras
5. () Saúde
99. () Outra. Qual? _____

U3) Normalmente, em que horários o(a) Sr.(a) utiliza o transporte coletivo por ônibus?

ENTREVISTADOR: mostrar questionário e marcar no máximo 3 alternativas.

Manhã

1. () Entre 5h e 7h
2. () Entre 7h e 9h
3. () Entre 9h e 11h
4. () Entre 11h e 13h

Tarde

5. () Entre 13h e 15h
6. () Entre 15h e 17h
7. () Entre 17h e 19h

Noite

8. () Entre 19h e 21h
9. () Entre 21h e 23h
10. () Depois das 23h

U4) Considerando apenas a ida, o(a) Sr.(a) normalmente precisa utilizar quantos ônibus para chegar ao seu destino? _____

U5) Quanto tempo o(a) Sr.(a) gasta em média por dia em transporte, considerando ida e volta em todas as viagens e em todos os modos, não apenas ônibus?

ENTREVISTADOR: fazer pergunta aberta e marcar de acordo com a resposta.

- | | |
|---------------------------|---------------------------|
| 1. () Até 30min | 4. () Entre 1h30min e 2h |
| 2. () Entre 30min e 1h | 5. () Entre 2h e 3h |
| 3. () Entre 1h e 1h30min | 6. () Mais de 3h |

U6) O(a) Sr.(a) poderia ter realizado esta viagem em algum outro modo de transporte? Qual?

ENTREVISTADOR: fazer pergunta aberta e marcar no máximo 3 alternativas.

- | | | |
|----------------------------------|-----------------------------|---|
| 1. () A pé | 6. () Moto como condutor | 11. () Perua/van |
| 2. () Bicicleta | 7. () Moto como passageiro | 12. () Transporte escolar |
| 3. () Automóvel como condutor | 8. () Moto táxi | 13. () Fretado da empresa onde trabalha |
| 4. () Automóvel como passageiro | 9. () Táxi | 14. () Ônibus executivo/suplementar |
| 5. () Automóvel por aplicativo | 10. () Metrô/trem | 99. () Não poderia ter utilizado nenhum outro meio de transporte |

U7) O(a) Sr.(a) utiliza também linhas metropolitanas frequentemente?

- | | |
|------------|------------|
| 1. () Sim | 2. () Não |
|------------|------------|

S15.1) Normalmente, como o(a) Sr.(a) faz o pagamento da sua tarifa?

ENTREVISTADOR: fazer pergunta aberta e marcar 1 alternativa.

- | | | |
|---|---------------------------------|---|
| 1. () Em dinheiro | 4. () Cartão Vale-transporte | 7. () Cartão Isento/Benefício/Gratuidade |
| 2. () Cartão de unidades Usuário comum | 5. () Cartão Escolar/Estudante | 8. () Apresento documento que comprova direito à isenção ou gratuidade |
| 3. () Cartão pessoal Usuário Comum | 6. () Cartão Idoso/Master | |

SATISFAÇÃO GERAL

ENTREVISTADOR: entregar cartão 1 e explicar que as questões a seguir utilizam a escala do cartão em que 1 é “muito insatisfeito” e 5, “muito satisfeito”, além de o entrevistado poder responder “sem condições de opinar” e marcar coluna “SCO”.

Considerando o transporte coletivo por ônibus em XXXXXX, como o(a) Sr.(a) avalia a sua satisfação ou insatisfação com cada um dos seguintes aspectos:

Discordo totalmente -1-	Discordo -2-	Não concordo nem discordo -3-	Concordo -4-	Concordo totalmente -5-	[SCO]	
S1. Acesso ao transporte: facilidade de chegar aos pontos de acesso e circular nas estações e terminais	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]	[SCO]
S2. Disponibilidade: intervalo entre os ônibus nos horários e locais em que necessito	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]	[SCO]
S3. Rapidez do deslocamento, considerando tempos de caminhada, espera e viagem	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]	[SCO]
S4. Confiabilidade: chegada no horário previsto	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]	[SCO]
S5. Transferências entre linhas de ônibus e outros modos de transporte para chegar ao destino	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]	[SCO]
S6. Conforto dos pontos de ônibus: iluminação, proteção, limpeza, quantidade de pessoas	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]	[SCO]
S7. Conforto das estações: iluminação, proteção, limpeza, quantidade de pessoas	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]	[SCO]
S8. Conforto dos terminais: iluminação, proteção, limpeza, quantidade de pessoas	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]	[SCO]
S9. Conforto dos ônibus: iluminação, limpeza, quantidade de pessoas, assentos, temperatura	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]	[SCO]
S10. Atendimento ao cliente: respeito, cordialidade e preparo dos motoristas, cobradores, funcionários e central de atendimento	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]	[SCO]
S11. Informação ao cliente: sobre linhas, horários e outras informações	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]	[SCO]
S12. Segurança pública contra roubos, furtos e agressões no caminho e dentro dos ônibus	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]	[SCO]
S13. Segurança em relação a acidentes de trânsito	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]	[SCO]
S14. Exposição a ruído e poluição gerada pelos ônibus	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]	[SCO]
S15. Forma de pagamento do ônibus e recarga do cartão de transporte	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]	[SCO]
S16. Gasto com transporte coletivo por ônibus	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]	[SCO]
S17. Satisfação geral com o transporte coletivo por ônibus	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]	[SCO]

PERGUNTAS COMPLEMENTARES DE CONCORDÂNCIA

ENTREVISTADOR: entregar cartão 2 e explicar que as questões a seguir utilizam a escala do cartão em que 1 é “discordo totalmente” e 5, “concordo totalmente”, além de o entrevistado poder responder “sem condições de opinar” e marcar coluna “SCO”.

Considerando o transporte coletivo por ônibus em XXXXXX, o quanto o(a) Sr.(a) concorda ou discorda sobre cada uma das seguintes afirmações.

Discordo totalmente -1-	Discordo -2-	Não concordo nem discordo -3-	Concordo -4-	Concordo totalmente -5-	
C1. Utilizar ônibus contribui para a minha qualidade de vida	[1]	[2]	[3]	[4]	[5] [SCO]
C2. Posso confiar no ônibus para meus deslocamentos	[1]	[2]	[3]	[4]	[5] [SCO]
C3. O ônibus enfrenta muito congestionamento	[1]	[2]	[3]	[4]	[5] [SCO]
C4. Frequentemente enfrento situações em que os ônibus estão excessivamente lotados	[1]	[2]	[3]	[4]	[5] [SCO]
C5. Os motoristas conduzem os ônibus de forma segura	[1]	[2]	[3]	[4]	[5] [SCO]
C6. Estaria disposto a pagar mais para ter um serviço de ônibus melhor	[1]	[2]	[3]	[4]	[5] [SCO]
C7. Tenho uma qualidade de serviço adequada para o valor que pago	[1]	[2]	[3]	[4]	[5] [SCO]
C8. Recomendaria o sistema de transporte coletivo por ônibus	[1]	[2]	[3]	[4]	[5] [SCO]

PERFIL DOS CLIENTES

P1) Gênero: 1. () Masculino 2. () Feminino 3. () Outro

P2) Qual a sua idade? _____ () Não informado preencher “99”

P3) Qual a sua escolaridade?

- | | | |
|--------------------------------------|-----------------------------------|---|
| 1. () Analfabeto | 4. () Ensino médio incompleto | 7. () Ensino superior completo |
| 2. () Ensino fundamental incompleto | 5. () Ensino médio completo | 8. () Pós-Graduação/Mestrado/Doutorado |
| 3. () Ensino fundamental completo | 6. () Ensino superior incompleto | |

CONTROLE

Para validar a aplicação da pesquisa, necessitamos registrar o nome e o telefone dos entrevistados para que 10% das entrevistas sejam confirmadas. Vale ressaltar que as informações fornecidas são tratadas com sigilo absoluto.

C01) Nome do entrevistado: _____

C02) Telefone do entrevistado: _____

C03) Em que cidade/bairro o(a) Sr.(a) reside? _____

C04) Local/Linha: _____

C05) Data: _____

C06) Pesquisador: _____

H2) Horário de término: __:__

MÓDULOS DETALHADOS (OPCIONAIS)

ENTREVISTADOR: entregar cartão 1 e explicar que as questões a seguir utilizam a escala do cartão em que 1 é “muito insatisfeito” e 5, “muito satisfeito”, além de o entrevistado poder responder “sem condições de opinar” e marcar coluna “SCO”.

Para entender melhor a satisfação do transporte coletivo por ônibus, farei perguntas mais detalhadas sobre temas específicos.

S1) ACESSO AO TRANSPORTE COLETIVO POR ÔNIBUS

Considerando o Acesso ao transporte coletivo por ônibus, qual o nível de satisfação ou insatisfação do(a) Sr.(a) em relação a:

Discordo totalmente -1-	Discordo -2-	Não concordo nem discordo -3-	Concordo -4-	Concordo totalmente -5-	
S1.1 Facilidade de chegar a um dos pontos de acesso (pontos de ônibus, estações e terminais)	[1]	[2]	[3]	[4]	[5] [SCO]
S1.2 Distância até os pontos de acesso (pontos de ônibus, estações e terminais)	[1]	[2]	[3]	[4]	[5] [SCO]
S1.3 Facilidade de embarcar e desembarcar dos ônibus	[1]	[2]	[3]	[4]	[5] [SCO]
S1.4 Existência de boas calçadas e travessias no entorno dos pontos de ônibus, estações e terminais	[1]	[2]	[3]	[4]	[5] [SCO]
S1.5 Existência de informação sobre a localização dos pontos de ônibus, estações e terminais	[1]	[2]	[3]	[4]	[5] [SCO]

S2) DISPONIBILIDADE DE SERVIÇOS DE ÔNIBUS

Considerando a Disponibilidade de serviços de ônibus, qual o nível de satisfação ou insatisfação do(a) Sr.(a) em relação a:

Muito insatisfeito -1-	Insatisfeito -2-	Nem satisfeito nem insatisfeito -3-	Satisfeito -4-	Muito Satisfeito -5-	
S2.1 Existência de linhas ligando minhas origens e destinos	[1]	[2]	[3]	[4]	[5] [SCO]
S2.2 Intervalo entre um ônibus e outro da mesma linha	[1]	[2]	[3]	[4]	[5] [SCO]
S2.3 Disponibilidade de serviços noturnos	[1]	[2]	[3]	[4]	[5] [SCO]
S2.4 Disponibilidade de serviços nos finais de semana	[1]	[2]	[3]	[4]	[5] [SCO]

S3) RAPIDEZ

Considerando a Rapidez, qual o nível de satisfação ou insatisfação do(a) Sr.(a) em relação a:

Muito insatisfeito -1-	Insatisfeito -2-	Nem satisfeito nem insatisfeito -3-	Satisfeito -4-	Muito Satisfeito -5-	
S3.1 Tempo de caminhada para acesso aos pontos de ônibus e estações	[1]	[2]	[3]	[4]	[5] [SCO]
S3.2 Tempo de espera	[1]	[2]	[3]	[4]	[5] [SCO]
S3.3 Tempo de viagem	[1]	[2]	[3]	[4]	[5] [SCO]

→ *FILTRO: Fazer a pergunta S3.4 apenas para quem respondeu 1, 2 ou 3 na questão S3.3.*

S3.4) Qual o principal aspecto que torna o tempo de viagem do(a) Sr.(a) maior que o esperado?

ENTREVISTADOR: mostrar questionário e marcar no máximo 1 alternativa.

- | | |
|---|-----------------------------|
| 1. () Distância do deslocamento | 5. () Obras e desvios |
| 2. () Linhas não vão diretamente ao destino | 6. () Excesso de semáforos |
| 3. () Congestionamentos | 99 () Outro. Qual? _____ |
| 4. () Tempos necessários para transferências | |

S3.5) Na maioria dos seus deslocamentos, o(a) Sr.(a) utiliza linhas que circulam por faixas ou corredores de ônibus?

1. () Sim 2. () Não

S4) CONFIABILIDADE

Considerando a Confiabilidade, qual o nível de satisfação ou insatisfação do(a) Sr.(a) em relação a:

Muito insatisfeito -1-	Insatisfeito -2-	Nem satisfeito nem insatisfeito -3-	Satisfeito -4-	Muito Satisfeito -5-	
S4.1 Saída dos ônibus no tempo programado dos pontos de ônibus, estações e terminais	[1]	[2]	[3]	[4]	[5] [SCO]
S4.2 Chegada ao destino final sem atrasos	[1]	[2]	[3]	[4]	[5] [SCO]
S4.3 Congestionamentos enfrentados pelo ônibus	[1]	[2]	[3]	[4]	[5] [SCO]

S5) TRANSFERÊNCIAS

S5.1 O(a) Sr.(a) fez algum tipo de transferência no último mês?

1. () Sim

2. () Não

FILTRO: Fazer as perguntas S5.2 a S5.4 apenas para quem respondeu 1.Sim na questão S5.1.

S5.2 Em que locais o(a) Sr.(a) realizou transferência?

1. () Terminal

2. () Estações

3. () Locais sem infraestrutura especial

Considerando as transferências, qual o nível de satisfação ou insatisfação do(a) Sr.(a) em relação a:

Muito insatisfeito -1-	Insatisfeito -2-	Nem satisfeito nem insatisfeito -3-	Satisfeito -4-	Muito Satisfeito -5-	
S5.3 Tempo necessário para realizar transferências	[1]	[2]	[3]	[4]	[5] [SCO]
S5.4 Quantidade de transferências realizadas	[1]	[2]	[3]	[4]	[5] [SCO]

S5.5) O(a) Sr.(a) costuma utilizar bicicleta para se deslocar?

1. () Sim

2. () Não

FILTRO: Fazer a pergunta S5.6 apenas para quem respondeu 1.Sim na questão S5.5.

Qual o nível de satisfação ou insatisfação do(a) Sr.(a) em relação a:

S5.6 Facilidade de integrar com bicicletas	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]	[SCO]
--	-----	-----	-----	-----	-----	-------

S5.7) Com qual outro modo de transporte o(a) Sr.(a) costuma complementar o seu deslocamento?

- 1. () A pé
- 2. () Bicicleta
- 3. () Automóvel como condutor
- 4. () Automóvel como passageiro
- 5. () Automóvel por aplicativo
- 6. () Moto como condutor
- 7. () Moto como passageiro
- 8. () Moto táxi
- 9. () Táxi
- 10. () Metrô/trem
- 11. () Perua/van
- 12. () Transporte escolar
- 13. () Fretado da empresa onde trabalha
- 14. () Ônibus executivo/suplementar
- 99. () Não uso outro modo para complementar meu deslocamento

S6, S7, S8) CONFORTO DOS PONTOS DE ÔNIBUS, ESTAÇÕES E TERMINAIS

S6.1) O(a) Sr.(a) utiliza Pontos de ônibus?

1. () Sim

2. () Não

S7.1) O(a) Sr.(a) utiliza Estações?

1. () Sim

2. () Não

S8.1) O(a) Sr.(a) utiliza Terminais?

1. () Sim

2. () Não

FILTRO: Fazer as perguntas a seguir de acordo com as respostas anteriores apenas para quem utiliza Pontos de ônibus, Estações ou Terminais.

Considerando o Conforto dos Pontos de ônibus, Estações e Terminais: qual o nível de satisfação ou insatisfação do(a) Sr.(a) em relação a:

Muito insatisfeito -1-	Insatisfeito -2-	Nem satisfeito nem insatisfeito -3-	Satisfeito -4-	Muito Satisfeito -5-
		S6 Pontos de ônibus	S7 Estações	S8 Terminais
2 Iluminação noturna		[1] [2] [3] [4] [5] [SCO]	[1] [2] [3] [4] [5] [SCO]	[1] [2] [3] [4] [5] [SCO]
3 Limpeza		[1] [2] [3] [4] [5] [SCO]	[1] [2] [3] [4] [5] [SCO]	[1] [2] [3] [4] [5] [SCO]
4 Ventilação e temperatura			[1] [2] [3] [4] [5] [SCO]	[1] [2] [3] [4] [5] [SCO]
5 Proteção contra sol e chuva		[1] [2] [3] [4] [5] [SCO]	[1] [2] [3] [4] [5] [SCO]	[1] [2] [3] [4] [5] [SCO]
6 Lotação das áreas de espera		[1] [2] [3] [4] [5] [SCO]	[1] [2] [3] [4] [5] [SCO]	[1] [2] [3] [4] [5] [SCO]
7 Estado de conservação		[1] [2] [3] [4] [5] [SCO]	[1] [2] [3] [4] [5] [SCO]	[1] [2] [3] [4] [5] [SCO]
8 Informação ao cliente		[1] [2] [3] [4] [5] [SCO]	[1] [2] [3] [4] [5] [SCO]	[1] [2] [3] [4] [5] [SCO]
9 Facilidade de circular			[1] [2] [3] [4] [5] [SCO]	[1] [2] [3] [4] [5] [SCO]

S9) CONFORTO DOS ÔNIBUS

Considerando o Conforto dos ônibus, qual o nível de satisfação ou insatisfação do(a) Sr.(a) em relação a:

Muito insatisfeito -1-	Insatisfeito -2-	Nem satisfeito nem insatisfeito -3-	Satisfeito -4-	Muito Satisfeito -5-		
S9.1 Iluminação interna	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]	[SCO]
S9.2 Limpeza	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]	[SCO]
S9.3 Ventilação e temperatura	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]	[SCO]
S9.4 Disponibilidade de lugares para viajar sentado	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]	[SCO]
S9.5 Lotação/quantidade de passageiros	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]	[SCO]
S9.6 Conforto dos assentos	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]	[SCO]
S9.7 Nível de ruído interno	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]	[SCO]
S9.8 Nível de vibração interna	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]	[SCO]
S9.9 Estado de conservação	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]	[SCO]
S9.10 Informação ao cliente: letreiros, mapas, locais de transferência, etc.	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]	[SCO]

S10) ATENDIMENTO AO CLIENTE

Considerando o Atendimento ao cliente, qual o nível de satisfação ou insatisfação do(a) Sr.(a) em relação a:

Muito insatisfeito -1-	Insatisfeito -2-	Nem satisfeito nem insatisfeito -3-	Satisfeito -4-	Muito Satisfeito -5-		
S10.1 Respeito e cordialidade dos motoristas e cobradores	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]	[SCO]
S10.2 Respeito e cordialidade dos demais funcionários em pontos de ônibus, estações e terminais	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]	[SCO]
S10.3 Aparência dos funcionários	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]	[SCO]
S10.4 Preocupação dos funcionários em atender bem ao cliente	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]	[SCO]
S10.5 Preparo dos funcionários para lidar com idosos e pessoas com necessidades especiais	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]	[SCO]
S10.6 Qualidade do serviço da Central de Atendimento ao Usuário	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]	[SCO]

S11) INFORMAÇÃO AO CLIENTE

S11.1) Qual(is) meio(s) o(a) Sr.(a) consulta para obter informações sobre horários e itinerários que não utiliza normalmente?

ENTREVISTADOR: Fazer pergunta aberta. Caso necessário, ler opções abaixo. Marcar no máximo 2 alternativas.

- | | | |
|---|---|------------------------------------|
| 11. () Central de atendimento | 5. () Funcionários/Fiscais | 98. () Não preciso de informações |
| 2. () Site oficial (internet) | 6. () Outras Pessoas | 99. () Outro. Qual? _____ |
| 3. () Aplicativo de celular | 7. () Rádio, TV e Jornal | |
| 4. () Informações em pontos de ônibus/estações | 8. () Não sei onde encontrar informações | |

Considerando a Informação ao cliente, qual o nível de satisfação ou insatisfação do(a) Sr.(a) em relação a:

Muito insatisfeito -1-	Insatisfeito -2-	Nem satisfeito nem insatisfeito -3-	Satisfeito -4-	Muito Satisfeito -5-	
S11.2 Disponibilidade de informações	[1]	[2]	[3]	[4]	[5] [SCO]
S11.3 Quantidade de informações sobre horários e itinerários	[1]	[2]	[3]	[4]	[5] [SCO]
S11.4 Facilidade de entender as informações disponíveis	[1]	[2]	[3]	[4]	[5] [SCO]

S12) SEGURANÇA PÚBLICA

Considerando a Segurança pública, qual o nível de satisfação ou insatisfação do(a) Sr.(a) em relação a:

Muito insatisfeito -1-	Insatisfeito -2-	Nem satisfeito nem insatisfeito -3-	Satisfeito -4-	Muito Satisfeito -5-	
S12.1 Segurança no caminho para os pontos de ônibus e estações (contra roubos/furtos/agressões)	[1]	[2]	[3]	[4]	[5] [SCO]
S12.2 Segurança nos pontos de ônibus e estações e terminais (contra roubos/furtos/agressões)	[1]	[2]	[3]	[4]	[5] [SCO]
S12.3 Segurança dentro dos ônibus (contra roubos/furtos/agressões)	[1]	[2]	[3]	[4]	[5] [SCO]
S12.4 Assédio físico e moral a homens e mulheres nos ônibus	[1]	[2]	[3]	[4]	[5] [SCO]

S13) SEGURANÇA EM RELAÇÃO A ACIDENTES DE TRÂNSITO

Considerando a Segurança em relação a acidentes de trânsito, qual o nível de satisfação ou insatisfação do(a) Sr.(a) em relação a:

Muito insatisfeito -1-	Insatisfeito -2-	Nem satisfeito nem insatisfeito -3-	Satisfeito -4-	Muito Satisfeito -5-		
S13.1 Segurança em relação a acidentes de trânsito no caminho para os pontos de ônibus, estações e terminais	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]	[SCO]
S13.2 Qualidade das faixas de segurança, travessias e semáforos no caminho para os pontos de ônibus, estações e terminais	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]	[SCO]
S13.3 Segurança em relação a acidentes de trânsito durante a viagem	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]	[SCO]
S13.4 Forma como os motoristas conduzem os ônibus	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]	[SCO]

S14) EXPOSIÇÃO AO RUÍDO E A POLUIÇÃO GERADOS PELOS ÔNIBUS

Considerando a Exposição ao ruído e a poluição, qual o nível de satisfação ou insatisfação do(a) Sr.(a) em relação a:

Muito insatisfeito -1-	Insatisfeito -2-	Nem satisfeito nem insatisfeito -3-	Satisfeito -4-	Muito Satisfeito -5-		
S14.1 Exposição ao ruído gerado pelos ônibus	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]	[SCO]
S14.2 Exposição à poluição do ar durante a espera pelo ônibus e a viagem (fumaça, cheiro)	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]	[SCO]

S15) FORMA DE PAGAMENTO DO ÔNIBUS E RECARGA OU COMPRA DE CRÉDITOS PARA O CARTÃO DE TRANSPORTE

S15.1) Normalmente, como o(a) Sr.(a) faz o pagamento da tarifa?

ENTREVISTADOR: fazer pergunta aberta e marcar 1 alternativa.

1. () Em dinheiro
2. () Cartão de unidades Usuário comum
3. () Cartão pessoal Usuário comum
4. () Cartão Vale-transporte
5. () Cartão Escolar/Estudante
6. () Cartão Idoso/Master
7. () Cartão Isento/Benefício/Gratuidade
9. () Apresento documento que comprova à isenção ou gratuidade

FILTRO: Fazer as perguntas S15.2 à S15.6 apenas para quem respondeu 3, 4 ou 5 na questão S15.1

S15.2) O(a) Sr.(a) mesmo que faz recarga do seu cartão? Onde o(a) Sr.(a) recarrega?

1. () Faço a recarga pela internet
2. () Faço a recarga em postos de venda autorizados
3. () Faço a recarga em estações/terminai
4. () Faço a recarga dentro dos ônibus
5. () Outra pessoa recarrega para mim
6. () Meu empregador recarrega
99. () Outro. Qual? _____

FILTRO: Fazer a pergunta S15.3, S15.5 e S15.6 para quem respondeu 2 na questão S15.1.

Considerando a Facilidade para comprar créditos e o cartão de transporte, qual o nível de satisfação ou insatisfação do(a) Sr.(a) em relação a:

Muito insatisfeito -1-	Satisfeito -2-	Nem satisfeito nem insatisfeito -3-	Satisfeito -4-	Muito satisfeito -5-	
S15.3 Facilidade de encontrar pontos de venda de cartões	[1]	[2]	[3]	[4]	[5] [SCO]
S15.5 Horário de funcionamento dos pontos de venda e recarga	[1]	[2]	[3]	[4]	[5] [SCO]
S15.6 Filas nos pontos de venda e recarga	[1]	[2]	[3]	[4]	[5] [SCO]

FILTRO: Fazer as perguntas S15.3 à S15.6 apenas para quem respondeu 2, 3 ou 4 na questão S15.2.

Considerando a Facilidade para comprar créditos e o cartão de transporte, qual o nível de satisfação ou insatisfação do(a) Sr.(a) em relação a:

Muito insatisfeito -1-	Satisfeito -2-	Nem satisfeito nem insatisfeito -3-	Satisfeito -4-	Muito satisfeito -5-	
S15.3 Facilidade de encontrar pontos de venda de cartões	[1]	[2]	[3]	[4]	[5] [SCO]
S15.4 Facilidade de encontrar pontos de recarga/compra de crédito	[1]	[2]	[3]	[4]	[5] [SCO]
S15.5 Horário de funcionamento dos pontos de venda e recarga	[1]	[2]	[3]	[4]	[5] [SCO]
S15.6 Filas nos pontos de venda e recarga	[1]	[2]	[3]	[4]	[5] [SCO]

Considerando a Facilidade para pagar o ônibus, qual o nível de satisfação ou insatisfação do(a) Sr.(a) em relação a:

Muito insatisfeito -1-	Insatisfeito -2-	Nem satisfeito nem insatisfeito -3-	Satisfeito -4-	Muito Satisfeito -5-		
S15.7 Facilidade para pagar dentro ou fora do ônibus	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]	[SCO]
S15.8 Filas para pagamento dentro do ônibus	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]	[SCO]

S16) GASTO

Considerando o Gasto com transporte coletivo por ônibus, qual o nível de satisfação ou insatisfação do(a) Sr.(a) em relação a:

Muito insatisfeito -1-	Insatisfeito -2-	Nem satisfeito nem insatisfeito -3-	Satisfeito -4-	Muito Satisfeito -5-		
S16.1 Valor da tarifa	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]	[SCO]
S16.2 Valor da tarifa em relação à distância percorrida	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]	[SCO]
S16.3 Qualidade de serviço em relação ao valor pago	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]	[SCO]
S16.4 Valor gasto com ônibus em relação à renda mensal	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]	[SCO]

16.5) O(a) Sr.(a) recebe algum auxílio para arcar com os custos da tarifa?

1. () Sim, do meu empregador
 2. () Sim, de outra pessoa
 3. () Não, pago do meu próprio bolso
 4. () Sou isento/tenho gratuidade

S18) PESSOAS COM DEFICIÊNCIA

S18.1) O(a) Sr.(a) possui ou costuma acompanhar alguma pessoa com deficiência? Qual?

1. () Não

Sim, Físico-motora	2. () Possui	3. () Acompanho
Sim, Visual	4. () Possui	5. () Acompanho
Sim, Auditiva	6. () Possui	7. () Acompanho
Sim, Intelectual	8. () Possui	9. () Acompanho
Sim, Múltipla	10. () Possui	11. () Acompanho
Sim, Psicossocial	12. () Possui	13. () Acompanho
Sim, Outra. Qual? _____	14. () Possui	15. () Acompanho

FILTRO: Fazer as perguntas S18.2 à S18.12 apenas para quem respondeu Sim na questão S18.1.

Considerando o uso do sistema de ônibus por pessoas com deficiência, qual o nível de satisfação ou insatisfação do (a) Sr.(a) em relação a:

Muito insatisfeito -1-	Satisfeito -2-	Nem satisfeito nem insatisfeito -3-	Satisfeito -4-	Muito satisfeito -5-	
S18.2 Informação sonora	[1]	[2]	[3]	[4]	[5] [SCO]
S18.3 Pisos táteis	[1]	[2]	[3]	[4]	[5] [SCO]
S18.4 Informação tátil (mapas táteis, em Braille)	[1]	[2]	[3]	[4]	[5] [SCO]
S18.5 Existência de funcionários para dar informação e auxiliar pessoas com deficiência	[1]	[2]	[3]	[4]	[5] [SCO]
S18.6 Preparação dos funcionários para atender pessoas com deficiência	[1]	[2]	[3]	[4]	[5] [SCO]
S18.7 Acessibilidade até os pontos de embarque	[1]	[2]	[3]	[4]	[5] [SCO]
S18.8 Acessibilidade dos pontos de ônibus para pessoas com deficiência	[1]	[2]	[3]	[4]	[5] [SCO]
S18.9 Acessibilidade das estações para pessoas com deficiência	[1]	[2]	[3]	[4]	[5] [SCO]
S18.10 Acessibilidade dos terminais para pessoas com deficiência	[1]	[2]	[3]	[4]	[5] [SCO]
S18.11 Acessibilidade dos ônibus para pessoas com deficiência	[1]	[2]	[3]	[4]	[5] [SCO]
S18.12 Facilidade para acessar e usar o serviço de ônibus por pessoas com deficiência	[1]	[2]	[3]	[4]	[5] [SCO]

S18.13) Quais os principais problemas que o(a) Sr.(a) ou seu acompanhante enfrenta para usar o sistema de transporte? O Sr.(a) pode marcar mais de uma alternativa se necessário.

1. () Falta de informação acessível
(pisos táteis, informação sonora e tátil, funcionários capacitados)
2. () Faltam funcionários para auxiliar
3. () Dificuldade para acessar os pontos de ônibus, estações e terminais
4. () Frota não é acessível
99. () Outro: _____

D1) PERCEPÇÕES SOBRE O ÔNIBUS

ENTREVISTADOR: entregar cartão 2 e explicar que as questões a seguir utilizam a escala do cartão em que 1 é "discordo totalmente" e 5, "concordo totalmente", além de o entrevistado poder responder "sem condições de opinar" e marcar coluna "SCO".

O quanto o(a) Sr.(a) concorda ou discorda sobre as seguintes afirmações:

Discordo totalmente -1-	Discordo -2-	Não concordo nem discordo -3-	Concordo -4-	Concordo totalmente -5-	
D1.1 É fácil usar o sistema de transporte coletivo por ônibus	[1]	[2]	[3]	[4]	[5] [SCO]
D1.2 Sei onde encontrar uma informação se precisar usar um serviço de ônibus não habitual	[1]	[2]	[3]	[4]	[5] [SCO]
D1.3 As informações oferecidas no site oficial são claras e suficientes para minhas necessidades	[1]	[2]	[3]	[4]	[5] [SCO]
D1.4 Uma cidade com menos carros e motos seria mais agradável para viver	[1]	[2]	[3]	[4]	[5] [SCO]
D1.5 Os veículos que circulam na cidade prejudicam o clima do planeta	[1]	[2]	[3]	[4]	[5] [SCO]
D1.6 Me sinto seguro quanto a acidentes de trânsito andando de ônibus	[1]	[2]	[3]	[4]	[5] [SCO]
D1.7 O ônibus é um modo de transporte mais seguro que o automóvel	[1]	[2]	[3]	[4]	[5] [SCO]
D1.8 Posso confiar que o ônibus chega ao destino sem interrupções de viagem ou quebras	[1]	[2]	[3]	[4]	[5] [SCO]
D1.9 O sistema de transporte coletivo por ônibus me passa uma boa imagem	[1]	[2]	[3]	[4]	[5] [SCO]

D2) ESCOLHA MODAL

ENTREVISTADOR: entregar cartão 2 e explicar que as questões a seguir utilizam a escala do cartão em que 1 é "discordo totalmente" e 5, "concordo totalmente", além de o entrevistado poder responder "sem condições de opinar" e marcar coluna "SCO".

Sobre a Escolha do Ônibus para realizar seus deslocamentos, o quanto o(a) Sr.(a) concorda ou discorda sobre as seguintes afirmações:

Discordo totalmente -1-	Discordo -2-	Não concordo nem discordo -3-	Concordo -4-	Concordo totalmente -5-		
D2.1 Utilizo o ônibus porque é mais barato que outros modos de transporte	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]	[SCO]
D2.2 Utilizo o ônibus porque é mais rápido que os outros modos de transporte	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]	[SCO]
D2.3 Utilizo o ônibus porque é mais conveniente que outros modos de transporte	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]	[SCO]
D2.4 Utilizo o ônibus porque não tenho outro modo de transporte	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]	[SCO]
D2.5 Preferiria andar de automóvel a andar de ônibus	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]	[SCO]
D2.6 Preferiria andar de moto a andar de ônibus	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]	[SCO]
D2.7 Preferiria andar de bicicleta a andar de ônibus	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]	[SCO]
D2.8 Preferiria andar a pé a andar de ônibus	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]	[SCO]
D2.9 Hoje utilizo o ônibus mais do que utilizava há um ano atrás	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]	[SCO]

D3) EVOLUÇÃO

ENTREVISTADOR: entregar cartão 3 e explicar que a questão a seguir utiliza a escala "No último ano", em que 1 é "piorou muito" e 5, "melhorou muito", além de o entrevistado poder responder "sem condições de opinar" e marcar coluna "SCO".

Como o(a) Sr.(a) avalia as mudanças no transporte coletivo por ônibus?

Piorou muito -1-	Piorou -2-	Não piorou nem piorou -3-	Melhorou -4-	Melhorou muito -5-		
D3.1 No último ano, o serviço de transporte coletivo por ônibus:	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]	[SCO]

ENTREVISTADOR: entregar cartão 3 e explicar que a questão a seguir utiliza a escala “Daqui para frente”, em que 1 é “vai piorar muito” e 5, “vai melhorar muito”, além de o entrevistado poder responder “sem condições de opinar” e marcar coluna “SCO”.

Vai piorar muito -1-	Vai piorar -2-	Não vai melhorar nem piorar -3-	Vai melhorar -4-	Vai melhorar muito -5-				
D3.2 Daqui para a frente acredito que o transporte coletivo por ônibus:			[1]	[2]	[3]	[4]	[5]	[SCO]

D4) PROBLEMAS

D4.1) No último mês, o(a) Sr.(a) teve algum problema no sistema de transporte coletivo por ônibus?

1. () Sim

2. () Não

FILTRO: Fazer as perguntas D4.2 a D4.5 apenas para quem respondeu 1.Sim na questão D4.1.

D4.2) Que tipos de problemas o(a) Sr.(a) teve?

ENTREVISTADOR: Resposta espontânea e marcar na lista abaixo, máximo 3 itens.

1. () Acidentes/Direção agressiva

7. () Falta de respeito /discussão /briga entre os passageiros

2. () Tempo de espera elevado

8. () Insegurança com relação a roubos, furtos e assaltos

3. () Atraso durante a viagem

10. () Quebra

4. () Dificuldades com o pagamento

11. () Superlotação

5. () Falta de informação sobre trajetos e horários

98. Outros: _____

6. () Falta de respeito dos cobradores e motoristas

99. Outros: _____

D4.3) Já havia enfrentado esses problemas anteriormente?

1. () Sim, todos 2. () Nem todos 3. () Não, nenhum

D4.4) Os problemas foram comunicados ao órgão gestor ou à empresa de transporte?

1. () Sim, todos 2. () Nem todos 3. () Não, nenhum

FILTRO: Fazer a pergunta D4.5 apenas para quem respondeu 1 ou 2 na questão D4.4.

D4.5) Os problemas foram solucionados ou tiveram resposta?

1. () Sim, todos 2. () Nem todos 3. () Não, nenhum

D4.6) Dos problemas apresentados quais o(a) Sr.(a) considera os mais graves, marcando até 3 alternativas?

ENTREVISTADOR: apresentar o cartão 4, e marcar com um "X" os 3 problemas mais graves.

	Quais os 3 mais graves?
1. Acidentes/Direção agressiva	
2. Tempo de espera elevado	
3. Atraso durante a viagem	
4. Dificuldades com o pagamento	
5. Falta de informação sobre trajetos e horários	
6. Falta de respeito dos cobradores e motoristas	
7. Falta de respeito/discussão/briga entre os passageiros	
8. Insegurança com relação a roubos, furtos e assaltos	
9. O ônibus não parar no ponto	
10. Quebra	
11. Superlotação	
99. Outros (especificar) _____	

D5) IMPACTOS DE NOVOS SISTEMAS / AÇÕES / PROGRAMAS

D5.1 O(a) Sr.(a) gasta menos tempo no transporte coletivo com o Novo Sistema? Em média quanto tempo a menos?

ENTREVISTADOR: fazer pergunta aberta e marcar de acordo com a resposta.

- | | |
|------------------------------|---------------------------|
| 1. () Não gasto menos tempo | 4. () Entre 30min e 1h |
| 2. () Até 15 minutos | 5. () Entre 1h e 1h30min |
| 3. () Entre 15min e 30min | 6. () Mais de 1h30min |

D5.2 Como o(a) Sr.(a) realizava seus deslocamentos antes do Novo Sistema?

ENTREVISTADOR: pergunta espontânea, marcar no máximo 3 alternativas.

- | | | |
|----------------------------------|-----------------------------|---|
| 1. () A pé | 6. () Moto como condutor | 11. () Transporte escolar |
| 2. () Bicicleta | 7. () Moto como passageiro | 12. () Fretado da empresa onde trabalha |
| 3. () Automóvel como condutor | 8. () Moto táxi | 13. () Ônibus executivo/suplementar |
| 4. () Automóvel como passageiro | 9. () Metrô/trem | 99. () Não poderia ter utilizado nenhum outro meio de transporte |
| 5. () Automóvel por aplicativo | 10. () Perua/van | |

ENTREVISTADOR: entregar cartão 3 e explicar que a questão a seguir utiliza a escala "No último ano", em que 1 é "piorou muito" e 5, "melhorou muito", além de o entrevistado poder responder "sem condições de opinar" e marcar coluna "SCO".

Como o(a) Sr.(a) percebe o impacto das seguintes medidas para melhorar o sistema?

Piorou muito -1-	Piorou -2-	Não piorou nem piorou -3-	Melhorou -4-	Melhorou muito -5-		
D5.3 Implantação de bilhetagem eletrônica	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]	[SCO]
D5.4 Requalificação dos pontos de ônibus	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]	[SCO]
D5.5 Renovação da frota	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]	[SCO]
D5.6 Campanha de combate ao abuso contra mulheres	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]	[SCO]

D6) EVASÃO TARIFÁRIA

D6.1) Qual é a opinião do(a) Sr.(a) sobre uma pessoa que deveria pagar a tarifa, mas entra no sistema sem pagar?

ENTREVISTADOR: *mostrar questionário e marcar no máximo 1 alternativa.*

1. () Acho certo, pois a tarifa é muito cara

2. () Não acho errado se a pessoa não tiver condições de pagar a tarifa

3. () Indiferente, pois não me diz respeito

4. () Errado, mas não prejudica outras pessoas

5. () Muito errado, pois está prejudicando outras pessoas

99. () Outro. Qual? _____

D6.3) O(a) Sr.(a) já viu alguém que deveria pagar a tarifa entrar no sistema sem pagar?

1. () Não, nunca vi

2. () Sim, uma vez/poucas vezes

3. () Sim, vejo com frequência

FILTRO: *Fazer a pergunta 6.2 apenas para quem respondeu 1 a 4 na questão D6.1.*

D6.2) O(a) Sr.(a) sabia que o não pagamento da tarifa acarreta maior custo para os usuários pagantes?

1. () Sim

2. () Não

FILTRO: *Fazer a pergunta 6.4 apenas para quem respondeu 2 ou 3 na questão D6.3.*

D6.4) Na última semana, o (a) Sr.(a) viu aproximadamente quantas pessoas que deveriam pagar a tarifa entrarem no sistema sem pagar?

1. () Nenhuma

2. () 1 ou 2 pessoas

3. () 3 a 5 pessoas

4. () 6 a 10 pessoas

5. () mais de 10 pessoas

QUALIÔNIBUS
PESQUISA DE
SATISFAÇÃO

1

Muito insatisfeito	Insatisfeito	Nem insatisfeito, nem satisfeito	Satisfeito	Muito satisfeito
1	2	3	4	5

 WRI BRASIL 

QUALIÔNIBUS
PESQUISA DE
SATISFAÇÃO

2

Discordo totalmente	Discordo	Não concordo, nem discordo	Concordo	Concordo totalmente
1	2	3	4	5

 WRI BRASIL 

QUALIÔNIBUS
PESQUISA DE
SATISFAÇÃO

3

NO ÚLTIMO ANO

Piorou muito	Piorou	Nem melhorou, nem piorou	Melhorou	Melhorou muito
1	2	3	4	5

DAQUI PARA FRENTE

Vai piorar muito	Vai piorar	Não vai melhorar, nem piorar	Vai melhorar	Vai melhorar muito
1	2	3	4	5

 WRI BRASIL 



4

RENDA

5

1. Até 1 salário mínimo (até R\$ 954,00)
2. Entre 1 e 1,5 salário mínimo (R\$ 954,01 a R\$ 1.431,00)
3. Entre 1,5 e 2 salários mínimos (R\$ 1.431,01 a R\$ 1.908,00)
4. Entre 2 e 3 salários mínimos (R\$ 1.908,01 a R\$ 2.862,00)
5. Entre 3 e 5 salários mínimos (R\$ 2.852,01 a R\$ 4.770,00)
6. Entre 5 e 10 salários mínimos (R\$ 4.770,01 a R\$ 9.540,00)
7. Mais de 10 salários mínimos (mais de R\$ 9.540,00)

AGRADECIMENTOS

As autoras agradecem nossos parceiros estratégicos institucionais, que viabilizam a infraestrutura do WRI: Ministério das Relações Exteriores dos Países Baixos, Ministério das Relações Exteriores da Dinamarca e Agência Sueca de Cooperação para o Desenvolvimento Internacional.

As autoras agradecem às seguintes pessoas por suas contribuições, orientações e revisões: Daniela Facchini, Virgínia Tavares, Priscila Pacheco, Matheus Jotz, André Jacobsen, Manon Masi, Joana Oliveira, Alexandre Castro, Claudio Alves Ferreira Júnior, Reinaldo Germano dos Santos Júnior, Simone Lopes de Moura Tonioni e Vladimir Tavares Constante. As autoras também agradecem a FedEx Corporation e Children's Investment Fund Foundation (CIFF) pelo apoio financeiro e conceitual no desenvolvimento do Programa QualiÔnibus.

SOBRE AS AUTORAS

MARIANA MÜLLER BARCELOS

Analista de Mobilidade Urbana do WRI Brasil

CRISTINA ALBUQUERQUE MOREIRA DA SILVA

Gerente de Mobilidade Urbana do WRI Brasil

SOBRE O WRI BRASIL

O WRI Brasil é um instituto de pesquisa que transforma grandes ideias em ações para promover a proteção do meio ambiente, oportunidades econômicas e bem-estar humano. Atua no desenvolvimento de estudos e na implementação de soluções sustentáveis em clima, florestas e cidades. Alia excelência técnica à articulação política e trabalha em parceria com governos, empresas, academia e sociedade civil.

O WRI Brasil faz parte do World Resources Institute (WRI), instituição global de pesquisa com atuação em mais de 50 países. O WRI conta com o conhecimento de aproximadamente 700 profissionais em escritórios no Brasil, China, Estados Unidos, Europa, México, Índia, Indonésia e África.



SOBRE A FEDEX CARES

A FedEx Cares, plataforma de investimento em comunidades da FedEx, foi idealizada com o objetivo de utilizar as habilidades pessoais e capacidades operacionais dos membros da equipe da empresa para que eles façam a diferença no mundo. A iniciativa destaca as prioridades da FedEx ao ajudar pessoas, comunidades e negócios a prosperarem. A FedEx Cares tem cinco áreas prioritárias, desenvolvidas em linha com os pontos fortes do negócio, e que tratam de alguns dos problemas globais de maneira cuidadosa.

Essas áreas incluem: Entregas para o Bem, Segurança no Trânsito, Empreendedorismo Global, Caminhos para Empregabilidade e Transporte Sustentável. Dentro do pilar de Transporte Sustentável, a FedEx e o WRI Ross Center for Sustainable Cities têm trabalhado juntos nos últimos oito anos para aprimorar o acesso a um transporte público sustentável e de qualidade. Por meio de pesquisa, capacitação e projetos piloto, a FedEx e o WRI impactaram mais de 4,9 milhões de pessoas que moram em cidades localizadas no Brasil, México, China e Índia. Para saber mais sobre a plataforma FedEx Cares e a meta de investir US\$ 200 milhões em mais de 200 comunidades globais até 2020, acesse o site cares.fedex.com.



