



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO TOCANTINS
CAMPUS UNIVERSITÁRIO DE ARAGUAÍNA
CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM LOGÍSTICA**

GEICIARA GOMES NASCIMENTO

SATISFAÇÃO DO USUÁRIO DE TRANSPORTE ALTERNATIVO: Um estudo com
usuários da cidade de Araguaína-TO

ARAGUAÍNA-TO
2019

GEICIARA GOMES NASCIMENTO

SATISFAÇÃO DO USUÁRIO DE TRANSPORTE ALTERNATIVO: Um estudo com usuários da cidade de Araguaína-TO

Trabalho de Conclusão de Curso, na modalidade de artigo, apresentado à Universidade Federal do Tocantins (UFT) - Campus Universitário de Araguaína para a obtenção do título de Tecnólogo em Logística, sob a orientação da Professora Especialista Marcia Thiely de Macedo.

ARAGUAÍNA-TO
2019

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
Sistema de Bibliotecas da Universidade Federal do Tocantins

N244s Nascimento, Geiciara Gomes.
Satisfação do usuário de transporte alternativo: Um estudo com usuários da cidade de Araguaína-TO. / Geiciara Gomes Nascimento. – Araguaína, TO, 2019.
22 f.
Artigo de Graduação - Universidade Federal do Tocantins – Câmpus Universitário de Araguaína - Curso de Logística, 2019.
Orientador: Marcia Thiely de Macedo
1. Transporte alternativo. 2. Satisfação. 3. Serviço. 4. Passageiro. I. Título

CDD 658.5

TODOS OS DIREITOS RESERVADOS – A reprodução total ou parcial, de qualquer forma ou por qualquer meio deste documento é autorizado desde que citada a fonte. A violação dos direitos do autor (Lei nº 9.610/98) é crime estabelecido pelo artigo 184 do Código Penal.

Elaborado pelo sistema de geração automática de ficha catalográfica da UFT com os dados fornecidos pelo(a) autor(a).

GEICIARA GOMES NASCIMENTO

SATISFAÇÃO DO USUÁRIO DE TRANSPORTE ALTERNATIVO: Um estudo com usuários da cidade de Araguaína-TO

Trabalho de Conclusão de Curso, na modalidade de artigo, apresentado à Universidade Federal do Tocantins (UFT), Campus Universitário de Araguaína para a obtenção título de Tecnólogo em Logística, e aprovado em sua forma final pela orientadora e pela Banca Examinadora.

Data da aprovação: 04/12/2019

Banca examinadora:

Marcia Thiely de Macedo
Orientadora: Profa. Esp. Marcia Thiely de Macedo - Universidade Federal do Tocantins (UFT)

Giane Lourdes Alves de Souza Figueiredo
Membro: Profa. Ma. Giane Lourdes Alves de Souza Figueiredo - Universidade Federal do Tocantins (UFT)

Werton da Silva Souza
Membro: Prof. Dr. Werton da Silva Souza - Universidade Federal do Tocantins (UFT)

SATISFAÇÃO DO USUÁRIO DE TRANSPORTE ALTERNATIVO: Um estudo com usuários da cidade de Araguaína-TO

Geiciara Gomes Nascimento¹
Marcia Thiely de Macedo²

RESUMO

O presente artigo trata-se da satisfação dos usuários de transporte alternativo que utilizam no percurso das cidades de Araguaína/Palmas. A pesquisa teve como objetivo identificar o nível de satisfação dos usuários de transporte alternativo. Como instrumento para coleta de dados foi utilizado um questionário de autopreenchimento com usuários na rodoviária da cidade de Araguaína. O estudo propôs apresentar, interpretar e discutir as relações entre as variáveis da pesquisa, como também testar as hipóteses referente ao modelo conceitual, proposto por meio de uma pesquisa de natureza transversal com abordagem quantitativa, os dados coletados foram analisados por aplicações e técnicas estatísticas paramétricas; cálculos de estatística descritiva; média, desvio padrão e correlações; cálculos estatísticas multivariadas; análise de regressão linear múltipla pelos métodos (*enter* por meio do *softwares* SPSS. Versão 22.0). Os resultados obtidos mostraram quanto ao nível de satisfação de clientes dos usuários, tendo como percepção de preço justo e qualidade no atendimento as variáveis mais influência para satisfação.

Palavras-chaves: Transporte alternativo. Satisfação. Serviço. Passageiro

ABSTRACT

The present article deals with the satisfaction of alternative transport users who use the route of the cities of Araguaína / Palmas. The research aimed to identify the level of satisfaction of users of alternative transport. As a tool for data collection, a self-completed questionnaire was used, having as field for data collection the bus station of the city of Araguaína. The study proposed to present, interpret and discuss the relationships between the research variables, as well as to test the hypotheses regarding the conceptual model, proposed through a cross-sectional research with quantitative approach, the collected data were analyzed by parametric statistical applications and techniques. ; descriptive statistics calculations; mean, standard deviation and correlations; multivariate statistical calculations; Multiple linear regression analysis by methods (*enter* using SPSS software. Version 22.0). The results showed that the level of customer satisfaction of users, having as perception of fair price and quality of service the variables most influence for satisfaction.

Keywords: Alternative transportation. Satisfaction. Service. Passenger

¹ Acadêmica do curso de Tecnologia em Logística da Universidade Federal do Tocantins, e-mail: geiccygomez@gmail.com

² Professora do curso de Tecnologia em Logística da Universidade Federal do Tocantins, e-mail: marcia.thiely@gmail.com

1 INTRODUÇÃO

O transporte alternativo causa menos impactos ao meio ambiente e consegue locomover uma quantia maior de passageiro com isso torna-se um facilitador para quem quer viajar sem muitos custos e descansar no percurso, com o transporte de passageiro alternativo (vans ou micro ônibus), consegue ter uma menor ocupação viária e ser um dos principais meios de acessibilidade social, cultural e econômica.

O transporte alternativo é essencial para o crescimento da cidade, fundamental para assegurar o movimento nas cidades, contribui para a redução de congestionamentos, tempo e custo de deslocamento no trânsito. Para cada cidade existe uma maneira de prestação de serviço em relação ao serviço de transporte, é necessário que as cidades tenham suas individualidades na prestação de serviço conforme suas possibilidades de prestação de serviço.

A pesquisa teve como questão problema, quais fatores influências no nível de satisfação dos usuários de transporte alternativo na cidade de Araguaína-TO? O transporte tem uma função na organização e na estruturação do espaço urbano, uma vez que o crescimento e desenvolvimento das cidades ocorreram fortemente vinculados aos sistemas de transporte (KNEIB, 2010). A importância desse estudo é entender qual é a satisfação dos passageiros que utilizam o transporte no percurso entre as cidades de Araguaína e Palmas e vice-versa.

O presente trabalho tem como objetivo geral identificar o nível de satisfação dos usuários de transporte alternativo no percurso das cidades de Araguaína/Palmas do estado do Tocantins, sequencialmente os objetivos específicos foram descrever sobre transportes alternativos para os passageiros, transcrever o nível de satisfação dos usuários que utilizam os transportes alternativos no percurso das cidades de Araguaína /Palmas do estado do Tocantins e analisar por métricas quantitativas o índice de satisfação dos serviços de transportes alternativos de passageiros.

De maneira sucinta, o artigo está organizado na seguinte forma: a seção 2 apresenta o referencial teórico relacionado ao transporte de passageiro e a satisfação em serviços; a seção 3 descreve a abordagem metodológica proposta para avaliar a qualidade do transporte alternativo no percurso de Araguaína a Palmas, segundo a percepção dos usuários, mostrando os resultados de um estudo realizado com o intuito de analisar a satisfação dos usuários; e, por fim a seção 4 apresenta as considerações finais.

2.1 Transportes de passageiros

O transporte de passageiros é o ato de locomoção por meio de veículos entre cidades, estados ou países, conforma a Agência Tocantinense de Regulação, Controle e Fiscalização (ATR) do estado do Tocantins prefere o serviço de transporte de passageiros intermunicipais é atender à demanda de deslocamento da população entre as cidades do Estado do Tocantins, tendo as viagens programadas para acontecerem em dias e horários fixos com pontos de partida e destino estabelecidos pela agência. O deslocamento de pessoas em cidades do estado é caracterizado como fluxo contínuo podendo ser utilizado ônibus ou micro-ônibus. As medidas de desempenho elaboradas devem focar nos objetivos e metas que determinado sistema de transporte busca atingir, além de levar em consideração, no mesmo grau de importância, a visão do usuário e os impactos para a sociedade de um modo geral (BROCHADO, MARRANA, LEITE, 2009).

O transporte alternativo torna-se cada vez mais conhecido e usado como uma forma de economizar e proteger o meio ambiente, por isso muitas pessoas preferem viajar de vans/microônibus pelo motivo de não gastarem muito e ao mesmo tempo descansar nas viagens por não está no volante, o transporte alternativo consegue atender um grande número de pessoas e ter uma menor ocupação no espaço viário. Segundo Nascimento (2010) o ambiente de transportes é constituído por uma série de aspectos inter-relacionados ao sistema de transportes, sejam eles, políticos, socioeconômicos, históricos, culturais, morfoclimáticos e de infraestrutura.

O transporte de passageiros exige uma série de responsabilidades e regras a serem cumpridas, precisa-se cumprir aos determinados órgãos, cada estado tem sua regulação e órgãos de fiscalização, no Tocantins a ATR tem por competências:

[...]regular, controlar e fiscalizar o transporte rodoviário intermunicipal de passageiros no Estado do Tocantins, realizando operações rotineiras de fiscalização do transporte intermunicipal, nos terminais rodoviários do Estado, em suas imediações e nas rodovias, contando com a parceria da Polícia Militar e da Agência Nacional de Transportes Terrestre (ANTT). A fiscalização da ATR verifica a documentação dos prestadores de serviço, dos veículos e dos motoristas; as condições gerais dos veículos (como higiene, conforto e segurança); e o cumprimento dos contratos relativos aos itinerários referentes à frequência e horário (ATR, 2019).

O transporte de passageiros é de fundamental importância e necessita ser monitorado para melhoramento contínuo. Entretanto, cada local possui individualidades e cada cidade tem

sua maneira de prestação de serviço e órgão municipais que regulam este funcionamento. É necessário que cada cidade crie uma maneira de fiscalização de serviço conforme suas possibilidades (MARTINS, 2015).

Para Souza (2006) entende-se enquanto uma alternativa aos deslocamentos da população diante da crise do chamado transporte formal ou regulamentado e em certa medida, uma alternativa de emprego em face ao contexto de crise socioeconômica. Hoje existem várias formas de se locomover e cada transporte tem seu horário específico, com isso fica difícil de haver algum horário sem transporte, percebe-se que existe maior facilidade na procura dos serviços que colaborando com o aumento de fluxo e tendo maiores números de van disponíveis para determinado percurso, a procura pelos serviços de transporte alternativo aumentou pelo fato de terem maior demanda de pessoas para viagem a trabalho, passeio ou férias. Para Martins (2015) o transporte das pessoas auxilia para tornar as cidades um local de constante movimento.

O transporte alternativo ganhou espaço através da necessidade da população que não possuía transporte, isso fez com que aumentasse o número das vans, com isso consegue-se ganhar espaço no mercado, principalmente nos períodos de férias que aumenta a procura por viagens sem muitos custos, sendo uma forma mais segura de viajar e descansar durante o percurso. Contudo, Souza (2009) afirma que os meios de transporte não se colocam apenas como instrumento de movimentação de mercadorias ou pessoas, mas é um dos principais meios de acessibilidade social, cultural e econômica.

O trânsito brasileiro é regulamentado pela Lei 9.503/97 Código de Trânsito Brasileiro (CTB) o Art. 1º fala que “o trânsito de qualquer natureza nas vias terrestres do território nacional, abertas a circulação, rege-se por este Código”. § 2º relata que “o trânsito, em condições seguras, é um direito de todos e dever dos órgãos e entidades competentes do Sistema Nacional de Trânsito, a estes cabendo, no âmbito das respectivas competências, adotar as medidas destinadas a assegurar esse direito”.

O art. 5º “Sistema Nacional de Trânsito (SNT) é um conjunto de órgãos e entidades que tem por finalidade o exercício das atividades de planejamento, administração, normatização, pesquisa, registro e licenciamento de veículos, formação, habilitação, reciclagem de condutores, educação, engenharia, operação do sistema viário, policiamento, fiscalização, julgamento de infrações e de recursos e aplicação das penalidades”.

O transporte alternativo tem que está com todas as documentações em dias e seguir as normas antes do condutor seguir seu percurso, o cumprimento de tais legislações vigentes proporciona aos clientes a sensação de segurança e confiabilidade quanto ao serviço prestado por determinada empresa.

2.2 Preço justo

O preço é um dos aspectos que pode ser determinante na hora da compra de um produto ou aquisição de serviço, ao estabelecer uma estratégia de preço a qual será uma base para decisão das as pessoas, já outras pessoas avaliam não somente o preço, mas também quanto ao conforto, a qualidade, atendimento e entre outros aspectos, então torna-se algo muito relativo. A fidelidade depende da identificação das necessidades dos clientes e o que a empresa faz para satisfazê-las; com isso percebe-se que muitos fatores influenciam na satisfação e que o preço justo é um dos influenciadores na hora da compra. Essas necessidades podem ter um preço justo, uma entrega antes do tempo, um atendimento sincero, etc (KOTLER e KELLER 2000).

A formação do preço do transporte é bastante complexa, pois, além dos custos da atividade, incorpora também fatores locais e conjunturais (MARTINS, 2008). Para chegar a decisão do preço e ser algo justo para todos envolvido, necessita-se sempre informar quanto as inovações e benefícios quanto ao serviço prestado, torná-lo um preço elevado sem que os clientes percebam os benefícios nos serviços, corre-se o risco de perder clientes, mesmo que tenha quebrado alguma peça, pago um documento, precisa-se estar preparado para manutenções dos veículos sendo requisitos primordiais para prestação de serviço de qualidade.

No entanto, as abordagens estão classificadas, basicamente, em três grupos: preço baseado em custos, preço baseado na concorrência, preço baseado no valor para o cliente (HINTERHUBER, 2008). Então para devolver o propósito do preço requer vários objetivos a qual venha ser uma rentabilidade lucrativa e não abusiva, o cliente espera pagar pelo serviço proposto pelo transporte, ou seja, uma troca entre compradores e vendedores. Para Churchill Jr. e Peter (2013) o preço é conceituado como a quantidade de dinheiro que deve ser dada em troca para se adquirir a propriedade ou o direito ao consumo ou à utilização de um produto ou serviço.

O preço na percepção do cliente nem sempre vai ser caro ou barato, pode ser justo diante o serviço prestado pelo transporte alternativo, por esse motivo o preço é considerado uma variável que pode ser caro na visão de um, mas pode ser bem-conceituado na do outro. Nesse sentido Kotler e Keller (2006, p. 140) trabalham o conceito de valor percebido pelo cliente, que, segundo os autores, representa “a diferença entre a avaliação que o cliente potencial faz de todos

os benefícios e custos relativos a um produto ou serviço e as alternativas percebidas”. A percepção do cliente diante do preço surge através do serviço prestado, se o transporte mostra um ótimo serviço torna-se um preço justo diante a compreensão do passageiro.

2.3 Segurança

Segurança é a percepção de achar-se livre de qualquer risco, é importante que cada pessoa crie sua própria expectativa de risco para experimentar a sensação de segurança “estar ou sentir-se seguro perante ameaças ou perigos” (BOOTH, 2005, p.13). Com isso entende-se que segurança é algo relativo que não pode ser descrito, cada pessoa pode sentir segurança em coisas diferentes, por exemplo, sentir-se segura sem usar o cinto de segurança, já outras não sentem essa segurança, então o que é perigoso ou risco para uns não é considerado totalmente inseguro para outros, sempre vai ter alguém que pense diferente.

Quando se realiza uma viagem existe o tempo determinado para se deslocar, considerando que existem algumas fases como a caminho que realiza até o ponto, tempo de espera do transporte e todo percurso dentro do veículo, esses fatores contribuem para chegar a uma percepção se o transporte ou serviço é seguro e confiável. Essas etapas conforme Ferraz Torres (2001) deverão atender a certos requisitos quanto à comodidade e à segurança durante todas as etapas da viagem.

O uso do cinto de segurança é obrigatório segundo Código de Trânsito Brasileiro (CTB) Lei nº 9.503/1997 que determina no seu art. 65 que: “é obrigatório o uso do cinto de segurança para condutores e passageiros em todas as vias do território nacional salvo em situações regulamentadas pelo CONTRAN”. O cinto de segurança é um objeto simples que se destina a segurança dos passageiros e também do condutor, deve-se compreender que o cinto não vai evitar acidentes mais vai diminuir o impacto.

Durante a viagem é necessário que esteja ciente das normas a ser cumprida. Segundo a CTB Os condutores de veículos de transporte coletivo de passageiros devem obrigatoriamente portar a CNH (Carteira Nacional de Trânsito) original (devendo estar habilitados nas Categorias D ou E) e do Certificado de Registro e Licenciamento de Veículo (CRLV). A Resolução do Contran nº 205/ 2006 estabelece os documentos de porte obrigatório e também determina que esses documentos devem ser originais. De acordo com o artigo 133 do CTB o porte do CRLV será dispensado quando no momento da fiscalização for possível ter acesso ao devido sistema informatizado para verificar se o veículo está licenciado, com isso os passageiros sentiram mais seguro sabendo que toda documentação está regularizada.

Os condutores de veículos de transporte alternativo de passageiros também devem portar o comprovante de realização do curso especializado para condutores de veículos de transporte de passageiros, dando a ele a condição de dirigir. O porte desse documento é obrigatório, até que essa informação seja incluída no Registro Nacional de Carteira de Habilitação (RENACH). O RENACH é um banco de dados nacional que registra toda a vida do condutor do veículo, o condutor deve portar o certificado apenas até emitir uma nova CNH, onde conste que está habilitado para esse transporte.

O condutor não poderá realizar ultrapassagem proibição estabelecida pelo trânsito brasileiro, regulamentado pela Lei 9.503/97 Código de Trânsito Brasileiro (CTB) nas situações de: vias de duplo sentido de direção e pista única; Trechos de curva e em aclives sem visibilidade suficiente; Passagens de nível; Pontes e viadutos; Travessias de pedestres, exceto quando houver sinalização permitindo a ultrapassagem; Cruzamentos e suas proximidades. O condutor deve estar atento a todas as normas e colocá-las em prática para que não venha cometer equívoco durante o percurso, com o cumprimento de leis de trânsito e regras do transporte alternativo consegue levar os passageiros com que sintam-se mais seguros.

Ferraz e Torres (2004) relata que acessibilidade, frequência de atendimento, tempo de viagem, lotação, confiabilidade, segurança, características dos veículos, características dos locais de parada, sistema de informação, conectividade, comportamento dos operadores e estados das vias influenciam no quesito segurança. A segurança é composta por uma série de componentes, isso significa que depende do atendimento, do tempo de espera e demais fatores para compor a segurança esperada pelos passageiros, todos esperam que haja segurança no serviço prestado.

2.4 Tempo de espera

Associação Nacional das Empresas de Transporte Urbano - NTU (2014) diante do serviço (cumprimento do horário) tempo total da viagem incluindo tempo de espera, segurança no exterior e no interior dos veículos, gentileza e educação dos funcionários, informações aos usuários nos terminais, pontos de parada e veículos, limpeza e iluminação dos terminais, lotação dos veículos (taxa de ocupação no interior dos veículos), educação dos outros usuários, distâncias da origem até o ponto de embarque e do ponto de desembarque até o destino, características dos veículos (ar condicionado/ assentos estofados/suspensão a ar). Tudo isso compõem para satisfação do tempo de espera, o motorista tem que cumprir com o tempo estabelecido, é importante que o condutor siga todas as características diante do embarque e

desembarque e que esteja ciente para cumpri-lo todos os deveres. Ferraz e Torres (2004) citam que o tempo de viagem corresponde ao tempo gasto no interior dos veículos e depende da velocidade média de transporte e da distância percorrida entre os locais de embarque e desembarque.

Segundo Kawamoto (1984) a duração da viagem em si não significa muito, o mais significativo é a duração em relação entre as modalidades alternativas, uma vez que os usuários comparam intuitivamente com elas. A duração do tempo depende também das avenidas e a locomoção dos passageiros, percebe-se que os passageiros precisam de um tempo para se acomodar e até o transporte sair pode-se atrasar diante o tempo esperado.

O transporte tem a finalidade de promover a gestão de pessoas ou bens, podendo minimizar custos e tempo, além de maximizar a segurança do transportado, agregando valor aos demais setores, que, em consequência, retroalimentam o setor de transporte (SILVA, 2002). Exige um comprometimento com o tempo de espera do passageiro, é importante certificar-se do horário e quando o transporte ou serviço atrasa, deve-se justificar para que o passageiro fique ciente de tudo que se passa e se houver atrasos que não seja algo constante para que não torne o cliente insatisfeito, o tempo de espera também é um dos maiores influenciadores quanto a satisfação do cliente. Quanto à dinâmica de funcionamento das vans, alguns condutores realizam circuitos de curto e médio tempo dentro da cidade, o destino da van no intuito de completar a lotação.

2.5 Satisfação em serviço

Ao considerar que a satisfação é relativa e que nem sempre o consumidor retornará pelo fato de estar satisfeito, torna-se imperativo conseguir que este esteja totalmente satisfeito. De acordo com Batista (2012, p.11) clientes fiéis reclama quando têm uma experiência ruim, porque querem ver seu problema resolvido, acreditam na marca/empresa e querem melhorá-la [...], “Já os clientes infieis vão embora sem o menor remorso e pior ainda falam mal da empresa”.

Considera-se que tudo que o cliente sente ou acha referente ao produto ou serviço prestado preciso ser levado em consideração, à satisfação é encontrada nos detalhes, por exemplo, em um atendimento, qualidade do serviço ou produto são as principais características para ser analisada. “Não importa apenas saber quem é o cliente, mas como ele é: quais são as

suas características, seus hábitos de compra, suas preferências, suas expectativas etc.” (CHIAVENATO, 2007,). É muito importante conhecer seu cliente, visto que com a insatisfação a empresa (organização) não perde só uma compra, mas sim uma vida inteira de vendas.

A satisfação do consumidor no pós-consumo influencia em seu comportamento, fazendo com que o mesmo esteja favorável à outra experiência na organização, o contrário, a insatisfação poderá acarretar inúmeros problemas e um deles é a reclamação em relação ao desprazer do serviço recebido, como consequência uma imagem negativa da organização e a redução do consumo. De acordo com Schiffman e Kanuk (2009, p. 5) “a satisfação do cliente é a percepção individual do desempenho do produto ou serviço em relação as suas expectativas”, ou seja, satisfazer o cliente é ultrapassar as expectativas procurando as melhores formas de atender suas necessidades.

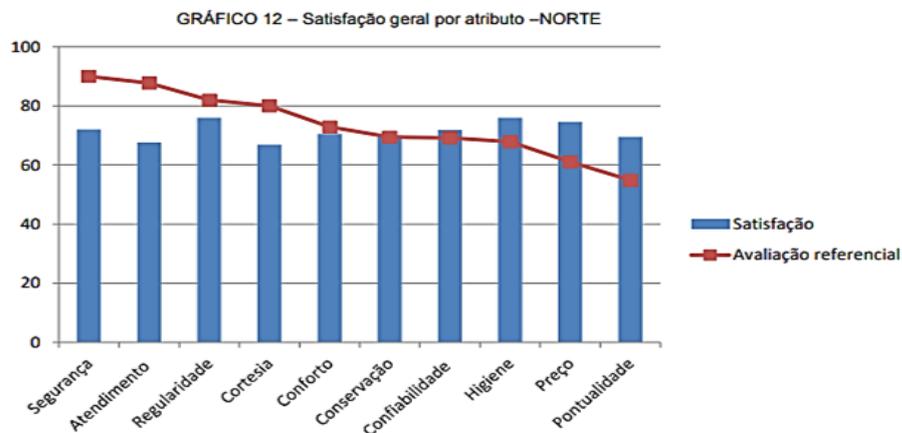
É um conceito muito amplo quando se refere a satisfação do cliente, por diversos contextos principalmente agora que a percepção e opinião das pessoas são levadas mais séria, ganhar cliente pela satisfação é ter a certeza de dever cumprido, hoje em dia é uma coisa fácil e ao mesmo tempo difícil, pelo fato de cada pessoa tem um gosto diferente, conseguir atender a maioria já é um ponto positivo, entretanto consideraremos o valor para o cliente, ou seja, o potencial que um produto possui para satisfazer às necessidades ou desejos destes clientes (SHETH, 2001,).

As empresas adotam maneira para ter a certeza de estarem realmente satisfazendo seus clientes e como estão reagindo com as inovações que surge no percurso do processo, hoje em dia com muitos concorrentes é essencial saber a reação do cliente diante o produto ou serviço prestado, se foi de prazer ou de desapontamento. Segundo Kotler (2012) a satisfação dos clientes é a ligação entre o que os consumidores imaginavam a respeito do produto com a execução real do produto que eles desejavam, isso pode ser a causa para voltarem a frequentar a empresa novamente, além de recomendarem aos seus ciclos de convívio.

Para entender-se um pouco a mente humana ou o que se passa nela, precisa-se entender o que é satisfação na percepção do consumidor, tendo várias opiniões diferentes, mas o importante é que sempre chega em um ponto comum como um bom atendimento ou até mesmo uma promoção. Hoffman e Bateson (2010) citam que existem diversos benefícios em se gerar satisfação aos clientes, um dos benefícios citados pelos autores é a propaganda boca a boca positiva que pode se converter no surgimento de novos clientes. Essa forma de informação boca a boca é importante saber-se que muitas pessoas só compram por indicações, então é uma forma eficaz de se fazer propaganda e obter mais clientes.

A satisfação dos consumidores é um importante aspecto para empresas em um ambiente competitivo, esse atributo é visto como uma oportunidade para a organização saber seus pontos fracos e fortes e também auxilia na melhoria de sua imagem perante seus atuais e futuros clientes (KOTLER, 2012). Na figura 2 trata-se de uma pesquisa quanto a satisfação de transporte rodoviário na região norte do País, que inclui o estado do Tocantins.

Figura Satisfação geral por atributo da região no norte do Brasil.



Fonte: Relatório de Resultados Transporte Rodoviário de Passageiros. MK pesquisa/ ANTT (2018, p. 24).

A figura 1 refere-se a uma pesquisa de satisfação dos usuários de serviços regulados pela Agência Nacional de Transportes Terrestres - ANTT realizada no Brasil, na região norte conforme os atributos avaliados mostram a satisfação de acordo com a avaliação referencial que tem como objetivo de atribuir parâmetros de excelência aos atributos de forma proporcional à importância informada pelo usuário (MK PESQUISA, 2018).

“Quando o ponto da linha vermelha (avaliação referencial) estiver abaixo da parte superior da barra azul (satisfação do usuário), significa que a avaliação dos entrevistados foi superior a referencial para aquele atributo”. (MK PESQUISA, 2018). Observa-se que a avaliação referencial diminui quanto a confiabilidade, higiene, preço justo e pontualidade, sendo quesitos que se deve levar em consideração em termos de melhorias de serviços prestados aos clientes de transporte terrestres.

Entre os principais resultados no norte do Brasil, destacamos: pontualidade, conservação, atendimento da empresa e confiabilidade da viagem são os atributos cuja satisfação dos usuários mais superam a avaliação referencial, ou seja, que apresentam maior diferença positiva; já a segurança é o atributo que apresenta maior diferença negativa entre o

índice de satisfação e a avaliação referencial (MK PESQUISA, 2018). A segurança devia ser prioridade em qualquer circunstância, principalmente quando fala-se no deslocamento de pessoas que é algo que deve-se ter segurança, quesito que aumenta a satisfação na hora da escolha do transporte.

2.6 Qualidade no atendimento

Quando fala-se de qualidade em atendimento cada pessoa tem um ponto de vista diferente quanto ao serviço prestado, uns dizem que gostam de ter um bom atendimento, mas outros dizem que é o preço baixo ou até mesmo a qualidade, a mesma não deve ter uma definição formada, mas deve ser levada em consideração as formas de pensar ou de pesquisa realizada anualmente para ter certeza que seus clientes estão satisfeitos com o serviço prestado. Para Paixão (2012) quando o consumidor está satisfeito com o produto/serviço ele tende a voltar a repetir seu comportamento de compra, o que o eleva à categoria de cliente leal à organização.

Segundo Deming (1990) qualidade é um atributo de produtos e serviços, mas pode-se referir a tudo que é feito pelas pessoas. Qualidade é o que vai definir o resultado de um trabalho bem-feito. A partir do momento que o passageiro compra a passagem, o mesmo já tem direito de receber um serviço prestado de qualidade pelo transporte e de ser deixado no seu destino final, o transporte alternativo possui uma parcela significativa da população que depende dele para se locomover.

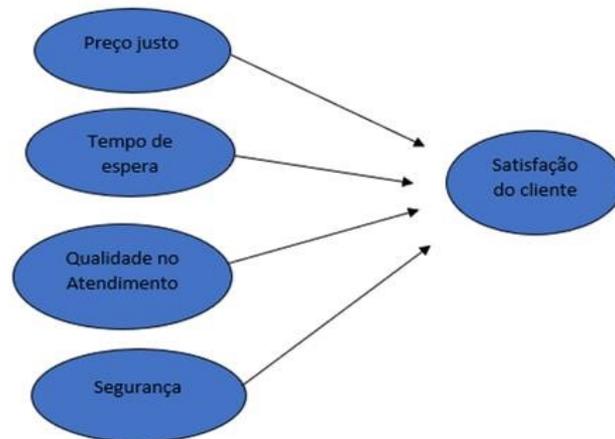
Em relação à qualidade do serviço de transportes, Rodrigues (2006) enfatiza que no setor de transportes na maioria das vezes, a qualidade é empregada mais como meio de redução de custos, do que um objetivo a ser alcançado a fim da sobrevivência das empresas, tendo em vista a estrutura do mercado atual. Existem reclamações do transporte alternativo, como o atraso e as trocas de rotas, mais quando isso acontece informam os funcionários do novo percurso para que a escala da rota seja atualizada. O transporte tem uma função na organização e na estruturação do espaço urbano, uma vez que o crescimento e desenvolvimento das cidades ocorreram fortemente vinculados aos sistemas de transporte (KNEIB, 2010).

Segundo Freitas (2005) apesar de muito abordado em pesquisas científicas, o tema “Qualidade em Serviços” ainda é objeto de muitas discussões entre pesquisadores, gerentes e administradores. Em sua essência, este questionamento é decorrente do envolvimento de dois objetos de entendimento não tão triviais: qualidade e serviços. Um serviço de qualidade não pode

ter-se uma definição concreta por qualidade ser muito variável, mais se ela consegue atender as necessidades ou interesse do cliente considera-se qualidade.

Com base nos estudos deste trabalho foi construído o modelo de pesquisa (figura 2) para melhor análise do cenário e identificação do nível de satisfação dos usuários de transporte alternativo da cidade de Araguaína -TO.

Figura 2: Modelo satisfação de usuários de transporte alternativo.



Fonte: dados da pesquisa

O modelo é composto de quatro variáveis independentes que são: preço justo, tempo de espera, qualidade no atendimento e segurança e como variável dependente a satisfação dos clientes, que são os usuários de transporte alternativo no percurso de Araguaína – Palmas no estado do Tocantins. Tendo as seguintes hipóteses realização da pesquisa:

H1. A percepção de preço justo influencia diretamente na satisfação do cliente de transporte alternativo.

H2. O tempo de espera influencia diretamente na satisfação do cliente de transporte alternativo.

H3. O atendimento influencia diretamente na satisfação do cliente de transporte alternativo.

H4. A segurança influencia diretamente na satisfação do cliente de transporte alternativo.

3. METODOLOGIA

5.1 Participantes

Para construção desse trabalho, a escolha dos participantes foi de acordo com a disponibilidade dos usuários que utilizam o transporte alternativo para cooperação da pesquisa e a quantidade se deu pela limitação quanto ao campo de coleta de dados. No entanto,

considerando-se que foram utilizadas apenas análise estatístico descritiva e análise multivariadas (regressão linear múltiplas). Atendeu-se os critérios recomendados por Hair, Anderson, Tatham e Black (2005) e Tabachnick e Fidell (2001).

Nesta pesquisa foram coletados dados dos usuários de transporte alternativo que utilizam no percurso de Araguaína/Palmas e vice-versa, obtido mostra que foram 121 respondentes, O grupo sendo constituído de 77 mulheres e 44 homens, estado civil a média de casados foi de 42,1% e de solteiros 50,4%, médias de idade 32,28 com Desvio Padrão de 13,73 e a média de escolaridade onde ensino fundamental é de 23,1%; ensino médio de 39,9%; superior incompleto 19,8% e superior completo de 17, 4%.

O instrumento para coleta de dados foi através de questionário de autopreenchimento para obtenção de resultado, utilizou-se a escala *Likert* de (1 a 5) (1=discordo totalmente, 5=concordo totalmente) para as variáveis, preço justo, tempo de espera, qualidade no atendimento e satisfação do cliente a escala *Likert* de (1 a 5) (1 = sempre, 5 = nunca) para variável segurança, a aplicação do questionário foi aplicado presencial na rodoviária da cidade de Araguaína, ao qual facilitou na coleta de dados pelo fato de ser o local com maior movimentação quanto ao fluxo de pessoas para utilização de transporte alternativo entre as cidades de Araguaína/Palmas.

5.2. Análise de dados

Os dados coletados, todos representado por numérico, formaram um banco de dados para tratamento no software *statistical package of for the social sciencis* (SPSS) versão 22.0. foi realizada uma análise exploratória dos dados para observar a entrada de dados e as respostas que foram fidedignas e as omissas. Após a análises exploratórias realizou-se uma análise descritivas dos participantes da pesquisa, assim como a correlação entre as variáveis (r Pearson) Posteriormente as análises estatísticas multivariadas foram realizadas por meio de modelos de regressão linear múltipla hierárquica *enter* utilizando-se o subprograma *regression* do SPSS, versão 22.0. Na sequência estão apresentados os resultados obtidos, sua interpretação e discussão com base na literatura.

4. APRESENTAÇÃO E DISCUSSÕES DE RESULTADO

Os resultados estão organizados em duas seções, com a finalidade de sistematizar sua discussão. Na primeira seção, apresentam-se, interpretam-se e discutem-se os resultados das análises descritivas referentes às médias e desvios-padrão e correlações (r de Pearson) entre as

variáveis satisfação do cliente, percepção do preço justo, tempo de espera, qualidade no atendimento e segurança. Na segunda, apresentam-se, interpretam-se e discutem-se modelos de regressões lineares múltiplas, pelo método *enter*, tendo como variável dependente a satisfação do cliente e variáveis independentes a percepção do preço justo, tempo de espera, qualidade no atendimento e segurança.

4.1. Análise descritiva

Na tabela 1 descreve quanto as médias das variáveis, desvio padrão e coeficiente de correlação de Pearson (r), e também os índices de confiabilidades das escalas utilizadas no estudo. Observa-se que a variável dependente, satisfação do cliente, obteve uma média superior (Média=2,42; DP=0,699) ao ponto médio da escala de respostas (valor = 3). Percebe-se que a média de resposta quanto a satisfação foi abaixo da média.

Tabela 1: Sumário das estatísticas descritivas, coeficiente de correlação (r de Pearson) entre as variáveis de estudo (n= 121).

Variáveis	Média	DP	Escala de respostas	1	2	3	4	5
1. Satisfação de clientes	2,42	0,699	1 a 5					
2. Percepção de preço justo	2,45	0,651	1 a 5	0,266**				
3. Tempo de espera	2,47	0,578	1 a 5	0,009	-0,125			
4. Qualidade no atendimento	2,73	0,611	1 a 5	-0,115	0,145	-0,092		
5. Segurança	3,40	0,657	1 a 5	0,046	0,076	-0,157	0,026	

Fonte: dados da pesquisa. *** $p < 0,001$; ** $p < 0,01$; * $p < 0,10$

Os dados da tabela 1 observa-se a variável percepção de preço justo com (média = 2, 45; DP= 0,651), variável tempo de espera com (média = 2,47; DP= 0,578), quanto a variável qualidade no atendimento obteve a (média= 2,73; DP= 0,611) e por último a variável segurança com (média= 3,40; DP= 0,657) todas ao ponto médio da escala de respostas (valor=3). Observando que a única variável que teve valor acima do ponto médio da escala de respostas foi a segurança, que se utilizou a escala *likert* de 1 a 5 (1=sempre a 5= nunca) que pode-se aferir

que os entrevistados não se sentem totalmente seguros quanto a utilização do serviço de transporte alternativo.

Quanto a outras informações relevantes pode-se observar através da Tabela 1 os índices de correlações obtidas entre as variáveis deste estudo, Miles e Shevlin (2001) argumentam que se pode definir os níveis das correlações entre variáveis em: baixas ($\leq 0,10$); moderadas ($\leq 0,30$), medianas ($\leq 0,50$) e elevadas ($> 0,50$). Esta concepção será adotada neste estudo para descrever a matriz de correlação.

Análise de correlação entre a variável satisfação do cliente e percepção ao preço justo mostra-se moderada ($r = 0,266^{**}$, $p \leq 0,01$) sendo a única correlação positiva dentre as variáveis testadas do modelo. Observa-se a correlação entre a satisfação de cliente e o tempo de espera ($r = 0,009$) ressalta-se que não houve correlação positiva.

Percebe-se ainda com a correlação entre qualidade no atendimento e satisfação de clientes também teve correlação negativa ($r = 0,115$) que mostra que nesta pesquisa a qualidade no atendimento não contribui para compor a satisfação do cliente. Por último observa-se a correlação entre satisfação de clientes e a segurança ($r = 0,046$) mostrando que também teve correlação negativa.

4.2 Análises estatísticas multivariadas

Na tabela 2 apresentam-se os resultados das análises de regressão múltipla linear (*enter*) apontando o modelo com variável dependente e as regressores, o total de aplicação provido pelo respectivo modelo (R^2 Modelo) e o coeficiente de regressão (beta não padronizado), que expressa quanto cada variável independente contribui para a predição do critério por meio de unidade em termos de desvio padrão.

Tabela 2. Modelo de regressão sobre satisfação de clientes de transporte alternativos

Variável dependente	Regressores	R ² modelo	“Betas não padronizados”
Satisfação do Cliente	Percepção de preço justo	0,259 (F= 4,837; p < 0,01)	0,098***
	Tempo de espera		0,133
	Qualidade no atendimento		0,127*
	Segurança		0,109

Fonte: dados da pesquisa, *** p < 0,001; ** p < 0,01; * p < 0,10.

Os resultados das análises de regressão linear múltipla pelo método *enter* contidas no modelo hipotético da Tabela 2 possibilitam identificar os impactos causados diretamente pelos antecedentes da satisfação do cliente, neste caso foi testado as variáveis percepção do preço justo, tempo de espera, qualidade no atendimento e segurança. Bisquerra, Sarriera e Martinez (2004) expõem que, por intermédio das análises multivariadas é possível identificar o percentual de contribuição oferecida coletivamente pelas variáveis contidas no modelo sobre a explicação da variável critério, multiplicando o valor do R^2 do modelo por 100, como também, ao se multiplicar o valor do R^2 parcial por 100 pode se obter o percentual de explicação de cada variável antecedente sobre a variável critério.

Observa-se na tabela 2 quanto ao resultado da análise da regressão linear múltipla que as variáveis: percepção de preço justo, tempo de espera, qualidade no atendimento e segurança influencia em 25,9% (r^2 do modelo = 0,259) para a satisfação do cliente que utilizam o transporte alternativo no percurso entre as cidades de Araguaína/Palmas.

A tabela 2 mostra-se ainda os betas não padronizados das quatro variáveis quanto a satisfação do cliente, a percepção do preço justo obteve $b = 0,098$, isso explica que para cada unidade de acréscimo na percepção de preço justo aumentará 0,098 na satisfação do cliente. Pode-se observar a veracidade da *H1* tendo em vista que para o usuário pagar um preço justo possibilita uma parcela quanto a satisfação do cliente na aquisição do serviço de transporte alternativo, e assim provando que o preço justo influencia diretamente na satisfação do cliente.

Observa-se ainda quanto à qualidade no atendimento com $b = 0,127$, que explica que para cada unidade de acréscimo na qualidade no atendimento aumentará 0,127 na satisfação do cliente. Mostrando que a *H3* é verdadeira, podendo aferir que a qualidade no atendimento é um dos fatores que contribui para a satisfação do cliente, assim a qualidade no atendimento influencia diretamente na satisfação do cliente de transporte alternativo. Quanto as variáveis, tempo de espera e segurança não tiveram as hipóteses confirmadas, ou seja, não influenciando para a satisfação do cliente de transporte alternativo desta pesquisa.

Portanto os resultados mostram que a pesquisa teve um baixo grau de satisfação quanto aos serviços de transporte alternativo e que as variáveis estudadas tiveram pouca influência na satisfação, precisando ainda de estudos mais aprofundado quanto ao assunto. Contudo pode perceber que a percepção de preço justo e a qualidade no atendimento foram as variáveis que influenciam na satisfação dos serviços.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O estudo propôs analisar a satisfação dos usuários de transporte alternativo que utilizam no percurso das cidades de Araguaína/Palmas com intuito de obter informações sobre o nível de satisfação dos usuários do transporte de passageiros alternativo relacionado ao preço justo, tempo de espera, atendimento e segurança, a qual entendeu-se a relação das variáveis diante da satisfação de cliente, a pesquisa mostrou que o preço justo é influenciador na satisfação do transporte de passageiro e a qualidade no atendimento também teve correlação com a satisfação de cliente.

Diante da pesquisa percebe-se a importância quanto avaliação da satisfação dos usuários, tendo como limitação a coleta de dados dos passageiros que estava utilizando o transporte alternativo por (vans ou micro ônibus) de Araguaína/Palmas, tendo que contar com a disponibilidade dos passageiros para responder o questionário de autopreenchimento, os objetivos da pesquisa foram atendidos e os métodos para análise de dados utilizados foi satisfatório.

As variáveis utilizadas para a avaliação do nível de satisfação do usuário do transporte alternativo intermunicipal contribuíram de forma efetiva, podendo avaliar quanto as informações necessárias para o estudo, apesar de serem confirmadas apenas duas hipóteses H1 e H3 do modelo de pesquisa, mas sendo possível compreender parte realidade e variáveis que contribuem para a satisfação do usuário.

Recomenda-se para pesquisas futuras o aprofundamento quanto ao assunto satisfação dos usuários de transporte alternativos de demais percursos com maior quantitativa de amostras em relação às variáveis abordadas percepção de preço justo, tempo de espera, qualidade de atendimento e segurança ou inclusão de mais variáveis para que se possa aferir quanto a satisfação em serviços de transporte.

REFERÊNCIAS

- AGÊNCIA TOCANTINENSE DE REGULAÇÃO, CONTROLE E FISCALIZAÇÃO. **O que é o transporte intermunicipal de passageiros regular?** Disponível em <<https://atr.to.gov.br/o-que-e-o-transporte-intermunicipal-de-passageiros-regular/>> Acesso dia 13 de novembro de 2019.
- ASSOCIAÇÃO NACIONAL DAS EMPRESAS DE TRANSPORTE URBANO - NTU **Anuário 2013/2014**. Disponível em: Acesso em: 19 de mar. 2015.
- BATISTA, F.F. **Modelo de gestão do conhecimento para a administração pública brasileira: como implementar a gestão do conhecimento para produzir resultados em benefício do cidadão**. Brasília: Ipea, 2012. 11P.
- BISQUEIRA, R.; SARRIERA, J.C.; MARTINEZ, F. **Introdução à Estatística: enfoque informático com o pacote estatístico SPSS**. Porto Alegre: Artmed, 2004.
- BNDES-Banco Nacional do Desenvolvimento. **Site institucional**. Disponível em: www.bndes.gov.br/SiteBNDES/bndes/bndes_pt/Institucional/apoio_financeiro/porte. Acesso: 15 mai. 2015.
- BRASIL. Assembleia Legislativa. - Regulamentação do Trânsito Brasileiro o. **Código de Trânsito Brasileiro (CTB)**. 1. ed. p. 3-90. 1997
- CHIAVENATO, Idalberto. Administração: **Teoria, processo e prática**. 4.ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.
- CHURCHILL Jr., G. A.; PETER, J. P. Marketing: **Criando valor para o cliente**. 3. ed. São Paulo: Saraiva, 2013.
- FERRAZ, A. C. P e TORRES, I. G. E. Transporte Público Urbano. Editora Rima, São Carlos – SP. Martins, S. (2008) **Estudo da formação do frete rodoviário e potencial de conflitos em negociações**. cadeias do agronegócio Brasileiro.vol. 10, n. 1, pp. 73 87, (2001)
- FERRAZ, A. C. P.; TORRES, I. G.E. **Transporte público urbano**. São Paulo, Rima Editora, 2004. BOOTH, Ken (ed.) (2005) *Critical Security Studies and World Politics*. Boulder: Lynne Rienner Publishers.
- Freitas, A. L. P. (2005) **A qualidade em serviços no contexto da competitividade**. Produção On-line, Florianópolis, v. 5, n. 1, março.
- HAIR, J. F.; ANDERSON, R.E.; TATHAM, R.L.; BLACK, W. **Análise multivariada de dados**. Porto Alegre: Bookman, 2005.
- HINTERHUBER, A. Customer value-based pricing strategies: **why companies resist**. **Journal of Business Strategy**, v. 29, n. 4, p. 41-50, 2008.
- KAWAMOTO, E.(1984) **Custo E Nível De Serviço No Transporte Público Por Ônibus**. São Carlos, Dissertação(Mestrado)-Escola de Engenharia de São Carlos, Universidade de São Paulo.

- KOTLER, P. e ARMSTRONG, G. **Introdução ao Marketing**. 4ª ed. Rio de Janeiro: Editora LTC S/A, 2000.
- KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. **Administração de Marketing**. 14 ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2012.
- LUNARD, Sandro. **Nova lei dos motoristas (13.103/2015): retrocesso e precarização**. Disponível em: Acesso em: 19 jul. 2015.
- MARTINS, W. T. **Índice de Avaliação da Qualidade do Transporte Público por Ônibus a Partir da Definição de Serviço Adequado**. Dissertação (Mestrado em Transportes). Departamento de Engenharia Civil e Ambiental, Faculdade de Tecnologia, Universidade de Brasília, Brasília – DF. M, 2015 h
- MILES, J. N. V.; SHEVLIN, M. E. **Applying regression and correlation: a guide for students and researchers**. London: Sage Publications, 2001.
- NASCIMENTO, H. P. D. **Metodologia para avaliação do nível de qualidade dos terminais no atendimento aos usuários do sistema de transporte interurbano de passageiros**. Brasília. 2010. PREFEITURA DE BELO HORIZONTE.
- Rodrigues, M. O. (2006). **Avaliação da Qualidade do Transporte Coletivo da cidade de São Carlos**. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Transportes). Escola de Engenharia de São Carlos, Universidade de São Paulo, São Carlos – SP.
- SILVA, A. N. Análise da Gestão Estratégica e Operacional: **Um Estudo de Caso na Empresa Intermunicipal de Passageiros Expresso Massayo Ltda**. In: **Congresso Brasileiro de Custos, 2002. Anais eletrônicos... São Paulo 2002**. Disponível em: <<https://anaiscbc.emnuvens.com.br/anais/article/view/2764>>. Acesso em: 27 maio. 2016.
- SOUZA, Diana C. **As Territorialidades Flexíveis do Transporte Alternativo na Cidade do Recife: Os Fluxos das Kombis e Vans entre a Av. Caxangá e o Bairro de Boa Viagem**. Dissertação de Mestrado em Geografia. Recife: UFPE/DCG, 2006.
- SOUZA, V. M. **Análise crítica da infraestrutura de suporte aos alunos do sistema de transporte público escolar rural o caso dos distritos de Trairi**. 2009. Disponível em: . Acesso em: 22 julho 2018.
- Stern, B., Zinkhan, G. M., & Jaju, A. (2001). **Marketing images: construct definition, measurement issue, and theory development**. *Marketing Theory*, 1(2), 201-224. DOI: 10.1177/147059310100100203
- TABACHNICK, B.; FIDELL, L. S. **Using multivariate statistics**. 3 ed. New York: Harper Collins, 2001.
- BROCHADO, A. O.; MARRANA, J. R. S. S. F.; LEITE, M. T. Avaliação do desempenho de linhas ferroviárias. *Revista Brasileira de Gestão e Negócios*. Abril de 2009.