

DECISÃO DE UTILIZAÇÃO DOS SERVIÇOS METROVIÁRIOS E DE ÔNIBUS DE TERESINA: INFLUÊNCIA DA LEALDADE DOS USUÁRIOS NO PROCESSO DE ESCOLHA

Joélcio Braga de Sousa (FACID) E-mail: joelciobs@gmail.com
Gabriel Rocha Barreto de Negreiros (FACID) E-mail: gabrielbareto023@gmail.com
Gesiel Rios Lopes (FACID) E-mail: gesielrios@gmail.com
Francisco Rafael Campos de Macedo (FACID) E-mail: rafaelcamposprofufpi@gmail.com
Jandson Vieira Costa (FACID) E-mail: jandsonvc@gmail.com
Márcio Henrique Yacyszyn Rodrigues (FACID) E-mail: marcio.yrodrigues@facid.edu.br
Ítalo Rodrigo Monte Soares (FACID) E-mail: italo.rodrigo@unifacid.edu.br

Resumo: O objetivo deste estudo foi identificar o nível de lealdade dos usuários do transporte coletivo de Teresina. Para isso, levou-se em consideração uma escala de lealdade já validada abordando os construtos de Lealdade, Satisfação, Valor Hedônico, Valor Utilitário, Conforto e Conveniência. A pesquisa foi quantitativa com a aplicação de questionário por meio eletrônico e a amostra não probabilística por acessibilidade. Em consonância com a literatura, os resultados obtidos indicaram que existe uma relação positiva da importância dada ao nível de lealdade com o uso do serviço de transporte público de metrô. Identificou-se uma discrepância entre os modais, com ênfase no serviço metroviário, onde observou-se um nível maior de satisfação em todos os demais construtos quando comparados com o de ônibus. Este estudo contribui para a literatura de modais e para pesquisas locais.

Palavras-chaves: Alunos, Mercado De Trabalho, Habilidades.

DECISION TO USE TERESINA SUBWAY AND BUS SERVICES: INFLUENCE OF USER LOYALTY IN THE CHOICE PROCESS

The objective of this study was to identify the level of loyalty of public transport users in Teresina. For this, an already validated loyalty scale was taken into account, addressing the constructs of Loyalty, Satisfaction, Hedonic Value, Utility Value, Comfort and Convenience. The research was quantitative with the application of a questionnaire electronically and the non-probabilistic sample for accessibility. In line with the literature, the results obtained indicated that there is a positive relationship between the importance given to the level of loyalty and the use of the subway public transport service. A discrepancy was identified between the modes, with emphasis on the subway service, where a higher level of satisfaction was observed in all other constructs when compared to the bus service. This study contributes to the modal literature and to local research

Keywords: Students, Labor Market, Skills.

1.Introdução

No período de março de 2020 a maio de 2021 a inflação nos transportes foi de 8,60% sendo que foram dez meses de altas seguidas entre junho de 2020 e março de 2021 segundo os dados apresentados no Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo – IPCA medidos pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE. Outro agravante foi a variação de admissão e de dispensas de trabalhadores regidos pela CLTC mensurados pelo Cadastro Geral de Empregados e Desempregados - CAGED que foi de -0,04% em março, -1,80% em abril, -1,15% em maio de 2020, 0,11% em junho de 2020, 0,37% em julho, 0,72% em agosto, 0,75% setembro de 2020, outubro de 1,19%, novembro de 0,71% e dezembro com -0,05% fechando esse período com variação negativa de -0,81% de contratações. Soma-se a todos os fatores mencionados mais o aumento na passagem de ônibus e a redução na frota de ônibus em circulação.

Todos os fatores apresentados servem para mostrar que os usuários dos transportes coletivos públicos (TCP) podem estar sofrendo uma forte influência na forma deles se relacionarem com os serviços oferecidos pelos serviços do metrô e de ônibus de Teresina. Ressalta-se que foi publicado no Diário Oficial do Município de Teresina Nº 3.017 - 11 de

maio de 2021 a instauração de uma Comissão Parlamentar de Inquérito – CPI, para apurar e investigar denúncias de irregularidades na execução do contrato licitatório para exploração das linhas do transporte coletivo urbano de passageiros do Município de Teresina.

Atualmente como principais opções de transporte coletivo público de Teresina/PI, tem – se o serviço metroviário com 13,5km de malha ferroviária e o de ônibus com onze empresas associadas ao Sindicato das Empresas de Transportes Urbanos de Passageiros de Teresina – SETUT sendo elas, Empresa De Transportes Coletivos Ltda – Emtracol, Empresa Viação Piauí Ltda – Emvipi, Expresso Santa Cruz Ltda, Oosvaldo Mendes E Cia Ltda. – Dois Irmãos, Taguatur Taguatinga Transporte e Turismo Ltda, Transportes Coletivos Cidade Verde Ltda, Transportes Coletivos Ltda – Transcol, Transportes São Cristóvão Ltda, Transportes Therezina Ltda, Viação Piauiense Ltda e Viação Santana Ltda.

A justificativa teórica do tema se dá pela a ampliação dada aos estudos realizados sobre a percepção dos usuários quanto aos serviços coletivos públicos de transporte como evidenciado nos trabalhos de Hernández (2010), Shiftam, et al., (2015) e Batarce et al., (2015). A justificativa prática desta pesquisa é fornecer dados e informações a sociedade, profissionais de mercado como agentes públicos e privados quanto a relação do usuário com o serviço metroviário e de ônibus no tocante a satisfação, confiança, conforto e lealdade em relação ao serviço prestado do município de Teresina, visto que os trabalhos mencionados são direcionados a outras realidades.

Os resultados poderão subsidiar a elaboração de estratégias que visem melhorar a qualidade do serviço bem como buscar gerar uma melhor percepção de investidores para futuras Parcerias Público Privadas (PPP). Como cerne da pesquisa tem-se o problema da pesquisa que é como o usuário se relaciona com os serviços de metrô e de ônibus na capital Piauiense. Teve-se uma inflação significativa como já evidenciado e uma alta no nível de desemprego no estado, principalmente nos primeiros meses do surgimento do covid-19. Desse modo, este trabalho busca responder a seguinte pergunta: Qual a percepção de lealdade do usuário do serviço de transporte público no Município de Teresina?

Assim, o presente trabalho buscando responder a tal pergunta tem como objetivo geral, identificar a lealdade dos usuários em relação ao transporte metroviário e de ônibus de Teresina e objetivos específicos, evidenciar a percepção dos usuários quanto ao conforto do transporte metroviário e de ônibus de Teresina, comparar o nível de conveniência quanto a utilização dos transportes metroviário e de ônibus de Teresina, analisar o nível de confiança dos usuários quanto ao serviços dos transportes metroviário e de ônibus de Teresina e mensurar o valor hedônico dos usuários quanto aos serviços dos transportes metroviário e de ônibus de Teresina. A lealdade do usuário tem sido reconhecida como uma proxy do comportamento de compra do indivíduo e define o compromisso de compra ou recompra no futuro (OLIVER, 1981).

Devido a relevância do impacto da lealdade no processo de retenção do indivíduo, empresas estão se esforçando para ampliar a lealdade do consumidor procurando entender suas demandas e buscando oferecer serviços visando a manutenção dos clientes existentes e adesão de novos. (CROSBY et al., 1990); (LAI e CHEN, 2011). Satisfação, recompra e lealdade são variáveis bastante abordadas na literatura Fullerton (2005), Heitmann, Lehmann, e Herrmann (2007), Rauyruen (2007); Shiftan et al., (2015); Chang e Chung (2017). Muitos autores relatam que com certa frequência a satisfação leva à lealdade Guenzi (2004), Dixon et al., (2005), Heitmann et al., (2007), Olsen (2007). Enquanto muitas pesquisas relatam resultados mistos sobre a reaquisição e satisfação Swanson e Davis (2003); Mehta, e Tang (2004); Tsai, Huang, Jaw, e Chen (2006), Rauyruen e Miller (2007). A Teoria da Satisfação e Lealdade vem sendo amplamente utilizada para avaliar a lealdade dos usuários em relação aos serviços públicos de transporte como ferroviário em Sevilha, Espanha De Onã et al., (2015) e ônibus em Shaoxin, China (FU e JUAN,2017).

2.0 Material e Métodos

Este estudo tem como objetivo identificar a lealdade dos usuários em relação ao transporte metroviário e de ônibus de Teresina. Para alcançar o objetivo deste estudo, será empregada uma abordagem quantitativa, descritiva, com corte transversal e coleta de dados primários. Como é impossível atingir toda a população (usuários de transporte coletivo público de Teresina), tampouco utilizar uma amostragem aleatória, a amostra será não probabilística por acessibilidade (HAIR JR., BLACK, BABIN, ANDERSON, E TATHAM, 2009).

Para a coleta de dados, será aplicado um questionário com 49 questões retiradas de construtos validados, visando identificar as variáveis: lealdade, satisfação, valor hedônico, valor utilitário, conforto, conveniência e confiabilidade. Quanto à parte demográfica, serão elaboradas 10 questões dedicadas a coletar dados demográficos como modal que utiliza, frequência, sexo, idade, escolaridade, renda e bairro onde reside.

Com exceção das questões demográficas, as demais utilizarão a escala de Likert, tendo 5 e 1 como os extremos, sendo 1 (Discordo Totalmente), 2 (Discordo), 3 (Indiferente), 4 (Concordo) e 5 (Concordo Totalmente). Antes de aplicar o questionário, será feita a sua submissão à Plataforma Brasil, com o respectivo termo de consentimento livre e esclarecido ou termo de assentimento.

As perguntas realizadas foram feitas com base em uma escala validada. Devido à baixa quantidade de respondentes (101 respondentes, sendo 65 usuários de ônibus e 35 de metrô), decidiu-se seguir o modelo padrão utilizado nesse trabalho tendo por base os construtos: Valor Hedônico, Confiabilidade, Conforto e Lealdade, o que ocasionou a redução das respostas.

Por se tratar de uma pesquisa envolvendo pessoas, os procedimentos adotados nesta pesquisa obedecerão aos critérios da ética em pesquisa com seres humanos, conforme preconiza a Resolução nº 466/12 do Conselho Nacional de Saúde, bem como ao uso do termo de consentimento livre e esclarecido ou termo de assentimento e do cadastro do projeto na Plataforma Brasil para submissão ao Comitê de Ética em Pesquisa-CEP, no qual foi autorizado com o parecer 5.253.901.

3.0 Resultados

De acordo com os dados obtidos, a amostra consta com 65% dos respondentes do sexo feminino e 36% do sexo masculino, sendo esse total distribuído dentro dos dois modais estudados, ônibus e metrô. Tem-se 74% da população ganhando entre 1 e 2 salários mínimos e uma concentração entre pessoas que tem ensino médio completo e superior completo e incompleto.

Tabela 1. Caracterização de amostra.

	Característica	Frequência
Sexo	Masculino	36
	Feminino	65
Renda salarial	De 1 a 2 salários	74
	De 2 a 3 salários	24
	De 3 a 4 salários	3
Nível de escolaridade	Fund. Completo	1
	Med. Incompleto	2
	Med. Completo	29
	Sup. Incompleto	40
	Sup. Completo	20
	Pós-Graduado	9

Faixa Etária	Até 20 anos	29
	Entre 21 e 30 anos	33
	Entre 31 e 40 anos	23
	Entre 41 e 50 anos	23
	Acima de 50 anos	4

Fonte: Próprio autor, 2022.

Através da análise, observa-se que 30,56% dos entrevistados "concordam totalmente" em estar satisfeitos com o serviço de metrô, 50,00% "concordam parcialmente", 8,33% "não discordam nem concordam" e 11,11% "discordam parcialmente" (conforme tabela 2). No caso do serviço de ônibus, 6,25% dos entrevistados "concordam parcialmente" em estar satisfeitos, 3,13% "não discordam nem concordam", 18,75% "discordam parcialmente" e 71,88% "discordam totalmente" (tabela 2). O serviço de uma empresa é uma das características mais importantes para contribuir com a satisfação do cliente, uma vez que, em muitas ocasiões, ele pode agregar ainda mais valor tanto para a empresa quanto para o cliente na busca por determinado objetivo.

	Metrô	%	Ônibus	%
Concordo Totalmente	11	30,56%	0	0,00%
Concordo Parcialmente	18	50,00%	4	6,25%
Não discordo e nem concordo	3	8,33%	2	3,13%
Discordo Parcialmente	4	11,11%	12	18,75%
Discordo Totalmente	0	0,00%	46	71,88%
Total	36	100,00%	64	100,00%

Fonte: Próprio autor, 2022.

Conforme os dados, 44,44% dos respondentes "concordam totalmente" que o metrô será a escolha favorita de transporte no futuro, 38,89% "concordam parcialmente", 8,33% "não discordam e nem concordam" e 8,33% "discordam parcialmente". Além disso, 7,69% dos respondentes "concordam totalmente" que o ônibus será a escolha favorita de transporte no futuro, 15,38% "concordam parcialmente", 13,85% "não discordam e nem concordam", 16,92% "discordam parcialmente" e 46,15% "discordam totalmente" (tabela 3). Podemos inferir que há uma correlação entre o nível de satisfação com o serviço prestado pelas empresas (tabela 2) e a percepção sobre a escolha favorita de transporte no futuro. O sentimento de satisfação é, sem dúvida, algo que pode influenciar a escolha dos usuários em relação ao uso de determinados serviços.

	Metrô	%	Ônibus	%
Concordo Totalmente	16	44,44%	5	7,69%
Concordo Parcialmente	14	38,89%	10	15,38%
Não discordo e nem concordo	3	8,33%	9	13,85%
Discordo Parcialmente	3	8,33%	11	16,92%
Discordo Totalmente	0	0,00%	30	46,15%
Total	36	100,00%	65	100,00%

Fonte: Próprio autor, 2022.

De acordo com a tabela 4, 83,33% dos respondentes informaram que "concordam totalmente" em preferência de metrô quando não há linha de ônibus para o seu destino, 11,11% "concordam parcialmente", 2,78% "discordam parcialmente" e 2,78% "discordam totalmente". Já 31,25% dos respondentes informaram que "concordam totalmente" em

preferência de ônibus quando não há linha de metrô para o seu destino, 23,44% “concordam parcialmente”, 29,68% “não concordam nem discordam”, 4,69% “discordam parcialmente” e 10,94% “discordam totalmente” (tabela 4). As respostas estão diretamente ligadas às tabelas 2 e 3, uma vez que quando há um nível elevado de satisfação em relação a um serviço e se espera que ele seja uma escolha futura, há uma preferência maior já no presente momento.

Tabela 4. Eu prefiro metrô/ônibus quando não tem linha de ônibus/metrô para o meu destino.

	Metrô	%	Ônibus	%
Concordo Totalmente	30	83,33%	20	31,25%
Concordo Parcialmente	4	11,11%	15	23,44%
Não discordo e nem concordo	0	0,00%	19	29,69%
Discordo Parcialmente	1	2,78%	3	4,69%
Discordo Totalmente	1	2,78%	7	10,94%
Total	36	100,00%	64	100,00%

Fonte: Próprio autor, 2022.

Quanto a preferência por metrô mesmo tendo linhas de ônibus a disposição mostrou que, 34,29% responderam que “concordam totalmente”, 31,43% “concordam parcialmente”, 22,86% “não discordam e nem concordam” e 11,43% “discordam parcialmente, em relação a preferir ônibus mesmo tendo linhas de metrô à disposição 12,31% responderam que “concordam totalmente” e “concordam parcialmente”, 20,00% “não discordam e nem concordam”, 15,38% “discordam parcialmente” e 40,00% “discordam totalmente” (tabela 5). O fornecimento de feedback ajuda a incentivar uma equipe a continuar fazendo as coisas de forma correta e ajuda a identificar e corrigir aquilo que pode ser melhorado.

Tabela 5. Eu sempre prefiro metrô/ônibus mesmo tendo linhas de ônibus/metrô a disposição.

	Metrô	%	Ônibus	%
Concordo Totalmente	12	34,29%	8	12,31%
Concordo Parcialmente	11	31,43%	8	12,31%
Não discordo e nem concordo	8	22,86%	13	20,00%
Discordo Parcialmente	4	11,43%	10	15,38%
Discordo Totalmente	0	0,00%	26	40,00%
Total	35	100,00%	65	100,00%

Fonte: Próprio autor, 2022.

De acordo com a tabela 5, 51,43% dos respondentes “concordam totalmente” que o metrô é uma melhor opção em comparação ao ônibus, 31,43% “concordam parcialmente”, 8,57% “não concordam nem discordam” e 8,57% “discordam parcialmente”. Já 9,23% dos respondentes “concordam totalmente” que o ônibus é uma melhor opção em comparação ao metrô, 7,69% “concordam parcialmente”, 21,54% “não concordam nem discordam” e 27,69% “discordam parcialmente” (tabela 6). Podemos assim perceber a relação entre as respostas da tabela 1 e da tabela 6, uma vez que fornecer um serviço positivo melhora a satisfação dos clientes e, com isso, aumenta o nível de escolha por tal serviço em determinados momentos.

Tabela 6. Metrô/Ônibus é uma melhor opção comparada com o ônibus/metrô.

	Metrô	%	Ônibus	%
Concordo Totalmente	18	51,43%	6	9,23%
Concordo Parcialmente	11	31,43%	5	7,69%
Não discordo e nem concordo	3	8,57%	14	21,54%
Discordo Parcialmente	3	8,57%	18	27,69%
Discordo Totalmente	0	0,00%	22	33,85%
Total	35	100,00%	65	100,00%

Fonte: Próprio autor, 2022.

Quanto a opção de continuar andando de metrô mesmo gostando de andar de ônibus, 57,14% dos respondentes “concordam totalmente”, 34,29% “concordam parcialmente”, 5,71% “nem concordam e nem discordam” e 2,86% “discorda parcialmente”, a continuação de continuar andando de ônibus mesmo gostando de andar de metrô, 9,38% “concordam totalmente” e “concordam parcialmente”, 37,50% “nem concordam e nem discordam”, 17,19% “discordam parcialmente” e 26,56% “discordam totalmente” (tabela 7). Seguindo a logica da tabela 2, temos uma satisfação em um setor de uma grande parte não tendo como escolha o outro setor.

	Metrô	%	Ônibus	%
Concordo Totalmente	20	57,14%	6	9,38%
Concordo Parcialmente	12	34,29%	6	9,38%
Não discordo e nem concordo	2	5,71%	24	37,50%
Discordo Parcialmente	1	2,86%	11	17,19%
Discordo Totalmente	0	0,00%	17	26,56%
Total	35	100,00%	64	100,00%

Fonte: Próprio autor, 2022.

De acordo com os dados da tabela 8, 48,57% dos respondentes "concordam totalmente" que não ficam de mau humor ao se deslocarem utilizando o metrô, 42,86% "concordam parcialmente", 5,71% "não concordam e nem discordam" e 2,86% "discordam parcialmente". Em contrapartida, 4,69% dos respondentes "concordam totalmente" que não ficam de mau humor ao se deslocarem utilizando ônibus, 6,25% "concordam parcialmente", 10,94% "não concordam e nem discordam" e 67,19% "discordam totalmente" (tabela 8). Pode-se perceber uma relação entre as tabelas 2, 3 e 8, uma vez que, estando satisfeitos com um determinado serviço que será uma escolha no futuro, os respondentes não ficam de mau humor ao utilizá-lo. Em contrapartida, se não estão satisfeitos com esse serviço e não o escolherão no futuro, os respondentes ficam com mau humor ao utilizá-lo.

	Metrô	%	Ônibus	%
Concordo Totalmente	17	48,57%	3	4,69%
Concordo Parcialmente	15	42,86%	4	6,25%
Não discordo e nem concordo	2	5,71%	7	10,94%
Discordo Parcialmente	1	2,86%	7	10,94%
Discordo Totalmente	0	0,00%	43	67,19%
Total	35	100,00%	64	100,00%

Fonte: Próprio autor, 2022.

De a cordo a tabela 9, 34,29% dos respondentes “concordam totalmente” que se sentem parte da família dos usuários de metrô, 40,00% “concordam parcialmente”, 17,14% “não concordam e nem discordam”, 2,86% “discordam parcialmente” e 5,71% “discordam totalmente”, em contrapartida 9,38% dos respondentes “concordam totalmente” que se sentem parte da família dos usuários de ônibus, 26,56% “concordam parcialmente”, 7,81% “não concordam e nem discordam”, 9,38% “discordam parcialmente” e 40,63% “discordam totalmente” (tabela 9).

	Metrô	%	Ônibus	%
Concordo Totalmente	12	34,29%	10	15,63%
Concordo Parcialmente	14	40,00%	17	26,56%
Não discordo e nem concordo	6	17,14%	5	7,81%
Discordo Parcialmente	1	2,86%	6	9,38%
Discordo Totalmente	2	5,71%	26	40,63%

Total	35	100,00%	64	100,00%
-------	----	---------	----	---------

Fonte: Próprio autor, 2022.

Quanto a se sentir uma relação emocional com uso do transporte público de Teresina, 17,14% dos respondentes “concordam totalmente” que sentem uma relação emocional ao metrô, 51,43% “concordam parcialmente”, 25,71% “não concordam e nem discordam”, 2,86% “discordam parcialmente” e “discordam totalmente”, em relação a sentir uma relação emocional ao serviço de ônibus 11,29% dos respondentes “concordam totalmente”, 9,68% “concordam parcialmente”, 14,52% “ não concordam e nem discordam”, 11,29% “discordam parcialmente” e 53,23% “discordam totalmente” (tabela 10).

Tabela 10. Sinto uma relação emocional em relação ao metrô/ônibus de Teresina.

	Metrô	%	Ônibus	%
Concordo Totalmente	6	17,14%	7	11,29%
Concordo Parcialmente	18	51,43%	6	9,68%
Não discordo e nem concordo	9	25,71%	9	14,52%
Discordo Parcialmente	1	2,86%	7	11,29%
Discordo Totalmente	1	2,86%	33	53,23%
Total	35	100,00%	62	100,00%

Fonte: Próprio autor, 2022.

Quando a gostar de usar o transporte público de Teresina, 60,00% dos respondentes “concordam totalmente” que gostam de utilizar o metrô em Teresina, 37,14% “concordam parcialmente” e 2,86% “não concordam e nem discordam”, de maneira oposta 4,92% dos respondentes “concordam totalmente” que gostam de utilizar o ônibus em Teresina, 9,84% “concordam parcialmente”, 13,11% “ não concordam e nem discordam”, 14,75% “discordam parcialmente” e 57,38% “discordam totalmente” (tabela 11).

Tabela 11. Gosto de usar o metrô/ônibus de Teresina.

	Metrô	%	Ônibus	%
Concordo Totalmente	21	60,00%	3	4,92%
Concordo Parcialmente	13	37,14%	6	9,84%
Não discordo e nem concordo	1	2,86%	8	13,11%
Discordo Parcialmente	0	0,00%	9	14,75%
Discordo Totalmente	0	0,00%	35	57,38%
Total	35	100,00%	61	100,00%

Fonte: Próprio autor, 2022.

Quanto a sensação de escapar do trânsito de Teresina por meio do transporte público, 91,43% dos respondentes “concordam totalmente” que tem a sensação de escapar do trânsito quando uso o metrô de Teresina, e 8,57% “concordam parcialmente”, no oposto 6,56% dos respondentes “concordam totalmente” que tem a sensação de escapar do trânsito quando uso o ônibus de Teresina, 16,39% “concordam parcialmente”, 6,56% “ não concordam e nem discordam”, 18,03% “discordam parcialmente” e 52,46% “discordam totalmente” (tabela 13).

Tabela 13. Tenho a sensação de escapar do trânsito quando uso o metrô/ônibus de Teresina.

	Metrô	%	Ônibus	%
Concordo Totalmente	32	91,43%	4	6,56%
Concordo Parcialmente	3	8,57%	10	16,39%
Não discordo e nem concordo	0	0,00%	4	6,56%
Discordo Parcialmente	0	0,00%	11	18,03%
Discordo Totalmente	0	0,00%	32	52,46%
Total	35	100,00%	61	100,00%

Fonte: Próprio autor, 2022.

Quanto a percepção do serviço prestado, 45,71% dos respondentes “concordam totalmente” Estou satisfeito com o serviço de metrô de Teresina, 40,00% “concordam parcialmente”, 11,43% “não concordam e nem discordam” e 2,86% “discordam

parcialmente”, em relação a satisfação ao serviço de ônibus de Teresina 29,51% dos respondentes “concordam totalmente”, 26,23% “concordam parcialmente”, 8,20% “ não concordam e nem discordam”, 6,56% “discordam parcialmente” e 29,51% “discordam totalmente” (tabela 14).

Tabela 14. Estou satisfeito com o serviço de metrô/ônibus de Teresina.

	Metrô	%	Ônibus	%
Concordo Totalmente	16	45,71%	18	29,51%
Concordo Parcialmente	14	40,00%	16	26,23%
Não discordo e nem concordo	4	11,43%	5	8,20%
Discordo Parcialmente	1	2,86%	4	6,56%
Discordo Totalmente	0	0,00%	18	29,51%
Total	35	100,00%	61	100,00%

Fonte: Próprio autor, 2022.

Conforme a tabela 15, 5,88% dos respondentes “concordam totalmente” que o metrô não tem superlotação, 50,00% “concordam parcialmente”, 11,76% “não concordam e nem discordam”, 23,53% “discordam parcialmente” e 8,82% “discordam totalmente”, já em relação a não ter superlotação em ônibus 1,67% “concordam parcialmente”, 3,33% “ não concordam e nem discordam”, 8,33% “discordam parcialmente” e 86,67% “discordam totalmente” (tabela 15).

Tabela 15. O metrô/ônibus não tem superlotação.

	Metrô	%	Ônibus	%
Concordo Totalmente	2	5,88%	0	0,00%
Concordo Parcialmente	17	50,00%	1	1,67%
Não discordo e nem concordo	4	11,76%	2	3,33%
Discordo Parcialmente	8	23,53%	5	8,33%
Discordo Totalmente	3	8,82%	52	86,67%
Total	34	100,00%	60	100,00%

Fonte: Próprio autor, 2022.

Quanto a temperatura 73,53% dos respondentes “concordam totalmente” estarem satisfeitos com a temperatura dentro do metrô, 20,59% “concordam parcialmente” e 5,88% “discordam parcialmente”, em contrapartida 3,33% “concordam parcialmente” estarem satisfeitos com a temperatura dentro do ônibus, 5,00% “ não concordam e nem discordam” e “discordam parcialmente” e 86,67% “discordam totalmente”.

Tabela 16. Estou satisfeito com a temperatura dentro do metrô/ônibus.

	Metrô	%	Ônibus	%
Concordo Totalmente	25	73,53%	0	0,00%
Concordo Parcialmente	7	20,59%	2	3,33%
Não discordo e nem concordo	0	0,00%	3	5,00%
Discordo Parcialmente	2	5,88%	3	5,00%
Discordo Totalmente	0	0,00%	52	86,67%
Total	34	100,00%	60	100,00%

Fonte: Próprio autor, 2022.

Quanto ao nível de satisfação do serviço, 23,53% dos respondentes “concordam totalmente” estarem satisfeitos com o serviço do metrô de Teresina, 55,88% “concordam parcialmente”, 11,76% “não concordam e nem discordam e 8,82% “discordam parcialmente”, em contrapartida 8,33% “concordam parcialmente” estarem satisfeitos com o serviço de ônibus em Teresina, 3,33% “ não concordam e nem discordam”, 8,33% “discordam parcialmente” e 80,00% “discordam totalmente”. Contudo observa-se que o percentual da tabela 17 talvez seja em função da tabela 16 que trata sobre a percepção dos usuários quanto a temperatura dos ônibus.

Tabela 17. Estou satisfeito com o serviço de metrô/ônibus de Teresina.

	Metrô	%	Ônibus	%
Concordo Totalmente	8	23,53%	0	0,00%
Concordo Parcialmente	19	55,88%	5	8,33%
Não discordo e nem concordo	4	11,76%	2	3,33%
Discordo Parcialmente	3	8,82%	5	8,33%
Discordo Totalmente	0	0,00%	48	80,00%
Total	34	100,00%	60	100,00%

Fonte: Próprio autor, 2022.

A tabela 18 mostra que 83,33% dos usuários de ônibus na cidade de Teresina estão insatisfeitos o que reflete bem a situação do momento em que essa pesquisa foi aplicada que é a fala de disponibilidade de ônibus circulando em Teresina, como foi evidenciado por Mourão (2022). Na outra ponta temos mais de 70% dos usuários satisfeitos ou totalmente satisfeitos com o serviço prestado que acaba sendo uma soma de fatores entres eles o próprio conforto do modal que é evidenciado na tabela 18 ou até mesmo quanto ao sentido de segurança apresentado na tabela 20.

Tabela 18. As condições nas paradas são confortáveis..

	Metrô	%	Ônibus	%
Concordo Totalmente	2	5,88%	1	1,67%
Concordo Parcialmente	12	35,29%	3	5,00%
Não discordo e nem concordo	7	20,59%	2	3,33%
Discordo Parcialmente	11	32,35%	3	5,00%
Discordo Totalmente	2	5,88%	51	85,00%
Total	34	100,00%	60	100,00%

Fonte: Próprio autor, 2022.

Ness tópico observa-se um dos menores percentuais quanto ao modal ferroviário quanto ao nível de satisfação dos usuários. Poucos mais de 40% estão satisfeitos com as paradas de ônibus mesmo percentual dos insatisfeitos o que mostra um certo equilíbrio quanto aos respondentes. Quando ao modal de ônibus tem-se um dos maiores percentuais quanto ao nível de insatisfação dos usuário com 95%. Muito dessa insatisfação nas paradas pode estar ligada a depredação como evidenciando por Machado (2022), principalmente em função da crise na prestação do serviço no município.

Tabela 19. Estou seguro contra acidentes quando utilizo o metrô/ônibus de Teresina..

	Metrô	%	Ônibus	%
Concordo Totalmente	6	17,65%	2	3,33%
Concordo Parcialmente	19	55,88%	4	6,67%
Não discordo e nem concordo	7	20,59%	11	18,33%
Discordo Parcialmente	2	5,88%	6	10,00%
Discordo Totalmente	0	0,00%	37	61,67%
Total	34	100,00%	60	100,00%

Fonte: Próprio autor, 2022.

Nesse tópico observa-se que em ambos os modais existe uma grande quantidade de pessoas com posicionamento neutro quanto ao nível de segurança, representando aproximadamente 20% da amostra analisada. Contudo, no modal rodoviário observa-se que 73,53% dos respondes se sentem seguros contra acidentes em detrimento dos usuários de ônibus onde somente 10% da população de Teresina se sente. Outro ponto bastante importante dessa tabela é que somente 5,88% discorda quanto a segurança do modal ferroviário enquanto 71,67% acredita que o ônibus não fornece segurança contra acidentes.

Tabela 20. O tempo de viagem do metrô/ônibus não é afetado por congestionamentos de tráfego ou paradas frequentes..

	Metrô	%	Ônibus	%
Concordo Totalmente	14	41,18%	6	10,00%
Concordo Parcialmente	15	44,12%	5	8,33%
Não discordo e nem concordo	4	11,76%	4	6,67%
Discordo Parcialmente	1	2,94%	7	11,67%
Discordo Totalmente	0	0,00%	38	63,33%
Total	34	100,00%	60	100,00%

Fonte: Próprio autor, 2022.

O metrô de Teresina vai do centro da cidade até parte da zona sudeste da cidade. A linha férrea atual consta com 13,5 km de extensão e leva 30 minutos entre as estações Alberto Silva / Praça Da Bandeira, Matinha, Frei Serafim / Parque Da Cidadania, Ilhotas, Boa Esperança, Renascença II, Parque Ideal, Dirceu II, Itararé. Acredita-se que tais fatores podem ter contribuído para a percepção dos usuários onde 85% acredita que não sejam atrapalhados pelo trânsito no seu deslocamento porém no modal de ônibus somente 18,33% tem essa percepção, logo acreditam que o trânsito tem impacto no seu deslocamento dentro da cidade.

Figura 1 - Mapa de densidade de recorrência dos modais rodoviário e ferroviário

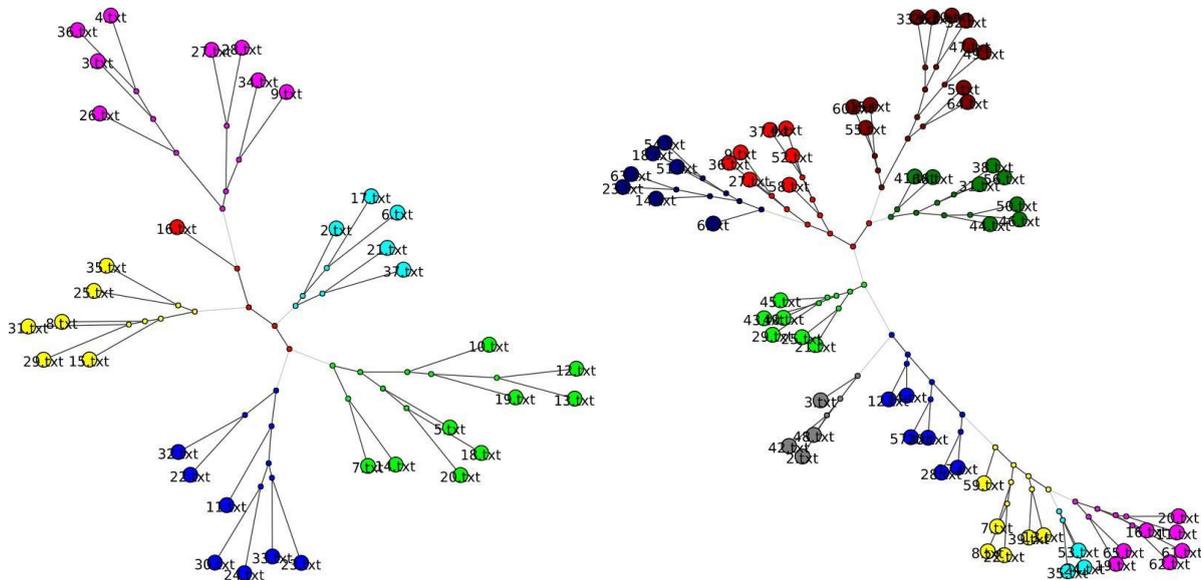


Figura 1. Próprio Autor

As figuras acima representam a concentração

Figura 2. Próprio Autor

dos respondentes dos modais rodoviários e de ônibus do município de Teresina. Na figura 1. tem-se os respondentes do modal ferroviário e na figura2. os de ônibus. Pode-se observar que existe uma concentração da percepção de alguns usuários muito grande frente as perguntas efetuadas. Tal situação acontece em ambos os modais, o que evidência uma maior concordância ou discordância dos respondentes quanto as afirmações realizadas na pesquisa. Ressalta-se que os dados apresentados podem contribuir muito ao inserir os critérios demográficos, como renda, bairro onde mora entre outras e com isso mapear as características dos usuários em relação a concentração das respostas e com isso se aprofundar em soluções que ajustem os serviços, seja no sentido da sua manutenção ou melhoria.

4.0 Conclusão

O principal objetivo deste trabalho foi avaliar o nível de lealdade dos usuários de transporte coletivo de Teresina. Ressalta-se que de forma adicional, buscou-se verificar a relação entre os usuários de dois modais, metroviário e rodoviário.

A análise dos dados apresentados revela que os usuários dos serviços de transporte coletivo público de Teresina tem opiniões diversas em muitos aspectos. Quanto ao uso dos modais, observou-se que em todos os itens analisados o metroviário apresentou um nível de concordância de forma positiva quanto a sua estrutura. No entanto, o contrário foi observado no caso do modal ônibus, pois mais da metade dos usuários tem uma percepção negativa de sua estrutura, seja no quesito preço, segurança, conforto entre outras questões.

Este estudo visou contribuir para o setor de transportes coletivos público, principalmente para os gestores públicos, usuários locais e empresários que gerenciam o serviço de ônibus. Mostrou-se que o serviço metroviário possuem usuários mais leais que os de ônibus.

Uma das limitações da pesquisa foi a baixa quantidade de respondentes e a outra foi a falta de recursos para ter uma quantidade maior de pessoas ajudando na aplicação dos questionários. Por se tratar de um pesquisa com um questionário bem extenso a presencialidade era um fator primordial para o sucesso da mesma. Possivelmente, uma base de dados com a mesma distribuição percentual ou similar, os resultados poderiam ter sido mais robustos.

Para trabalhos futuros, recomenda-se fazer novos estudos com o mesmo público, porém com uma base mais representativa que permita-se inferir algo mais preciso quanto ao nível de lealdade dos usuários locais quanto ao serviço dos transportes. Outra opção seria fazer o mesmo trabalho, porém inserindo as variáveis sociodemográficas em um modelagem de equações estruturadas com os dados obtidos e com isso obter informações mais amplas sobre a relação dos fatores sociodemográficos com as perguntas realizadas.

Referências

- BOTELHO, J. C.; KROM V.** Os estilos de liderança nas organizações. XIV Encontro Latino Americano de Iniciação Científica. Vale do Paraíba, 2020.
- BRITO, E. P.; LIZARELLI, F. L.; ERNEST, A. S.; BARROS, A. C.** Percepções do egresso de Engenharia de Produção sobre sua formação acadêmica. XXXVI Encontro Nacional De Engenharia De Produção. João Pessoa, 2016.
- BRASIL, M. S.** Resolução 466/12 do Conselho Nacional de Saúde. Sobre Diretrizes e Normas Regulamentadoras de Pesquisa envolvendo seres humanos. Brasília, 2012.
- BRASIL** - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - (IBGE): Disponível em: <<http://https://www.ibge.gov.br/estatisticas/economicas/precos-e-custos/9256-indice-nacional-de-precos-ao-consumidor-amplo.html?edicao=29103&t=destaques>>. Acessado em 18 de junho de 2021.
- BRASIL. RESOLUÇÃO ADMINISTRATIVA Nº 02/2021.** Dispõe sobre a criação, composição, organização e funcionamento da Comissão Parlamentar de Inquérito – CPI instaurada para apurar e investigar denúncias de irregularidades na execução do contrato licitatório para exploração das linhas do transporte coletivo urbano de passageiros do Município de Teresina, e dá outras providências. Diário Oficial da Câmara de Vereadores de Teresina, Teresina, Piauí, 11 de maio de 2021. Disponível em: <<https://dom.pmt.pi.gov.br/admin/upload/DOM3017-11052021-ASSINADO.pdf>>. Acessado em: 20 de maio de 2021.
- BRASIL.** Cadastro Geral de Empregados e Desempregados (CAGED). Disponível em: <<http://pdet.mte.gov.br/novo-caged/novo-caged-2021/novo-caged-janeiro-2021>>. Acessado em 18 de maio de 2021.
- BATARCE, M., J. C. Munoz, J. de Dios Ortúzar, S. Raveau, C. Mojica, and R. A. Ríos. 2015.** “Valuing crowding in public transport systems using mixed stated/revealed preferences data: The case of Santiago.” In Proc., Transportation Research Board 94th Annual Meeting Compendium of Papers. Washington, DC: Transportation Research Board.
- Disponível em: <https://www.researchgate.net/publication/274311916_Valuing_Crowding_In_Public_Transport_Systems_Using_Mixed_StatedRevealed_Preferences_Data_The_Case_Of_Santiago>. Acessado em 17 de junho de 2021.

CHANG, Y.-H., & Yeh, C.-H. (2017). Corporate Social Responsibility And Customer Loyalty In Intercity Bus Services. *Transport Policy*, 59, 38-45. Doi:10.1016/j.tranpol.2017.07.001. Disponível em: <<http://https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0967070X16306758?via%3Dihub>>. Acessado em 17 de junho de 2021.

CROSBY, L.A., Evans, K.R., Cowles, D., 1990. Relationship quality in services selling: an interpersonal influence perspective. *J. Market.* 68–81. Disponível em: <<https://www.jstor.org/stable/1251817>>. Acessado em 18 de junho de 2021.

DIXON, J., Bridson, K., Evans, J., & Morrison, M., 2005. An alternative perspective on relationships, loyalty and future store choice. *The International Review of Retail, Distribution and Consumer Research*, 15(4), 351-374.

Disponível em:

<https://www.researchgate.net/publication/232886713_An_alternative_perspective_on_relationships_loyalty_and_future_store_choice>. Acessado em 18 de junho de 2021.

DURVASULA, S., Lysonski, S., Mehta, S. C., & Tang, B. P., 2004. Forging relationships with services: The antecedents that have an impact on behavioural outcomes in the life insurance industry. *Journal of Financial Services Marketing*, 8(4), 314-326, 2004.

Disponível em:

<[http://https://www.scirp.org/\(S\(i43dyn45teexjx455qlt3d2q\)\)/reference/referencespapers.aspx?referenceid=1039190](http://https://www.scirp.org/(S(i43dyn45teexjx455qlt3d2q))/reference/referencespapers.aspx?referenceid=1039190)>. Acessado em 18 de junho de 2021.

FULLERTON, G., 2005. The impact of brand commitment on loyalty to retail service brands. *Canadian Journal of Administrative Sciences*, 22(2), 97-110.

Disponível em:

<https://www.researchgate.net/publication/229892953_The_Impact_of_Brand_Commitment_on_Loyalty_to_Retail_Service_Brands>. Acessado em 18 de junho de 2021.

GUENZI, P., & Pelloni, O., 2004. The impact of interpersonal relationships on customer satisfaction and loyalty to the service provider. *International Journal of Service Industry Management*, 15(3/4), 365-384.

Disponível em: <<https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/09564230410552059/full/html>>.

Acessado em 18 de junho de 2021.

HAIR Jr., J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., & Tatham, L. R., 2009. Análise multivariada de dados. São Paulo: Bookman.

HEITMANN, M., LEHMANN, D. R., HERRMANN, A., 2007. Choice goal attainment and decision and consumption satisfaction. *Journal of Marketing Research*, 44(2), 234-250. Disponível em:

<https://www.researchgate.net/publication/36382072_Choice_Goal_Attainment_and_Decision_and_Consumption_Satisfaction>. Acessado em 16 de junho de 2021.

HERNÁNDEZ, D., & Witter, R., 2010. Between engineering and anthropology: How to cope with the planning process of public transport in Latin American cities? Unpublished paper for the World Conference on Transport Research (WCTR), Lisbon, Portugal. Disponível em:

<https://www.researchgate.net/publication/44795292_How_to_cope_with_the_planning_process_of_public_transport_in_Latin_American_cities/citations>. Acessado em 15 de junho de 2021.

LAI, W.-T., CHEN, C.-F., 2011. Behavioral intentions of public transit passengers—The roles of service quality, perceived value, satisfaction and involvement. *Transp. Policy* 18, 318–325. Disponível em:

<<http://https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0967070X16306758?via%3Dihub>>. Acessado em 18 de junho de 2021.

MACHADO, Jorge. Com transporte em crise, paradas de ônibus são depredadas na Zona Leste de Teresina.

Portal o Dia, Teresina, 07 de fev. de 2022. Disponível em: <

<https://portalodia.com/noticias/teresina/com-transporte-em-crise,-paradas-de-onibus-sao-depredadas-na-zona-leste-de-teresina-390483.html>> Acessado em 19 de maio de 2022.

MOURÃO, Layza. Passageiros relatam falta de ônibus em Teresina; sindicato diz que apenas 30% da frota circulou nesta segunda (24). *TV Clube*, Teresina, 24 de out. de 2022. Disponível em:

<<https://g1.globo.com/pi/piaui/noticia/2022/10/24/com-frota-reduzida-passageiros-relatam-falta-de-onibus-no-inicio-da-manha-de-segunda-24-em-teresina.ghtml>> Acessado em 18 de dezembro de 2022.

OLIVER, R., 1999. “Whence consumer loyalty?”, *Journal of Marketing*, Vol. 63 No. 4, pp. 33-44. Disponível em: <<https://www.jstor.org/stable/1252099>>. Acessado em 15 de junho de 2021.

OLSEN, S. O., 2007. Repurchase loyalty: The role of involvement and satisfaction. *Psychology & Marketing*, 24(4), 315-341, 2007. Disponível em: <<https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1002/mar.20163>>. Acessado em 15 de junho de 2021.