



Universidade de Brasília

Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade

Departamento de Administração

BRUNO IGLESIAS MAIA

**Análise da percepção da qualidade do serviço 99 Táxis:
caso Brasília**

Brasília – DF

2017

BRUNO IGLESIAS MAIA

**Análise da percepção da qualidade do serviço 99 Táxis:
caso Brasília**

Monografia apresentada ao
Departamento de Administração como
requisito parcial à obtenção do título de
Bacharel em Administração.

Professor Orientador: Dr. Evaldo César
Cavalcante Rodrigues

Professor Coorientador: Esp. e
Doutorando Roberto Bernardo da Silva

Brasília – DF
2017

BRUNO IGLESIAS MAIA

**Análise da percepção da qualidade do serviço 99 Táxis:
caso Brasília**

A Comissão Examinadora, abaixo identificada, aprova o Trabalho de Conclusão do Curso de Administração da Universidade de Brasília do
(a) aluno (a)

BRUNO IGLESIAS MAIA

Dr. Evaldo César Cavalcante Rodrigues
Professor-Orientador

Esp. e Doutorando Roberto Bernardo da
Silva
Professor-Coorientador

Dra. Paula Meyer Soares Passanezi
Professor-Examinador

MSc. e Doutorando Clarissa Melo
Lima
Professor-Examinador

Brasília, 18 de outubro de 2017.

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente aos meus pais, Paulo e Marla, por todo amor e suporte. Aos meus irmãos Lucas e André por sempre me incentivarem. Aos Professores Evaldo César e Roberto Bernardo por todo o apoio e paciência. Aos meus amigos e colegas por estarem sempre presentes em minha jornada.

RESUMO

Em Brasília, muitas pessoas necessitam dos serviços de táxi existentes na cidade. Porém, ultimamente, muitos usuários estão trocando o uso do serviço tradicional de táxis pelo uso de aplicativos para transporte pessoal, sendo o 99 Táxis um dos principais atuantes neste mercado. O presente estudo utiliza a metodologia multicritérios de apoio à decisão para analisar qual a percepção dos usuários de Brasília – DF em relação à qualidade do serviço ofertado. Foram realizados *brainstormings* e grupos focais para a definição dos critérios a serem analisados, que foram: operação básica, operação de aspectos complementares, segurança e custos. Conclui-se que todos os critérios foram bem avaliados, com destaque à segurança e aos aspectos complementares. Os critérios relacionados à operação básica e custos obtiveram avaliação ligeiramente menos significativas, o que demonstra que alguns problemas do serviço de táxi tradicional ainda permanecem na utilização do serviço 99 Táxis.

Palavras-chave: Qualidade. Inovação. Mobilidade Urbana. Transporte. Metodologia Multicritério de Apoio à Decisão (MCDA-C). 99 Táxis.

ABSTRACT

In Brasília, many people need local taxi services every day, but lately, a lot of them are switching for new personal transport apps, and 99 Táxis is one of the main players in this market. This study utilizes the Multicriteria Decision Aid Constructivist, also known as MCDA-C to analyze how users in Brasilia perceive the quality of the service. In order to achieve this, brainstorming was made and focal groups were created to define the main criteria of the study, that are: basic operation, complementary operation, safety/security and costs. In conclusion, all of the aspects were well perceived, safety/security being the best one of them. Although, basic operation and costs were a little bit less significant, showing that some issues from the traditional taxi service still remain visible when using 99 Táxis.

Keywords: *Quality. Innovation. Urban Mobility. Transport. Multicriteria Decision Aid Constructivist (MCDA-C). 99 Táxis.*

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Gráfico 1 – Escala de Confiança em Amostras.....	19
Gráfico 2 – Desempenho do critério "Operação Básica"	22
Gráfico 3 – Desempenho do critério “Operação de aspectos complementares”	24
Gráfico 4 – Desempenho do critério “Segurança”	26
Gráfico 5 – Desempenho do critério “Custos”	27
Gráfico 6 – Desempenho geral de critérios.	29
Gráfico 7 – Usabilidade Geral.	30
Quadro 1 – Taxonomia de Qualidade.....	5
Quadro 2 – Taxonomia de Mobilidade Urbana.	7
Quadro 3 – Taxonomia de Transporte Público.	9
Quadro 4 – Taxonomia de Inovação em Serviços.	10
Quadro 5 – PFV.....	17
Quadro 6 – Faixas Etárias.	21
Quadro 7 – Gênero.....	21
Quadro 8 – Níveis de Escolaridade.	21
Quadro 9 – Frequência de Uso.....	22
Quadro 10 – Objetivos e Resultados.....	31

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	1
1.1	Formulação do problema.....	2
1.2	Objetivo Geral	2
1.3	Objetivos Específicos	2
1.4	Justificativa	3
2	REFERENCIAL TEÓRICO	4
2.1	Qualidade	4
2.2	Mobilidade Urbana.....	7
2.3	Transporte Público	9
2.4	Inovação em Serviços.....	10
3	MÉTODOS E TÉCNICAS DE PESQUISA	13
3.1	Revisão de Literatura	13
3.2	Pesquisa de Campo.....	13
3.3	Método de Pesquisa: MCDA-C.....	14
3.3.1	Arcabouço Teórico do Método MCDA-C.....	14
3.3.2	Estruturação do Método de Pesquisa	15
3.3.3	Identificação dos componentes do Grupo Focal.....	16
3.3.4	Atuação do Grupo Focal.....	17
3.3.5	População e Amostra.....	18
3.3.6	Tabulação dos Dados Coletados e Identificação da Mediana	19
4	ANÁLISE DA QUALIDADE DO SERVIÇO 99 TÁXIS	20
4.1	Análise sociodemográfica dos respondentes	20
4.2	Operação Básica.....	22
4.3	Operação de aspectos complementares	23
4.4	Segurança.....	25
4.5	Custos	27
4.6	Análise Macro da Qualidade do Serviço	28
4.7	Atingimento dos Objetivos da Pesquisa	31
5	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	32
5.1	Limitações e recomendações	33
	APÊNDICES	36
	Apêndice A – Questionário	36
	Apêndice B – Relação dos requisitos observados, com as variáveis enumeradas...	37
	Apêndice C – Tabulação dos resultados dos formulários.....	38

Apêndice D – Matriz Semântica de cada descritor	39
Apêndice E – Esquema de Uso do aplicativo 99 Táxis.....	45
Apêndice F – Tabela de referência para correção de TCC elaborada a partir das observações apontadas pelos membros da banca: Orientador e demais membros .	46

1 INTRODUÇÃO

Com o crescimento da população mundial, novos desafios são enfrentados diariamente em todas as cidades do mundo. Um dos principais é a mobilidade urbana, pois o desenvolvimento das cidades não acompanha o crescimento da população. No mundo inteiro, especialistas tentam criar soluções sustentáveis para acabar com esse problema. Além dos serviços coletivos como ônibus e metrô, há um crescimento muito grande nos serviços individuais, como principalmente os serviços oferecidos por Táxi, Uber e Cabify.

No Brasil, a compra de veículos sempre foi um hábito da população, seja por necessidade ou por status, a maioria da população das grandes cidades tem seu meio de locomoção. Porém, nos últimos anos, o trânsito nas grandes cidades tem ficado cada vez mais caótico e, os moradores destas, principalmente os jovens, estão procurando outras formas de se locomover.

Brasília é uma cidade planejada, construída em 1960 pelo atual presidente Juscelino Kubitschek, com o intuito de ser a nova capital do país. A cidade, apesar de não enfrentar problemas graves de trânsito como outras cidades do país, obtendo um acréscimo da população nos últimos anos, acarretando problemas em relação à mobilidade urbana.

Em Brasília, segundo o TCDF (2012), existem apenas 3.400 licenças válidas de táxi na cidade, esse número é o mesmo desde 1979. Referidos táxis geralmente priorizam corridas com custo mais elevado, como no aeroporto, justamente por não existir controle de órgão responsável. Para sanar situações com estas, foi implementado em 2012 o serviço chamado 99 Táxis, em que um único aplicativo com taxistas credenciados em todo o Brasil gerencia as corridas feitas, o pagamento das mesmas e informações sobre cada motorista de táxi. Um cidadão pode, por exemplo, apenas com o uso de um celular e cartão de crédito, se locomover.

1.1 Formulação do problema

Apesar do crescente uso de aplicativos que objetivam viabilizar a mobilidade urbana individual, os serviços existentes que tem como base o serviço de táxi tradicional costumam ser menos utilizados pelo motivo de existir uma reputação negativa pelo serviço de táxi tradicional, comum aos monopólios, o que gera desconfiança entre os usuários.

Porém, ultimamente, a demanda por serviços particulares de compartilhamento como o Uber e o Cabify, tem crescido gradativamente, pois espera-se que a qualidade de atendimento e de serviço seja maior. Em São Paulo – SP, a empresa 99 táxis tem serviços que combinam a quantidade de táxis com a qualidade de atendimento dos serviços particulares.

Como a população de Brasília percebe a qualidade do serviço da 99 Táxis? Apenas com o serviço de táxi? A demanda pelo uso do serviço mudou com a chegada da concorrência?

1.2 Objetivo Geral

Analisar a percepção de qualidade do serviço de táxi 99 Táxis pelos usuários de Brasília – DF.

1.3 Objetivos Específicos

- Delimitar critérios relacionados ao aplicativo 99 Táxis a serem avaliados por moradores de Brasília – DF;
- Obter informações referentes à percepção dos usuários quanto à qualidade do 99 táxis; e
- Verificar a relevância dos processos utilizados pelo serviço 99Táxis para os usuários.

1.4 Justificativa

Durante muitos anos, identifica-se estabilidade na oferta de serviços de transporte individual, o que inevitavelmente levou a um monopólio natural de um dos atores envolvidos nesse mercado, que é o serviço de táxi. O principal motivo para a ocorrência desse monopólio natural em Brasília – DF, é a supervalorização das permissões de táxi e o fato de que não existe a criação de novas permissões desde 1979, segundo o TCDF (2012).

Entretanto, nos últimos anos, houve uma discussão frequente em relação à serviços de transporte individual, principalmente em relação à qualidade percebida dos serviços tradicionais em comparação aos novos entrantes no mercado. Os novos concorrentes, com destaque para UBER e Cabify, que trouxeram à tona características importantes e que se encontravam subvalorizadas devido ao oligopólio supracitado.

O serviço 99 Táxis chegou ao mercado em um momento de transição, e traz características de serviço diferenciadas em relação aos táxis tradicionais, e por isso, o estudo da sua qualidade percebida tem relevância para a sociedade científica.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Para se fazer uma análise da percepção da qualidade, devemos observar e estudar diversos tópicos, entre eles está a qualidade em sua forma simples, as noções de mobilidade urbano e transporte público, além de fazer um paralelo com as noções de inovação em serviços, às quais o objeto de estudo (aplicativo 99 Táxis) está intimamente ligado. Neste capítulo serão abordados os temas supracitados.

2.1 Qualidade

Para o estudo em questão, a noção de qualidade é de suma importância, pois esse é o tópico avaliado pelos usuários do aplicativo, sempre levando em conta as suas diferentes percepções. Para ampliação e apropriação dos principais conceitos acerca da temática, apresenta-se o Quadro 1, que trata da taxonomia da qualidade.

Indicação	Autor	Conceito
Definição de qualidade	Paladini (2007)	Qualidade é quando um produto ou serviço atende perfeitamente, de forma confiável e segura e no tempo certo as necessidades dos clientes.
	Crosby (1990)	Parte fundamental de um sistema de qualidade é atuar de forma a prevenir defeitos.
	Juran (1990)	Adequação do produto ou serviço ao uso, ou seja, à necessidade do consumidor, ao introduzir regras e metodologias para o estabelecimento pela qualidade e o envolvimento da alta gerência.

	Mezomo <i>et al.</i> (2001)	A qualidade passou a ser um ponto estratégico para as instituições, pois deixou de ser apenas um diferencial para ser percebida como uma condição de preexistência, um imperativo.
	Falconi (1992)	O que realmente define uma boa qualidade é a preferência do consumidor em relação aos demais concorrentes, uma vez que isto garantirá a sobrevivência da empresa. A preferência se dá através da adequação do produto ou serviço às necessidades, expectativas e ambições do consumidor como uma forma de agregar valor ao que será produzido com menor custo.

Quadro 1 – Taxonomia de Qualidade.

Segundo a Associação Brasileira de Normas Técnicas - ABNT, em sua norma NBR ISO 8402, a qualidade é o conjunto de propriedades e/ou características de um produto ou serviço, que satisfazem necessidades explícitas ou implícitas.

Seguindo esse viés, Paladini (2007) diz que um produto ou serviço é considerado de qualidade quando o mesmo atende perfeitamente, de forma confiável e segura e no tempo certo as necessidades dos clientes.

Já Crosby (1990) diz que a parte fundamental de um sistema de qualidade é atuar de forma a prevenir defeitos. Além disso, sua definição é de que qualidade é fazer bem desde o princípio, isto significa manter um compromisso real com aquilo que está sendo realizado.

Juran (1990) determina que qualidade é nada menos do que adequação do produto ou serviço ao uso, ou seja, à necessidade do consumidor, ao introduzir regras e metodologias para o estabelecimento pela qualidade e o envolvimento da alta

gerência.

Segundo Mezomo *et al.* (2001), a qualidade passou a ser um ponto estratégico para as instituições, pois deixou de ser apenas um diferencial para ser percebida como uma condição de preexistência, um imperativo.

Para Falconi (1992), o que realmente define uma boa qualidade é a preferência do consumidor em relação aos demais concorrentes, uma vez que isto garantirá a sobrevivência da empresa. A preferência se dá através da adequação do produto ou serviço às necessidades, expectativas e ambições do consumidor como uma forma de agregar valor ao que será produzido com menor custo.

Diante dessa diversidade e complexidade de conceitos, pode-se considerar, segundo Barbalho (1996):

- a) Qualidade consiste nas características que o produto deve ter para satisfazer as necessidades do consumidor;
- b) Qualidade consiste na inexistência, não-conformidade;
- c) Qualidade é adequação ao uso; e
- d) Qualidade está relacionada à capacidade da organização de satisfazer a requisitos pré-determinados e pressupostos.

Complementando esta variedade de significados, Barbalho (1996), ainda ressalta que todos estão baseados no conhecimento do que o cliente deseja e exige, na busca de preencher as suas expectativas. Isto significa que qualquer conceito de qualidade estabelece um ponto comum: o consumidor, o cliente ou o usuário.

Em síntese, qualidade pode ser definida como um conjunto de procedimentos que se iniciam com o conhecimento das necessidades e expectativas do cliente, influenciando na confecção original (projeto) de um produto ou serviço, bem como na sua confecção final, com objetivo de cativar, manter e satisfazer o consumidor.

Segundo Stefano *et al.* (2008), existe um benefício ao se medir a qualidade dos serviços através das percepções dos clientes, que é o fato de receber novas e importantes informações para as empresas relacionadas aos estudos, que podem ser traduzidas em benefícios futuros.

2.2 Mobilidade Urbana

Em virtude do estudo proposto, a noção de mobilidade urbana é fundamental, pois os Táxis e serviços relacionados são parte importante na movimentação diária dos moradores de uma cidade, o que nos leva a aprofundar nesse conceito. No Quadro 2, é apresentada a taxonomia de mobilidade urbana.

Indicação	Autor	Conceito
Conceitos de Mobilidade Urbana	EUROFORUM (2007)	Possibilidade de a população participar de atividades em lugares diversos.
	Duarte (2006)	Ao analisar a palavra “Mobilidade”, pode-se identificar que a mesma tem origem do latim <i>mobilitas</i> . Este termo significa qualidade ou propriedade do que é móvel ou do que obedece às leis do movimento. Enquanto a palavra “urbano”, origina-se do latim <i>urbanus</i> , que significa “pertencer a cidade”.
	Bertolini <i>et al.</i> (2008)	Existem impactos negativos do aumento da mobilidade de forma descontrolada, e estes levam à impactos negativos no ambiente local e global, na qualidade de vida e também no desenvolvimento econômico.

Quadro 2 – Taxonomia de Mobilidade Urbana.

Mobilidade, segundo EUROFORUM (2007), é a possibilidade de a população participar de atividades em lugares diversos; e para bens e produtos, é a possibilidade de acesso dos mesmos às atividades relacionadas à produção e comercialização, que frequentemente ocorrem em diferentes lugares. Focando no transporte de pessoas,

as atividades de deslocamento mais representativas são para: o trabalho, a residência, a educação e o lazer.

Ainda segundo EUROFORUM (2007), as cidades necessitam dar total suporte à mobilidade urbana, a fim de cumprir seu papel social e proporcionar o crescimento econômico do lugar de forma sustentável, que visa minimizar o tráfego de veículos particulares e seus impactos negativos, tanto para os cidadãos, como, o meio ambiente.

Para Duarte (2006), a decomposição do termo facilita o entendimento do sentido etimológico. Ao analisar a palavra “Mobilidade”, pode-se identificar que a mesma tem origem do latim *mobilitas*. Este termo significa qualidade ou propriedade do que é móvel ou do que obedece às leis do movimento. Enquanto a palavra “urbano”, origina-se do latim *urbanus*, que significa “pertencer a cidade”.

De acordo com Bertolini *et al.* (2008), existem impactos negativos do aumento da mobilidade de forma descontrolada, e estes levam à impactos negativos no ambiente local e global, na qualidade de vida e também no desenvolvimento econômico.

Alguns dos exemplos de impactos negativos ao ambiente e à economia do setor público são os problemas dos congestionamentos, entre os quais, destacam-se: o excesso de emissão de gases poluentes, o ruído e os acidentes. Para complicar ainda mais, as medidas de mitigação destes riscos implicam em aumento dos custos para a expansão da infraestrutura urbana de transporte.

Para Scaringella (2001), o problema da mobilidade urbana tem reflexo sobre o possível travamento total do trânsito nas grandes cidades brasileiras. Nos anos 2005, 2006 e 2007, os congestionamentos se tornaram constantes, a um nível preocupante para as autoridades e para a população.

Portanto, para que a mobilidade urbana exista e de fato funcione, é necessário que existam modos de transporte eficientes, e um desses modos é o transporte público coletivo.

2.3 Transporte Público

Assim como foi dito anteriormente, o serviço de táxi faz parte da esfera pública de serviços, e no Quadro 3, é apresentada a taxonomia do transporte público.

Indicação	Autor	Conceito
Conceitos de Transporte Público	Ferraz e Torres (2004)	Modos de transporte são as maneiras como os transportes são realizados, e nas cidades existem diversos modos diferentes, como por exemplo bicicletas, carros e ônibus. Podem ser classificados de acordo com a propriedade, podendo ser privados, públicos ou semipúblicos
	Recks (2011)	O transporte público urbano apresenta como sua maior vantagem a economia de espaço público para sua efetivação, exigindo normalmente 10% da área viária em relação ao transporte particular.
	Lei nº 12.865/13	O serviço de táxi no Brasil deve ser tratado como “serviço de interesse público”

Quadro 3 – Taxonomia de Transporte Público.

Segundo Ferraz e Torres (2004), modos de transporte são as maneiras como os transportes são realizados, e nas cidades existem diversos modos diferentes, como por exemplo bicicletas, carros e ônibus. Esses modos podem ser classificados quanto à origem do esforço utilizado no deslocamento, sendo assim motorizados ou não motorizados.

Ainda de acordo com Ferraz e Torres (2004), os modos também podem ser classificados de acordo com a propriedade, podendo assim ser privados, públicos ou semipúblicos. Apesar do veículo particular ser muito mais flexível em relação a horários e rotas, de acordo com Recks (2011), o transporte público urbano apresenta como sua maior vantagem a economia de espaço público para sua efetivação,

exigindo normalmente 10% da área viária em relação ao transporte particular.

O transporte semipúblico é aquele que, ainda segundo Ferraz e Torres, apresenta características intermediárias entre os modos público e privado, como por exemplo táxis, lotações e ônibus fretados

Segundo a Lei nº. 12.865/13 de 9 de outubro de 2013, o serviço de táxi no Brasil deve ser tratado como um “serviço de interesse público” dentro do conceito de transporte individual (operado de forma privada, porém regulado pelo Estado).

Desde o início das suas operações, a 99Taxi inovou com a criação do seu aplicativo que reúne informações dos motoristas de táxi de uma cidade e seus possíveis passageiros. Essa inovação pode ser considerada uma inovação em serviços.

2.4 Inovação em Serviços

No Quadro 4, podemos ver a taxonomia de inovação em serviços, que também é um ponto que muito tem a ver com o estudo realizado, pois assim como supracitado, o aplicativo 99 Táxis pode ser considerado uma inovação em serviços, de acordo com os conceitos abaixo.

Indicação	Autor	Conceito
Conceitos de Inovação em Serviços	Barbiere e Alvares (2004)	Renovar ou produzir qualquer tipo de novidade.
	Lounsbury e Crumley (2007)	Existe um processo de surgimento da inovação: Identificação do problema, levantamento de dificuldades, constatação da necessidade e processos necessários para a aceitação.
	Gallouj (1994)	Existem três abordagens que tratam sobre a inovação em serviços: a tecnicista, a orientada a serviços e a integradora.

Quadro 4 – Taxonomia de Inovação em Serviços.

Segundo Barbieri e Álvares (2004), a palavra “inovar” teve sua origem no latim, *innovare*. Inovar significa renovar ou produzir qualquer tipo de novidade.

De acordo com Lounsbury e Crumley (2007), existe um processo de surgimento de inovação, e ele se dá de acordo com as seguintes fases: identificação de um problema, levantamento das dificuldades envolvidas, constatação da real necessidade da inovação e por último, os processos necessários para que todos os envolvidos aceitem a inovação.

Para Gallouj (1994), existem três abordagens que tratam sobre a inovação aplicada aos serviços: a tecnicista, a orientada a serviços e a integradora. A abordagem tecnicista consiste basicamente em dizer que a inovação é somente a introdução de sistemas técnicos, como equipamentos e materiais, nas organizações.

Ainda segundo Gallouj (1994), a abordagem orientada aos serviços busca identificar a natureza da inovação dos serviços e inclui três tipos de inovação em serviços: *ad hoc*, que consiste no processo de construção de uma solução para um problema, a antecipatória, que diz que existe um novo campo de conhecimento a ser explorado, e por último, a formalizada, que nada mais é do que a criação de regras, políticas e modelos para definir serviços com certo grau de tangibilidade.

Por último, ainda segundo Gallouj (1994), a abordagem integradora tem como principal característica a proposição de uma visão de produtos e serviços sobre uma mesma teoria da inovação. Por exemplo, Saviotti e Metcalfe (1991) dizem que um produto é a combinação de características técnicas e de serviços. Por exemplo, um aparelho celular é a combinação de características técnicas (processador, tela ou antenas) com serviços (ligações, mensagens e uso da internet).

Segundo Lovelock e Wright (2004), os serviços são aquelas atividades que geram valor e benefícios para clientes em tempo e lugares específicos, tendo como características a intangibilidade e sua natureza instável. Além disso, os serviços são interativos e requerem, na maioria das vezes, a participação conjunta do prestador e do consumidor.

Uma das formas de inovação em serviços na atualidade é o consumo colaborativo ou compartilhamento. Para Belk (2014), a ideia de compartilhamento é um fenômeno

intrínseco à humanidade, porém o consumo colaborativo é um fenômeno mais atual, e principalmente proveniente da internet.

3 MÉTODOS E TÉCNICAS DE PESQUISA

Segundo Tartuce (2006), o método científico compreende basicamente um conjunto de dados iniciais e um sistema de operações ordenadas adequado para a formulação de conclusões, de acordo com certos objetivos predeterminados. A atividade mais significativa da metodologia, ainda segundo Tartuce (2006), é a pesquisa.

De acordo com Gil (2002), a pesquisa pode ser definida como um procedimento racional e sistemático, em que o maior objetivo é proporcionar respostas aos problemas que são definidos. A pesquisa vai desde a formulação do problema até a discussão dos resultados.

3.1 Revisão de Literatura

De acordo com Lakatos e Marconi (2007), a revisão de literatura ou levantamento bibliográfico é de suma importância para que o pesquisador possa se conectar com o que já foi escrito sobre o assunto, mas não apenas uma leitura e interpretação, mas sim uma análise com um novo, e talvez inovador, enfoque.

3.2 Pesquisa de Campo

Sempre se baseando numa fundamentação teórica, a pesquisa de campo compreende a observação de fatos e fenômenos na forma como exatamente ocorrem no plano real, a coleta dos dados referentes aos mesmos e, finalmente, a interpretação e análise qualitativa ou quantitativa desses dados, com o objetivo de compreender e explicar o problema pesquisado.

Para isso, foram coletados dados primários, ou seja, aqueles que tem relevância direta à pesquisa, e geralmente inéditos e secundários, os que já existem e de alguma forma dão embasamento à pesquisa.

3.3 Método de Pesquisa: MCDA-C

O método MCDA-C, ou método de Análise multicritério de apoio à decisão – construtivista, é uma ferramenta de base matemática para resolução de problemas e uma solução prática, com o foco de determinar resultados baseados no que é comumente observado. Esse método consiste em vários passos ou etapas, que ao final geram as informações que serão analisadas no atual estudo.

3.3.1 Arcabouço Teórico do Método MCDA-C

Nos próximos subitens serão descritos os diferentes termos e teorias necessários para o entendimento da metodologia supracitada

3.3.1.1 *Benchmarking*

O benchmarking é um processo cada vez mais utilizado em diversas empresas, e consiste em comparar diversos processos e práticas com os de empresas e organizações que representam o que de melhor existe em cada um dos pontos avaliados.

Para que haja o *benchmarking* de forma adequada, ele deve ser feito de maneira contínua e estruturada, com avaliações à longo prazo. Existem *benchmarkings* internos, que são comparações entre setores ou departamentos da mesma empresa, ou externos, que são as comparações entre empresas do mercado.

3.3.1.2 *Brainstorming*

O *brainstorming*, ou “chuva de ideias”, é uma técnica bastante usada, e consiste em juntar ideias de diferentes pessoas em diferentes grupos, e chegar a um consenso de propostas de resolução de problemas específicos. Geralmente, esse grupo de pessoas consiste no pesquisador, representantes de mercado, funcionários e outros interessados no assunto. Todas as informações coletadas durante os *brainstormings* são levadas para um Grupo Focal, para que possa ser feita uma avaliação e adequação das informações para a pesquisa.

3.3.1.3 Grupo Focal

É a técnica de pesquisa qualitativa que consiste na criação de um grupo com personagens específicos e relevantes à pesquisa, para assim coletar dados e informações que validem as informações coletadas no *brainstorming* e que de alguma forma, possam ajudar na pesquisa em si.

3.3.2 Estruturação do Método de Pesquisa

Todo trabalho que utiliza o método MCDA-C deve seguir um processo e uma mesma estrutura, definida por vários autores e validada por diversos pesquisadores.

3.3.2.1 Rótulo da Pesquisa

A primeira etapa desse processo foi determinar um rótulo de pesquisa, que segundo Ensslin et. Al (2001), é o enunciado do problema, que deve ser retratado de forma objetiva e clara, pois se propõe a delimitar o contexto decisório, concentrando a atenção nos aspectos relevantes relacionados ao problema. O rótulo determinado para essa pesquisa foi: “Análise da percepção da qualidade no uso do aplicativo 99Táxi”.

O rótulo de pesquisa é considerado por Rodrigues (2014) como o norteador do modelo avaliativo e decisório, e portanto deve gerar um sentido para integrar toda a temática do trabalho. Esse rótulo é uma expressão que resume o problema a ser pesquisado, garantindo que tudo que seja essencial seja incluído.

3.3.2.2 Atores da Pesquisa

De acordo com Ensslin *et al.* (2001), um contexto decisório pode ser influenciado por muitos atores, todos com um sistema de valores, interesses e objetivos diversos. Cada um desses atores tem um papel no processo decisório. A maioria desses atores estará presente também no grupo focal, pois fazem parte da entidade pesquisada ou são os pesquisadores em si.

Dentre esses atores, podemos citar os Decisores, que fazem parte da alta cúpula ou de cargos estratégicos da entidade a ser estudada, ou seus Representantes, que são os indicados pelos decisores para representá-los. Caso a entidade não participe ativamente da pesquisa ou do grupo focal, serão indicados Especialistas, que

substituirão os atores supracitados caso seja necessário. Esses especialistas são profissionais de notório saber e que demonstram domínio do caso estudado.

No estudo em questão, foram identificados a empresa 99Taxi (decisor), os próprios taxistas (decisores), o pesquisador (moderador) e os usuários (agidos).

3.3.2.3 *Brainstorming* e Identificações Preliminares

A partir do momento que são definidos o rótulo e pesquisa e seus atores, foi possível realizar o *brainstorming*, que assim como já foi citado, é uma tempestade de ideias. A partir dessas ideias, foram identificados os pontos de vista elementares (PVE) da pesquisa.

3.3.2.4 Pontos de Vista Elementares (PVE)

Os Pontos de Vista Elementares são, de acordo com Ensslin *et al.* (2001) elementos que os decisores, durante o *brainstorming*, manifestam como preocupações sobre o problema de pesquisa, são tópicos pertinentes ou principais partes do funcionamento do objeto de pesquisa. Esses pontos de vista foram primeiramente identificados como “Macro” para depois serem destrinchados em pontos detalhados.

Os Pontos de Vista Elementares definidos neste estudo foram:

- a) Operação Básica / Aspectos físicos (Em relação à percepção sobre os motoristas e seus respectivos veículos);
- b) Aspectos complementares à operação (Uso do aplicativo e suas subgerências);
- c) Segurança (Física e de uso); e
- d) Custos (Taxas de uso e promoções/parcerias).

3.3.3 Identificação dos componentes do Grupo Focal

Durante os *brainstormings*, é possível perceber quem serão os potenciais participantes do Grupo Focal, que podem ser os Decisores, que caso não possam participar, podem indicar os seus representantes. No caso da impossibilidade da participação dos atores supracitados, o pesquisador e seu orientador devem indicar especialistas na área de estudo para que assim os pontos de vista possam ser validados. No presente estudo, participaram além do pesquisador e do orientador,

três diferentes especialistas na área de transportes, sendo dois deles atuais mestrandos na área, com pesquisas parecidas sendo feitas e um sendo trabalhador da área.

3.3.4 Atuação do Grupo Focal

Após a identificação dos participantes do Grupo Focal, aconteceu uma ou mais reunião mediada pelo pesquisador, para ratificação dos pontos de vista e transformação dos PVE em Pontos de Vista Fundamentais (PVF)

3.3.4.1 Conversão dos Pontos de Vista Elementares (PVE) em Pontos de Vista Fundamentais (PVF)

Durante essa conversão, são levadas em consideração as opiniões de todos os participantes dos grupos focais, para que a melhor adequação seja feita. Nesse momento, é analisada a pertinência dos itens em relação ao rótulo de pesquisa.

No estudo em questão, os PVFs e sub-PVFs foram destrinchados da maneira demonstrada no Quadro 5.

PVF	SubPVF1	SubPVF2
Operação básica / Aspectos físicos (30%)	Motorista (55%)	Cordialidade (30%)
		Habilidade na direção (40%)
		Aparência Física (20%)
		Conhecimento do trajeto (10%)
	Carro (45%)	Conforto do veículo (40%)
		Conservação do veículo (50%)
Capacidade (10%)		
Aspectos complementares (30%)	Uso do Aplicativo (65%)	Intuitividade nos comandos (35%)
		Compatibilidade com smartphones (25%)
		Precisão da geolocalização (25%)
		Canal de Atendimento ao consumidor no aplicativo (15%)
	Gerência de Uso (35%)	Conferência de informações do motorista/Veículo (30%)
		Comunicação com o motorista (30%)
Segurança (20%)	Segurança física (55%)	Escolha do trajeto (20%)
		Respeito às Leis de Trânsito (40%)
		Respeito à privacidade por parte do motorista (40%)
	Segurança de Uso (45%)	Pontualidade (45%)
		Segurança das informações pessoais inseridas no aplicativo (55%)
Custos (20%)	Contratação (70%)	Tarifas (40%)
		Meios de Pagamento (30%)
		Pagamento Seguro (30%)
	Promoções e Parcerias (30%)	Descontos (60%)
		Promoções (40%)

Quadro 5 – PVF.

3.3.4.2 Taxas de Contribuição dos PVF e SubPVF

Como pode ser visto no Quadro 5, existem porcentagens após cada item. Essas são as taxas de contribuição dos itens e subitens em relação aos que estão superiores à eles. Por exemplo, dentro dos custos, a contratação tem uma importância de 70% do item.

3.3.4.3 Construção dos Descritores

Após a definição das taxas de contribuição e a confirmação das informações contidas nos PVFs e SubPVFs, podemos enfim construir os descritores, que nada mais são do que os SubPVFs transformados em perguntas pertinentes ao rótulo de pesquisa.

3.3.4.4 Estruturação do Instrumento de Coleta de Dados

Levando em consideração os PVFs e subPVFs supracitados, foi elaborado um questionário contendo cinco escalas na avaliação da percepção da qualidade dos usuários em relação aos diversos pontos encontrados no Quadro 5. Essas escalas foram:

N5) Excelente;

N4) Bom;

N3) Parcialmente Satisfatório;

N2) Indiferente; e

N1) Ruim.

Todas as respostas foram obtidas em fevereiro de 2017, num período de 15 (quinze) dias, apenas na cidade de Brasília (Distrito Federal), usando a plataforma Formulários da Google. Esta plataforma gera automaticamente uma planilha, a qual foi usada na presente pesquisa para que fosse possível tabular e analisar os dados em tempo hábil.

3.3.5 População e Amostra

Em relação à quantidade de respondentes para o estudo, a regressão estatística contida em Rodrigues (2014) mostra que a mediana de todas as respostas de uma amostra de 500 pessoas é basicamente a mesma mediana para uma amostra de 155 respondentes, ou seja, considerou-se que 155 amostras também teriam 95% de

confiança e 5% de erro amostral, para o caso específico do estudo referente ao uso do METRÔ- DF apresentado por Rodrigues (2014), conforme Gráfico 1, que demonstra em seu ponto vermelho, que o grau de confiança permanece inalterado mesmo quando se aumenta a amostra.

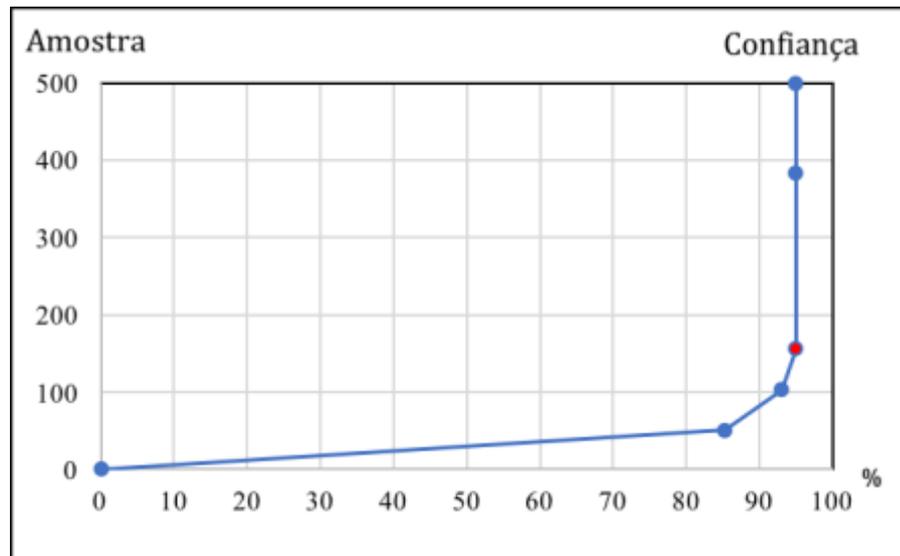


Gráfico 1 – Escala de Confiança em Amostras.

3.3.6 Tabulação dos Dados Coletados e Identificação da Mediana

Logo após a coleta de todos as respostas, esses dados foram então tabulados e para cada um dos descritores foi atribuída uma mediana, que representa, na pesquisa, qual o nível de impacto de cada um desses descritores nos respondentes. Essas medianas foram necessárias para o correto estudo e análise das respostas.

4 ANÁLISE DA QUALIDADE DO SERVIÇO 99 TÁXIS

Em resumo, Rodrigues (2014) diz que o método MCDA-C tem o objetivo de desenvolver um modelo que auxilia as decisões a entenderem de maneira profunda o problema de forma interativa e construtivista. Para isso, foi utilizado o *software* MAMADecisão, baseado na plataforma *excel*, em formato de árvore, no qual são inseridas as informações referentes aos descritores, seus níveis de esforço e as medianas obtidas na pesquisa. Nele foram processados e analisados os dados, e serão discutidos com base no referencial teórico

Os usuários avaliaram o serviço de acordo com as 5 escalas de níveis de impacto – Ruim, indiferente, parcialmente satisfatório, bom e excelente. Após tais avaliações alimentarem o sistema de MAMADecisão, foram obtidos e comparados os resultados, levando em consideração as pontuações obtidas e os níveis de esforço, distâncias entre a pontuação máxima e mínima, que segundo Rodrigues (2014) podem representar a dificuldade gerencial de se mudar a avaliação de cada subcritério.

Num primeiro momento serão avaliados os dados sociodemográficos dos respondentes. Logo, a partir do item 4.2, serão identificadas as percepções dos mesmos, a respeito da qualidade do serviço ofertado pelo “99Táxi”, a partir dos critérios de avaliação.

4.1 Análise sociodemográfica dos respondentes

A pesquisa foi elaborada e aplicada no âmbito do Distrito federal, então todos os respondentes residiam, no período da aplicação, nesta região. Como podemos ver no Quadro 6, em relação à faixa etária dos respondentes, a grande maioria está entre 18 e 30 anos de idade, com 59% dos respondentes. Isso indica que o aplicativo tem uma base jovem, o que corresponde com os objetivos da empresa. Já os respondentes entre 41 e 50 anos de idade representam 13% do total, seguido pelos que estão entre 31 e 40 anos de idade com 12%, depois pelos que estão entre 51 e 60 anos de idade com 8%. Os extremos, que são os que tem até 17 anos e os que são maiores de 60 anos de idade representam, cada um, 4% do estudo.

<i>Faixa Etária</i>	<i>Até 17 anos</i>	<i>Entre 18 e 30 anos</i>	<i>Entre 31 e 40 anos</i>	<i>Entre 41 e 50 anos</i>	<i>Entre 51 e 60 anos</i>	<i>Maior de 60 anos</i>	<i>Total</i>
Respondentes	6	92	17	21	13	6	155
Total (%)	4%	59%	12%	13%	8%	4%	100%

Quadro 6 – Faixas Etárias.

Como podemos observar no Quadro 7, que representa os gêneros dos respondentes participantes da pesquisa, a maioria dos respondentes se identifica pelo gênero feminino, representando 52% da amostra do estudo. Já o que se identificaram sob o gênero masculino somam 48% do total.

<i>Gênero</i>	<i>Masculino</i>	<i>Feminino</i>	<i>Total</i>
Respondentes	74	81	155
Total (%)	48%	52%	100%

Quadro 7 – Gênero.

Já no Quadro 8, temos o nível de escolaridade dos respondentes, que foram divididos entre “Fundamental”, “Médio”, e “Superior”. A grande maioria, ou 69%, dos respondentes diz ter nível superior. Podemos perceber também que apenas 2% dos respondentes diz ter somente ensino fundamental completo.

<i>Nível de escolaridade</i>	<i>Nível Fundamental</i>	<i>Nível Médio</i>	<i>Nível Superior</i>	<i>Total</i>
Respondentes	3	45	107	155
Total (%)	2%	29%	69%	100%

Quadro 8 – Níveis de Escolaridade.

Em relação à frequência de uso do aplicativo pelos respondentes, foi gerado o gráfico Quadro 9, aonde pode ser visto que a grande maioria, ou 72% dos participantes do estudo usam o aplicativo de maneira eventual, ou seja, com uma frequência menor do que mensal, sendo utilizado apenas algumas vezes ao ano. Isso pode ser um indicativo de que nem todos os pesquisados estão acostumados com o uso desse tipo de serviço. Além disso, vemos também que a porcentagem de pessoas que usam o serviço diariamente é muito pequena em relação aos outros intervalos de frequência, o que corrobora com a informação citada anteriormente.

Frequência de uso	Diária	Semanal	Mensal	Eventual	Total
Respondentes	3	11	29	112	155
Total (%)	2%	7%	19%	72%	100%

Quadro 9 – Frequência de Uso.

4.2 Operação Básica

Assim como foi definido nos *brainstorming.s* e grupos focais, os dois principais focos de análise em relação à operação básica foram os motoristas cadastrados no serviço e os seus respectivos veículos. Dentro do primeiro critério, os aspectos pesquisados foram a cordialidade do motorista, a sua habilidade na direção, aparência física e conhecimento do trajeto. Já em relação ao veículo utilizado durante o serviço, o que foi discutido gira em torno do conforto proporcionado pelo veículo, o seu estado de conservação e a capacidade, tanto para passageiros quanto para bagagens. Esses dois itens de avaliação, juntos, formam a percepção da qualidade em relação à operação básica do serviço.

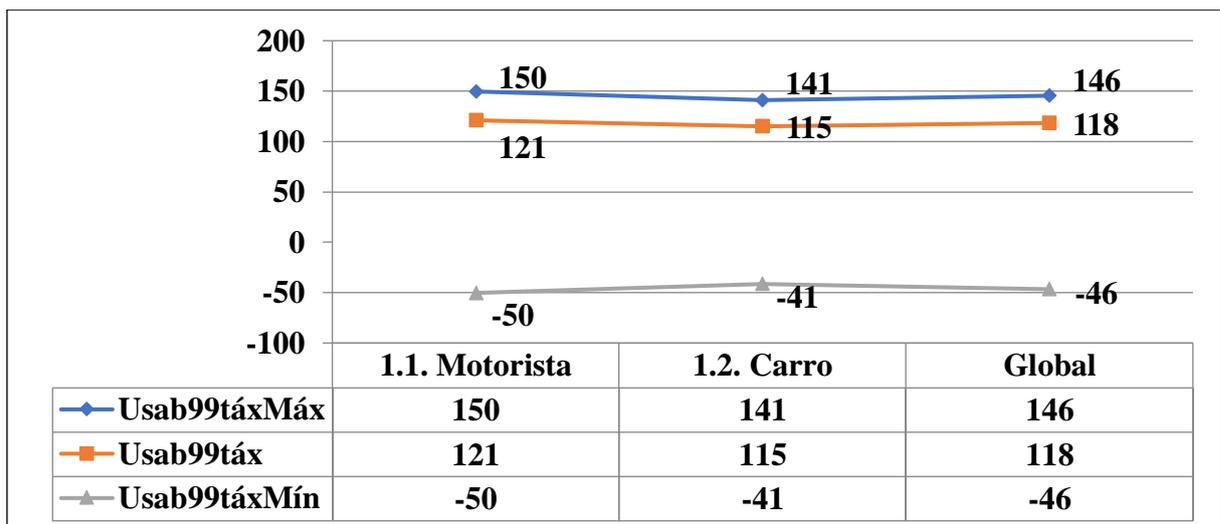


Gráfico 2 – Desempenho do critério "Operação Básica".

Como podemos observar no Gráfico 2, os dois subcritérios foram bem avaliados, chegando bem perto de alcançar o máximo de cada item avaliado. A percepção da

usabilidade em relação ao motorista foi avaliada em 121 pontos, visto no ponto laranja, sendo o seu máximo 150 (ponto azul) pontos e mínimo -50 (ponto cinza). Com essa pontuação, esse subcritério se localiza entre níveis “Bom” e “Excelente” da escala utilizada. Apesar disso, o intervalo do subcritério é de 200 pontos, o que indica que o nível de esforço deste critério é maior do que o critério 1.2. A quantidade de pontos necessária, ou seja, o esforço necessário para se alcançar o nível “excelente” é de 29 pontos.

Já em relação ao item 1.2, que visava compreender e analisar a percepção dos usuários em relação ao veículo utilizado pelo motorista, foram obtidos 115 pontos, como visto no ponto laranja, estando assim localizado a 26 pontos do máximo, e 156 pontos acima do mínimo. Nesse critério, a escala total de níveis de esforço era de 182 pontos de intervalo, então pode-se concluir que a percepção dos usuários foi boa, e o nível de esforço gerencial para se alcançar a excelência é menor do que o critério 1.1.

Globalmente, o critério “Operação Básica” foi avaliado em 118 pontos (ponto laranja), e figura também entre os níveis “Bom” e “Excelente”, e conta com o menor intervalo de níveis de esforço entre todos os critérios avaliados. Além disso, são somente 28 pontos entre o obtido e o máximo.

Essa avaliação demonstra que os usuários estão satisfeitos com a percepção da qualidade tanto dos motoristas cadastrados no aplicativo, quanto dos seus respectivos veículos. Apesar disso, podemos notar que é de suma importância que a qualidade percebida em relação aos motoristas esteja sempre em processo de melhoria, pois apesar de ser baseado em um aplicativo, a linha de frente do serviço é composta por todos os motoristas cadastrados.

4.3 Operação de aspectos complementares

No segundo critério, foram avaliados os aspectos complementares à operação e uso do aplicativo 99 Táxis pelos consumidores. O primeiro dos subcritérios analisados é referente ao Uso do aplicativo em si, e leva em conta a intuitividade nos comandos, a compatibilidade com smartphones atuais, a precisão da geolocalização usando os sensores de GPS (Global Position System) dos aparelhos nos quais o aplicativo é instalado e os canais de atendimento ao consumidor, como chat e e-mail da empresa.

Já em relação ao segundo subcritério, gerência de uso, foram levados em conta a facilidade na conferência de informações do veículo e do motorista, os meios de comunicação com os taxistas e o acompanhamento da localização dos táxis pelo aplicativo. Esses, apesar de serem acessados também pelo aplicativo, foram avaliados de forma separada pois são as partes que mais diferem do serviço de táxi comum.

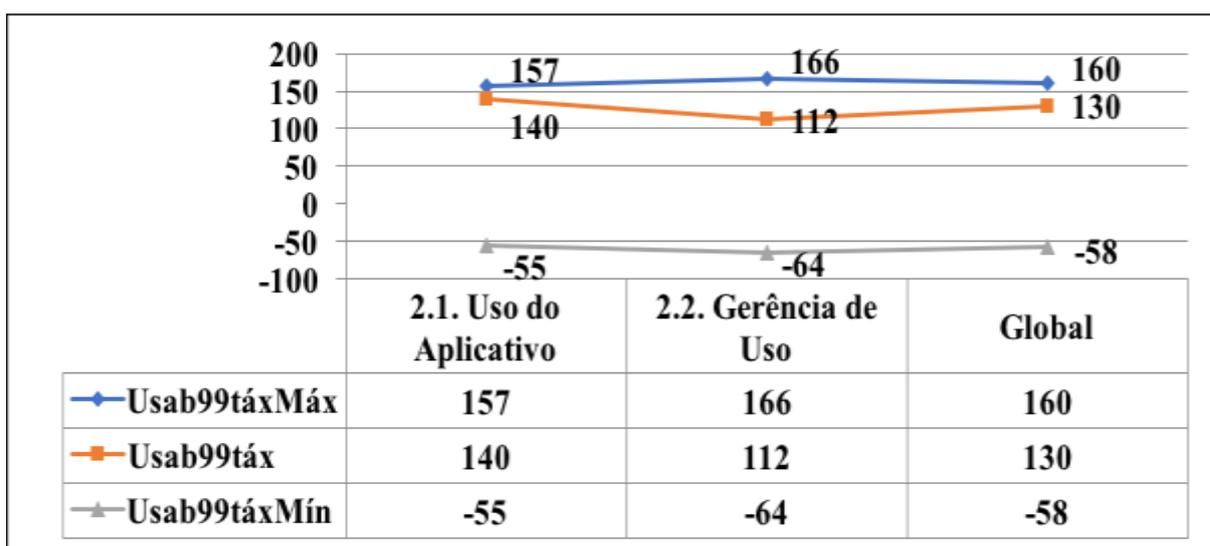


Gráfico 3 – Desempenho do critério “Operação de aspectos complementares”.

Como podemos observar no Gráfico 3 acima, ambos os critérios receberam uma avaliação bastante positiva, estando situadas entre os níveis “bom” e “excelente”.

A pontuação do item 2.1 foi de 140 pontos (ponto laranja), se aproximando bastante do nível máximo, com apenas 17 pontos de diferença. Apesar disso, o intervalo de níveis de esforço foi menor do que o do item 2.2, com 212 pontos de intervalo, e isso demonstra que apesar do nível de esforço gerencial para se chegar ao ponto “excelente” ser pequeno em relação ao outro critério, chegar na posição encontrada foi mais “fácil”.

Agora sobre o item 2.2, “Gerência de Uso”, podemos observar que apesar da sua pontuação estar situada entre os níveis “bom” e “excelente”, esses 112 pontos (ponto laranja) são uma nota mais baixa do que a do item anterior, principalmente se olharmos para seu valores máximo, que é de 166 pontos (ponto azul), e mínimo, que é de 64 pontos negativos (ponto cinza). O intervalo de pontos entre o máximo e o

mínimo é de 230 pontos, o que significa que são necessários mais “degraus” e esforço gerencial para se poder chegar ao nível excelente.

Em relação à percepção global do critério temos 130 pontos obtidos, com um máximo possível de 160 pontos (ponto azul) e um mínimo de -58 pontos (ponto cinza), o que ilustra um ponto situado também entre os níveis “bom” e “excelente”. Apesar disso, podemos observar que temos 30 pontos ou “degraus” para se chegar ao máximo, o que quando comparado ao item 4.2 “Operação Básica” e seus 28 pontos, o esforço gerencial necessário para se alcançar excelência nesse item é maior do que no item anterior.

Podemos aferir, baseado a análise do item supracitado”, que a avaliação da percepção do usuário em relação aos aspectos complementares é de fato positiva, mas que pode ser melhorada, principalmente em relação à “Gerência de Uso” e seus subcritérios.

4.4 Segurança

Falamos agora de um critério que foi o melhor avaliado entre todos os critérios pesquisados. Nesse estudo, quando falamos em segurança, estamos falando sobre dois tipo fundamentais de segurança percebidos pelos usuários, a segurança física e a segurança de uso. Dentro da parte física da segurança, foram avaliadas as escolhas de trajeto, o respeito às leis de trânsito e à privacidade dos usuários por parte do motorista. Já em segurança de uso, foram feitas questões relacionadas à pontualidade da corrida e à segurança das informações pessoais do usuário.

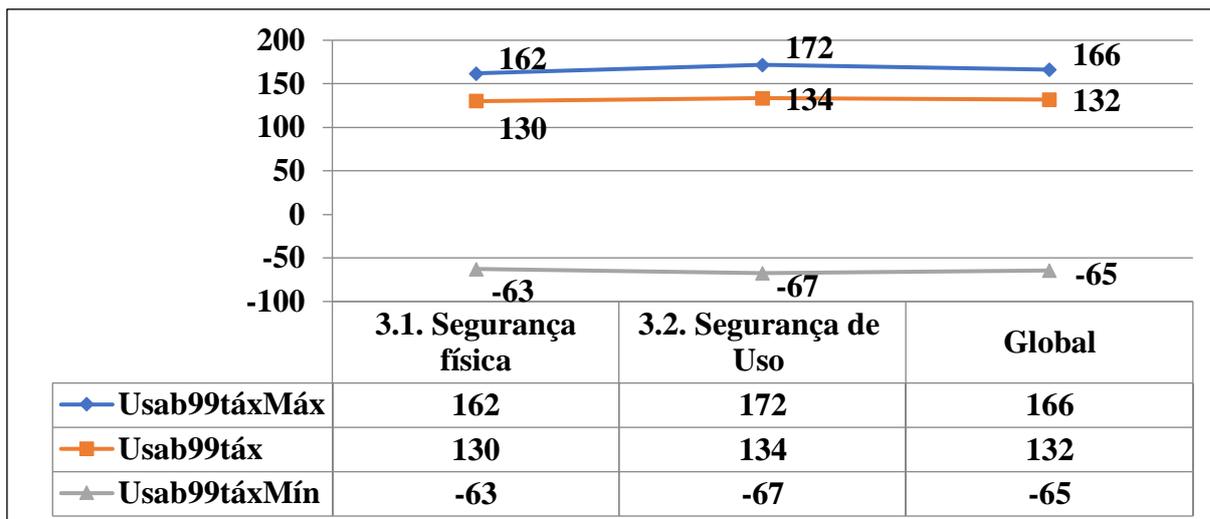


Gráfico 4 – Desempenho do critério “Segurança”.

Como é possível ser observado no Gráfico 4, a percepção da qualidade em relação ao item 3.1 “Segurança Física” foi avaliada em 130 pontos, com um máximo possível de 162 pontos e um mínimo de -63 pontos. Essa pontuação representa uma avaliação entre os níveis “bom” e “excelente” na escala. Porém, apesar de ser bem avaliado, os itens relacionados à segurança são alguns dos que possuem maior abertura nos níveis de esforço, o item 3.1 contando com 225 pontos de intervalo entre o máximo e mínimo possíveis, e com 32 “degraus” entre o avaliado e seu máximo.

No item 3.2 ocorre basicamente a mesma coisa, mas ainda em maior proporção. O item foi avaliado com 134 pontos, estando assim a 38 pontos de seu máximo, o maior intervalo até agora no estudo. Apesar disso, sua avaliação ficou também entre os níveis “bom” e “excelente”, sendo que o esforço gerencial para se alcançar o nível máximo é maior do que os outros.

Fazendo uma avaliação global do critério, podemos perceber que o item foi bem avaliado com 132 pontos, um máximo de 166 pontos e mínimo de -65 pontos. Essa pontuação também está situada entre os níveis “bom” e “excelente”. O intervalo de níveis de esforço foi de 231 pontos de intervalo, o maior do estudo.

Nesse critério relacionado à segurança percebida pelos usuários, podemos ver que as avaliações foram boas, mas que é preciso muito esforço gerencial para poder se chegar no nível excelente de avaliação. Isso se deve principalmente às noções de segurança dos usuários, que é fator decisivo no uso do aplicativo.

4.5 Custos

Por último, mas não menos importante, foi avaliada a qualidade percebida pelos usuários em relação aos custos do serviço. Esse critério foi dividido em duas partes, sendo a primeira composta pelos custos de contratação do serviço estudado e a segunda por promoções e parcerias oferecidas pela empresa. Os custos de contratação foram divididos entre as tarifas, os meios de pagamento e a segurança do pagamento. Já em relação às promoções e parcerias, temos os descontos e as promoções.

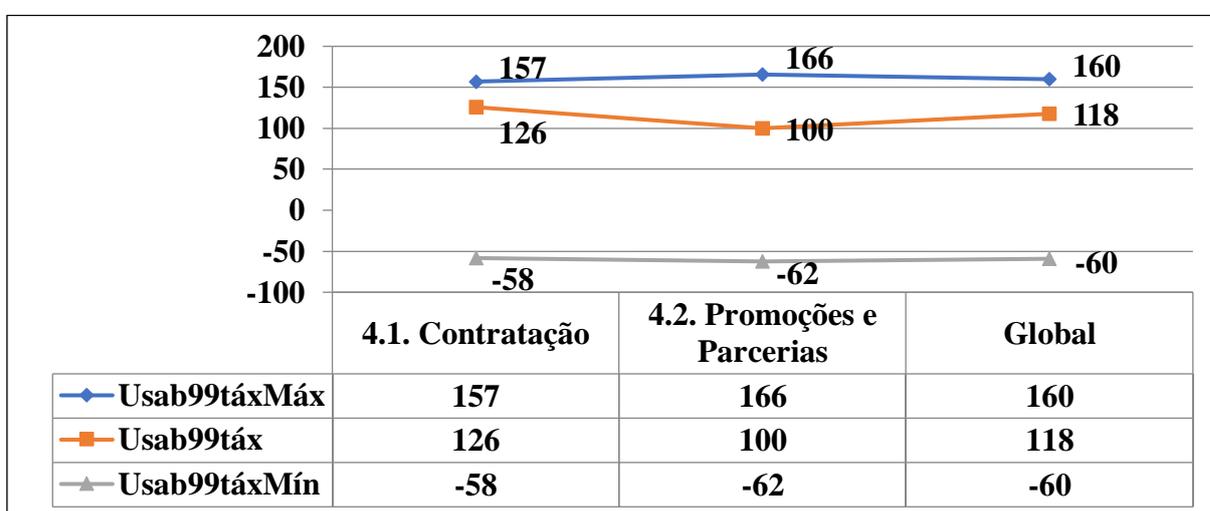


Gráfico 5 – Desempenho do critério “Custos”.

Como pode ser observado no Gráfico 5, em relação ao item 4.1 “contratação”, foi obtida uma pontuação de 126 (ponto laranja), com seu máximo possível estando situado aos 157 pontos (ponto azul) e seu mínimo em -58 pontos (ponto cinza), tendo assim uma escala com 215 pontos de intervalo entre eles, ou seja, 215 “degraus” de nível de esforço. A pontuação obtida pelo item o classifica entre os níveis “bom” e “excelente”, e a distancia entre o avaliado e o máximo possível é de 31 pontos, o que demonstra que o nível de esforço gerencial para se sair do nível avaliado e chegar no máximo é de 31 pontos.

Já a avaliação do item 4.2 “Promoções e Parcerias”, apesar de ainda estar situada entre os níveis “bom” e “excelente”, os seus 100 pontos (ponto laranja) foram os menores de todo o estudo, com uma diferença de 66 pontos para o seu máximo e 162

pontos para o seu mínimo. Isso demonstra que o nível esforço gerencial que deve ser feito para se sair do nível pesquisado e chegar à excelência é o maior do estudo.

Em uma avaliação global, o item recebeu 118 pontos (ponto laranja), com um máximo possível de 160 pontos (ponto azul) e o mínimo de -60 pontos (ponto cinza), formando assim um intervalo de níveis de esforço de 220 pontos. Em relação ao nível de esforço gerencial necessário para se alcançar a excelência temos 42 pontos, que é o maior esforço do estudo.

Essa avaliação positiva, mas com grandes níveis de esforço, se deve principalmente à falta de promoções e parcerias no aplicativo, e os usuários sentem a falta dos mesmos durante o uso do aplicativo.

4.6 Análise Macro da Qualidade do Serviço

De acordo com Paladini (2007), um serviço de qualidade é tido quando atende perfeitamente, de forma segura e confiável, as expectativas do cliente. Na avaliação do serviço oferecido pela empresa 99Taxis, foram obtidas pontuações que demonstram que o serviço está sendo oferecido com qualidade, estando todas elas entre os níveis “bom” e “excelente”, sem exceções.

Falconi (1992) diz que a preferência de um produto ou um serviço se dá através da adequação às necessidades, expectativas e ambições do consumidor. Como podemos ver no Gráfico 6, as avaliações relacionadas aos aspectos complementares da operação e à segurança percebida no serviço foram as melhores pontuadas, com 130 e 132 pontos (pontos laranja), respectivamente. Isso mostra que as expectativas dos clientes estão sendo supridas pela empresa, o que garante essa preferência citada por Falconi (1992).

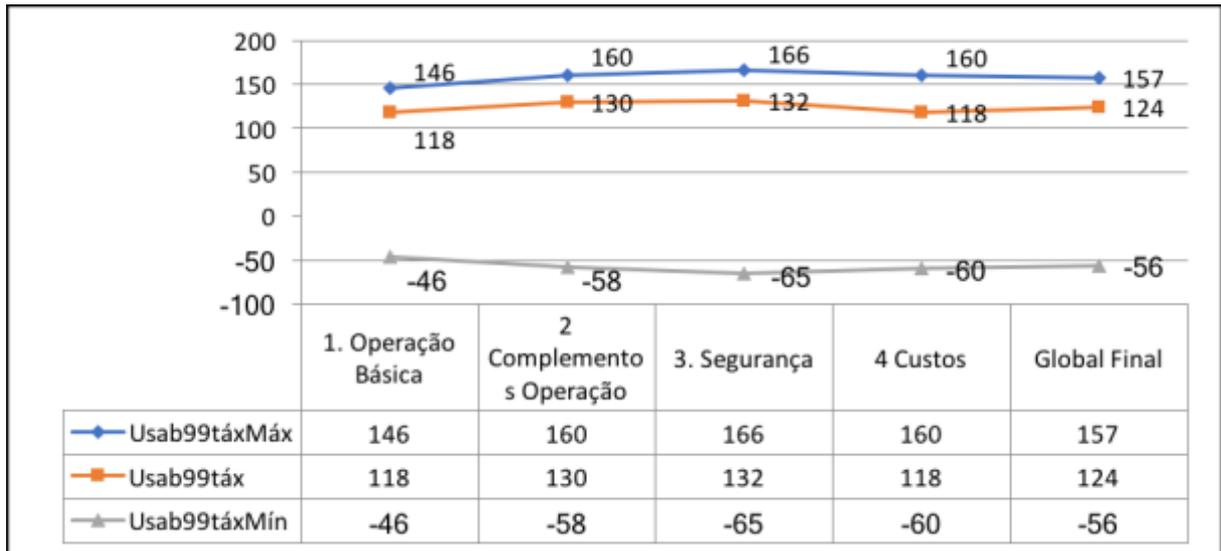


Gráfico 6 – Desempenho geral de critérios.

Já em relação às notas dos itens relacionados à operação básica e aos custos foram avaliados igualmente, obtendo 118 pontos cada. Essa avaliação foi menor do que as dos outros aspectos, mas não deixam de ser positivas, pois estão bem mais perto do seus máximos respectivos do que dos seus mínimos. Ainda observando o gráfico, podemos ver que o item com maior intervalo de nível de esforço foi o item 2. “segurança”, mostrando assim que são muitos “degraus” entre o seu máximo e seu mínimo.

Finalmente, em relação ao nível de esforço gerencial necessário para se poder mudar do status percebido para o status de excelência, o que obteve o maior do estudo foi o item 4 “Custos”. Isso quer dizer que é mais difícil mudar a percepção dos usuários em relação aos custos do que em relação aos outros critérios.

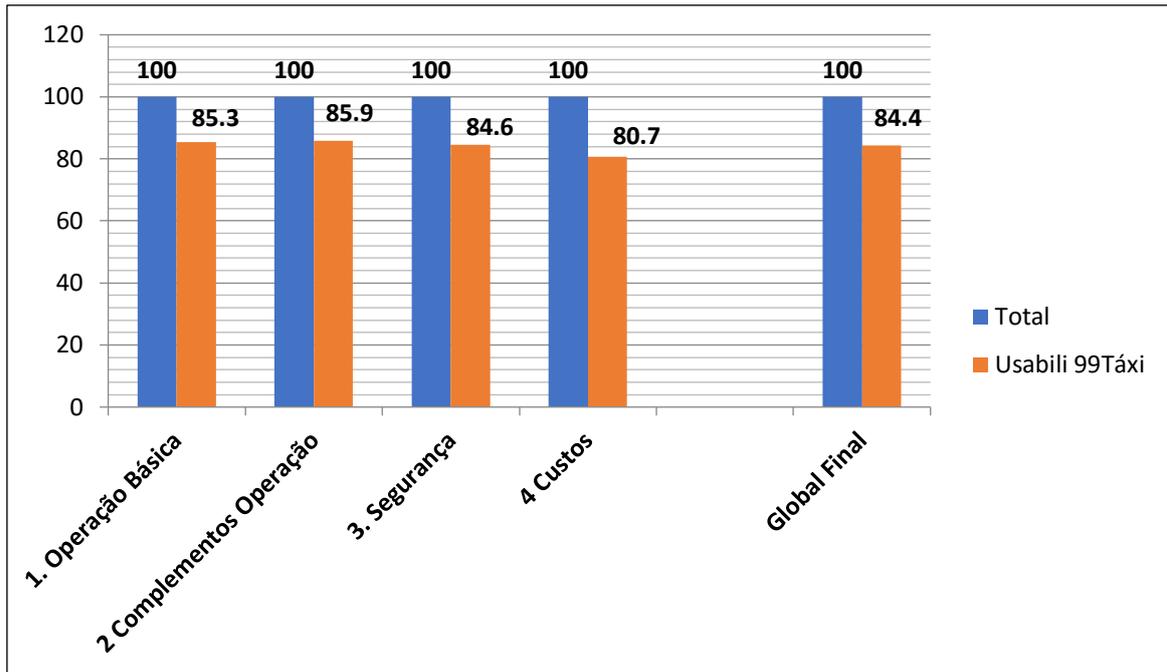


Gráfico 7 – Usabilidade Geral.

Como pode ser observado no Gráfico 7, temos a usabilidade total do estudo, representada pela barra de cor laranja e legenda Usabili99Táxi, sendo que a qualidade percebida no item 1 foi de 85,3% em relação ao total de 100%, já o item 2 conquistou 85,9%, o item 3 84,6% e por último o item 4, com 80,7%. Podemos concluir que a avaliação foi bastante positiva, com todos os itens alcançando pelo menos 80% de qualidade percebida na usabilidade do aplicativo. Isso se deve principalmente à qualidade e transparência ofertada pelo serviço 99Taxi em Brasília, sendo que a segurança e operações foram elogiadas pelos respondentes. O único porém fica em relação aos custos, e não ao custo da viagem em si, que foi percebida de maneira positiva pelos respondentes, mas sim em relação a falta de promoções e parcerias por parte do aplicativo, que se forem feitos da maneira certa, seriam um grande diferencial em relação à grande concorrência que se alastra nos serviços de transporte semipúblicos de Brasília, DF.

4.7 Atingimento dos Objetivos da Pesquisa

Finalmente, após todas as análises feitas e todas as informações propostas coletadas, pode-se fazer uma comparação com os objetivos iniciais constantes no item 1.3 deste trabalho, como pode ser visto no Quadro 10.

Objetivo Específico	Resultado
Delimitar critérios relacionados ao aplicativo 99 Táxis a serem avaliados por moradores de Brasília – DF.	A partir de <i>Brainstormings</i> e reuniões em grupos focais, foram enumerados os critérios mais relevantes para a realização da pesquisa.
Obter informações referentes à percepção dos usuários quanto à qualidade do 99 táxis.	Foi realizada uma pesquisa com 155 usuários do serviço, a fim de descobrir a percepção dos usuários.
Verificar a relevância dos processos utilizados pelo serviço 99 Táxis para os usuários.	Após a coleta e análise de dados, chegou-se a conclusão de que a visão dos usuários em relação ao serviço é bastante positiva.

Quadro 10 – Objetivos e Resultados.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O aplicativo 99 Táxis, segundo o site da empresa, foi criado em 2012 com o objetivo de tornar a contratação, uso e pagamento de serviços de táxi os mais fáceis possíveis, fazendo o uso de tecnologia e inovações relacionadas aos serviços. Em Brasília, a demanda por transporte é muito grande e o 99 Táxis é um aliado dos usuários para se locomoverem pela cidade.

Neste trabalho, o objetivo principal foi avaliar as percepções destes usuários em relação ao aplicativo, e para isso foram avaliados quatro critérios, que depois de serem validados em *brainstormings* e grupos focais, foram julgados relevantes. São esses: Operação básica, aspectos complementares à operação, segurança e custos.

Utilizando-se do método de Análise Multicritério de Apoio à Decisão, foi possível criar descritores, que subsequentemente foram transformados em perguntas, para serem respondidas e avaliadas pelos usuários, utilizando um questionário.

Foi percebido, na análise dos resultados, que o critério “Segurança” obteve os melhores resultados nas avaliações, sendo analisadas as noções de segurança física, que leva em conta a sensação de segurança e integridade física do usuário durante o uso do serviço, e segurança de uso, que se relaciona à sensação de segurança de dados e aspectos intangíveis, como a pontualidade.

Em geral, todos os critérios avaliados receberam pontuações satisfatórias, compreendidas nos pontos ótimos entre os níveis “bom” e “excelente” das escalas. Entretanto, os critérios relacionados à “operação básica” e “custos, foram os piores avaliados, e isso se deve ao fato de que os usuários, apesar de gostarem do serviço, avaliaram de maneira menos positiva os descritores relacionados aos carros dos motoristas e à falta de promoções e parcerias por parte do aplicativo.

Conclui-se que, os usuários do aplicativo em Brasília – DF, apesar de usarem com pouca frequência o serviço, têm uma percepção positiva da qualidade do mesmo, mostrando que as melhorias feitas em relação ao serviço de táxi tradicional são bem recebidas e avaliadas pelos usuários.

5.1 Limitações e recomendações

A presente pesquisa buscou quantificar e analisar a percepção dos usuários do serviço 99 Táxis em Brasília – DF. Assim como pôde ser visto no item 4.7, todos os objetivos foram alcançados, porém o resultado poderia ser mais rico se fosse obtido acesso aos decisores relacionados à própria empresa 99 Táxis, pois como visto, todos os que participaram dos *brainstormings* eram ou usuários ou especialistas na área.

Outra limitação percebida foi a abrangência dos questionários. Como foram aplicados em sua maioria pela internet, talvez não possam ter sido abrangidas todas as camadas da sociedade de Brasília –DF.

Para trabalhos futuros, recomenda-se que seja feita uma pesquisa levando em conta também as ideias propostas pela própria empresa 99 Táxis, que na presente pesquisa, não pôde ser consultada, por não ter disponibilidade.

Após a apresentação do presente trabalho, foram feitas recomendações por parte das professoras presentes durante o momento de apresentação. Todas essas recomendações e sugestões estão resumidas na tabela presente no Apêndice F do presente trabalho.

REFERÊNCIAS

99 TAXIS. **Sobre nós**. Disponível em: <<http://www.99taxis.com/sobre-nos/>>. Acesso em: 13 de outubro de 2017

ABNT- Associação Brasileira de Normas Técnicas. **NBR ISO 8402 - 1994- GESTÃO DA QUALIDADE E GARANTIA DA QUALIDADE - TERMINOLOGIA**. Rio de Janeiro, ABNT, 1994.

BARBALHO, C. R. S. **Gestão pela qualidade: referencial teórico**. Campinas, Transinformação, v.8, n.3, p.97-120. 1996.

BARBIERI, J. C.; ALVARES, A. C. T. **Inovações nas organizações empresariais**. Rio de Janeiro: FGV, 2004.

BELK, R. 2014. **You are what you can access: Sharing and collaborative consumption online**. Journal of Business Research, 67(8):1595-1600. <http://dx.doi.org/10.1016/j.jbusres.2013.10.001>.

BERTOLINI, L; LE CLERCQ, F & STRAATEMEIER, T. **Urban Transportation Planning in Transition (Editorial)**. Transporte Policy, n.15, p. 69-72, 2008.

BOAVENTURA, Camila Fernandes Rodrigues; MELO, Jose Airton Mendonça. **Marketing de Relacionamento: A Relação do Representante Propagandista com Médicos Dermatologistas de Brasília**. Negócios em Projeção, v.4, n. 1, 2013.

BOTSMAN, Rachel; ROGERS, Roo. **O que é meu é seu: como o consumo colaborativo vai mudar o nosso mundo**. Porto Alegre: Bookman, 2011.

BRASIL. Lei nº 12.865, de 09 de outubro de 2013. (...) disciplina o documento digital no Sistema Financeiro Nacional. **Lei 12.865/2013 (lei Ordinária) 09/10/2013**. Brasília, DF: Diário Oficial da União, 09 out. 2013.. Artigo 23.

CAMPOS, Vicente Falconi. **TQC – Controle e Gestão da Qualidade (No estilo japonês)**. Belo Horizonte, FCO/UFMG, 1992.

CROSBY, Philip B. **Qualidade é investimento: a arte de garantir a qualidade**. 3.ed. Rio de Janeiro: J. Olympio, 1990.

DUARTE, Cristóvão Fernandes. **Forma e movimento**. Rio de Janeiro: Viana & Mosley: Ed. PROURB, 2006.

ENSSLIN, L.; MONTIBELLER, G.; NORONHA, S.M. **Apoio à decisão: metodologia para estruturação de problemas e avaliação multicritério de alternativas**. Florianópolis: Insular, 2001.

EUROFORUM. **Draft paper State of the Art of Research and Development in the Field of Urban Mobility**. The European Research Forum for Urban Mobility (EUROFORUM). Disponível em:

<www.eurforum.net/html/fileadmin/SoA_FinalDraft_160207_FINAL.PD>, 2007.
Acesso em: 09/08/17.

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

GALLOUJ, F. **Innovaton dans les services**. Paris: L'Hartmattan, 1994.

GIL, A. C. **Como Elaborar Projetos de Pesquisa**. 4 ed. São Paulo: Atlas, 2002.

JURAN, Joseph M. **Juran planejando para a qualidade**. São Paulo: Pioneira, 1990.

LAKATOS, E. M. & MARCONI, M. A. **Metodologia do trabalho científico**. 7ª ed. São Paulo: Atlas, 2007.

LOUNSBURY, M. & CRUMLEY, T. E. New practice creation: an institutional perspective on innovation. In: *Organizational Studies*. Sage publications, 2007.

LOVELOCK, C.; WRIGHT, L. **Serviços: marketing e gestão**. São Paulo: Saraiva, 2004.

MEZOMO, J. C. **Gestão da Qualidade na saúde: Princípios Básicos**. Barueri: Manole, 2001.

PALADINI, E.P. **Gestão da Qualidade: teoria e pratica**. 2.ed. São Paulo: Atlas, 2007.

RECKS, G. **Apostila Transporte Publico**. Universidade Federal do Paraná. Disponível em: <http://www.cesec.ufpr.br/pet/biblioteca/dtt/TT057_Apostila.pdf>, 2011 Acesso em: 11/11/16

RODRIGUES, E. C. C. (2014). **Metodologia para investigação da percepção das inovações na usabilidade do sistema metroviário – uma abordagem antropotecnológica**. Tese de doutorado em Transportes, Publicação T. D. – 006A / 2014, Departamento de Engenharia Civil e Ambiental, Universidade de Brasília, Brasília, DF, 262 p.

SAVIOTTI, P. P.; METCALFE, J. S. Present development and trends in evolutionary economics. In: SAVIOTTI, P. P.; METCALFE, J. S. (Eds.). **Evolutionary theories of economic and technological change: present state and future prospects**. Switzerland: Harwood Academic Publishers, 1991. P. 1 – 30

SCARINGELLA, Roberto Salvador. **A crise da mobilidade urbana em Sao Paulo**. Sao Paulo em Perspectiva, v. 15, n. 1, jan.-mar. 2001.

STEFANO, N. et al. **Satisfação dos clientes interno e externo mensurada através da escala SERVQUAL do modelo Gap em uma empresa prestadora de serviços**. In: CONGRESSO NACIONAL

TARTUCE, T. J. A. **Métodos de pesquisa**. Fortaleza: UNICE – Ensino Superior, 2006.

APÊNDICES

Apêndice A – Questionário



Universidade de Brasília (UnB)

Faculdade de Administração, Economia, Ciências Contábeis e Atuariais (FACE)
Departamento de Administração (ADM)

Questionário sobre a percepção da qualidade do serviço prestado pelo aplicativo 99 Táxis

Prezado (a) usuário (a): Este questionário possui fins acadêmicos sobre a qualidade do serviço prestado pelo aplicativo 99 Táxis. Agradecemos a sua participação.

Instruções: Marque com "X" em todos os itens abaixo correspondentes:

	Faixa etária: <input type="checkbox"/> 18 a 30 anos <input type="checkbox"/> 31 a 40 anos <input type="checkbox"/> 41 a 50 anos <input type="checkbox"/> 51 a 60 anos <input type="checkbox"/> mais de 60 anos	Sexo: <input type="checkbox"/> Masculino <input type="checkbox"/> Feminino	Frequência de uso do aplicativo: <input type="checkbox"/> Diário <input type="checkbox"/> Semanal <input type="checkbox"/> mensal <input type="checkbox"/> Eventualmente
--	---	---	---

Item	Qual a sua percepção sobre a qualidade do uso do serviço 99Táxi em relação à:	Excelente	Bom	Parcialmente satisfatório	Indiferente	Ruim
Operação Básica	Cordialidade do motorista					
	Habilidade na direção do motorista					
	Aparência Física do motorista					
	Conhecimento do trajeto por parte do motorista					
	Conforto do veículo					
	Conservação do veículo					
	Capacidade do veículo					
Aspectos Complementares	Intuitividade nos comandos dentro do Aplicativo					
	Compatibilidade com Smartphones					
	Precisão da Geolocalização					
	Canal de atendimento ao consumidor no Aplicativo					
	Conferência das informações do motorista e do veículo dentro do Aplicativo					
	Comunicação com o motorista					
	Acompanhamento da localização do motorista/veículo					
Segurança	Escolha do trajeto					
	Respeito às leis de trânsito					
	Respeito à privacidade do usuário por parte do motorista					
	Pontualidade					
	Segurança das informações pessoais inseridas no Aplicativo					
Custos	Tarifas					
	Diversidade de meios de pagamento					
	Segurança no meio de pagamento escolhido					
	Existência de descontos por prazos indeterminados					
	Promoções com descontos opor tempo limitado					

Apêndice B – Relação dos requisitos observados, com as variáveis enumeradas

PVF	SubPVF1	SubPVF2
Operação básica / Aspectos físicos (30%)	Motorista (55%)	Cordialidade (30%)
		Habilidade na direção (40%)
		Aparência Física (20%)
		Conhecimento do trajeto (10%)
	Carro (45%)	Conforto do veículo (40%)
		Conservação do veículo (50%)
Capacidade (10%)		
Aspectos complementares (30%)	Uso do Aplicativo (65%)	Intuitividade nos comandos (35%)
		Compatibilidade com smartphones (25%)
		Precisão da geolocalização (25%)
		Canal de Atendimento ao consumidor no aplicativo (15%)
	Gerência de Uso (35%)	Conferência de informações do motorista/Veículo (30%)
		Comunicação com o motorista (30%)
Segurança (20%)	Segurança física (55%)	Escolha do trajeto (20%)
		Respeito às Leis de Trânsito (40%)
		Respeito à privacidade por parte do motorista (40%)
	Segurança de Uso (45%)	Pontualidade (45%)
		Segurança das informações pessoais inseridas no aplicativo (55%)
	Custos (20%)	Contratação (70%)
Meios de Pagamento (30%)		
Pagamento Seguro (30%)		
Promoções e Parcerias (30%)		Descontos (60%)
		Promoções (40%)

Apêndice C – Tabulação dos resultados dos formulários

Questões	N 5	N4	N 3	N 2	N 1	Median a	Posiçã o
Cordialidade	79	23	26	18	9	79	N5
Habilidade na direção	8	86	40	5	16	86	N4
Aparência Física	40	50	28	29	8	50	N4
Conhecimento do trajeto	38	76	20	16	5	76	N4
Conforto do veículo	19	68	35	21	12	68	N4
Conservação do veículo	80	34	22	9	10	80	N5
Capacidade	20	76	32	22	5	76	N4
Intuitividade nos comandos	18	71	39	22	5	71	N4
Compatibilidade com smartphones	79	41	13	17	5	79	N5
Precisão da geolocalização	79	28	37	4	7	79	N5
Canal de Atendimento ao consumidor no aplicativo	15	57	29	46	8	57	N4
Conferência de informações do motorista/Veículo	83	21	34	10	7	83	N5
Comunicação com o motorista	18	74	36	19	8	74	N4
Acompanhamento da localização do Motorista/Veículo	28	78	29	15	5	78	N4
Escolha do trajeto	89	28	27	4	7	89	N5
Respeito às Leis de Trânsito	83	31	19	8	14	83	N5
Respeito à privacidade por parte do motorista	35	82	19	11	8	82	N4
Pontualidade	23	69	49	6	8	69	N4
Segurança das informações pessoais inseridas no aplicativo	79	33	16	13	14	79	N5
Tarifas	35	56	13	10	41	56	N4
Meios de Pagamento	82	24	30	4	15	82	N5
Pagamento Seguro	82	39	18	7	9	82	N5
Descontos	42	39	19	30	25	39	N4
Promoções	63	25	14	33	20	25	N4

Apêndice D – Matriz Semântica de cada descritor

Obj. Estudo	<u>1.1.1. Cordialidade</u>				
<u>Usab99táx</u>	Excelente	Bom	ParcSatisfatório	Indifere/Neut	Ruim
Excelente	Nulo	Forte	Mfor/Fort	MuitoForte	Extremo
Bom		Nulo	Forte	MuitoForte	Extr/Mfort
ParcSatisfatório			Nulo	Frac/Mfrac	Fraca
Indifere/Neut				Nulo	Frac/Mfrac
Ruim					Nulo

Obj. Estudo	<u>1.1.2. Habilidade na direção</u>				
<u>Usab99táx</u>	Excelente	Bom	ParcSatisfatório	Indifere/Neut	Ruim
Excelente	Nulo	Fort/Mode	Forte	Mfor/Fort	Extr/Mfort
Bom		Nulo	Fort/Mode	Mfor/Fort	MuitoForte
ParcSatisfatório			Nulo	Fraca	Mode/Frac
Indifere/Neut				Nulo	Fraca
Ruim					Nulo

Obj. Estudo	<u>1.1.3. Aparência Física</u>				
<u>Usab99táx</u>	Excelente	Bom	ParcSatisfatório	Indifere/Neut	Ruim
Excelente	Nulo	Moderado	Fort/Mode	Forte	Mfor/Fort
Bom		Nulo	Moderado	Forte	Mfor/Fort
ParcSatisfatório			Nulo	Moderado	Fort/Mode
Indifere/Neut				Nulo	Mode/Frac
Ruim					Nulo

Obj. Estudo	<u>1.1.4. Conhecimento do trajeto</u>				
<u>Usab99táx</u>	Excelente	Bom	ParcSatisfatório	Indifere/Neut	Ruim
Excelente	Nulo	Moderado	Fort/Mode	Forte	Mfor/Fort
Bom		Nulo	Fort/Mode	Forte	Mfor/Fort
ParcSatisfatório			Nulo	Mode/Frac	Moderado
Indifere/Neut				Nulo	Mode/Frac
Ruim					Nulo

Obj. Estudo	<u>1.2.1. Conforto do veículo</u>				
<u>Usab99táx</u>	Excelente	Bom	ParcSatisfatório	Indifere/Neut	Ruim
Excelente	Nulo	Fort/Mode	Forte	Mfor/Fort	Extr/Mfort
Bom		Nulo	Fort/Mode	Mfor/Fort	MuitoForte
ParcSatisfatório			Nulo	Mode/Frac	Moderado
Indifere/Neut				Nulo	Fraca
Ruim					Nulo

Obj. Estudo	<u>1.2.2. Conservação do veículo</u>				
<u>Usab99táx</u>	Excelente	Bom	ParcSatisfatório	Indifere/Neut	Ruim
Excelente	Nulo	Moderado	Fort/Mode	Forte	Mfor/Fort
Bom		Nulo	Moderado	Forte	Mfor/Fort
ParcSatisfatório			Nulo	Mode/Frac	Moderado
Indifere/Neut				Nulo	Mode/Frac
Ruim					Nulo

Obj. Estudo	<u>1.2.3. Capacidade</u>				
<u>Usab99táx</u>	Excelente	Bom	ParcSatisfatório	Indifere/Neut	Ruim
Excelente	Nulo	Forte	Mfor/Fort	MuitoForte	Extremo
Bom		Nulo	Forte	Mfor/Fort	MuitoForte
ParcSatisfatório			Nulo	Frac/Mfrac	Fraca
Indifere/Neut				Nulo	Frac/Mfrac
Ruim					Nulo

Obj. Estudo	<u>2.1.1. Intuitividade nos comandos</u>				
<u>Usab99táx</u>	Excelente	Bom	ParcSatisfatório	Indifere/Neut	Ruim
Excelente	Nulo	Moderado	Fort/Mode	Forte	Mfor/Fort
Bom		Nulo	Moderado	Forte	Mfor/Fort
ParcSatisfatório			Nulo	Mode/Frac	Fort/Mode
Indifere/Neut				Nulo	Mode/Frac
Ruim					Nulo

Obj. Estudo	2.1.2. Compatibilidade com smartphones				
<u>Usab99táx</u>	Excelente	Bom	ParcSatisfatório	Indifere/Neut	Ruim
Excelente	Nulo	Forte	Mfor/Fort	MuitoForte	Extremo
Bom		Nulo	Forte	Mfor/Fort	MuitoForte
ParcSatisfatório			Nulo	Frac/Mfrac	Mode/Frac
Indifere/Neut				Nulo	Fraca
Ruim					Nulo

Obj. Estudo	2.1.3. Precisão da geolocalização				
<u>Usab99táx</u>	Excelente	Bom	ParcSatisfatório	Indifere/Neut	Ruim
Excelente	Nulo	Mfor/Fort	MuitoForte	Extr/Mfort	Extremo
Bom		Nulo	Mfor/Fort	MuitoForte	Extr/Mfort
ParcSatisfatório			Nulo	MuitoFrac	Frac/Mfrac
Indifere/Neut				Nulo	MuitoFrac
Ruim					Nulo

Obj. Estudo	2.1.4. Canal (is) de atendimento ao consumidor				
<u>Usab99táx</u>	Excelente	Bom	ParcSatisfatório	Indifere/Neut	Ruim
Excelente	Nulo	Fort/Mode	Forte	Mfor/Fort	Extr/Mfort
Bom		Nulo	Fort/Mode	Mfor/Fort	MuitoForte
ParcSatisfatório			Nulo	Mode/Frac	Moderado
Indifere/Neut				Nulo	Mode/Frac
Ruim					Nulo

Obj. Estudo	2.2.1. Conferência motorista/veículo				
<u>Usab99táx</u>	Excelente	Bom	ParcSatisfatório	Indifere/Neut	Ruim
Excelente	Nulo	Fort/Mode	Forte	Mfor/Fort	MuitoForte
Bom		Nulo	Fort/Mode	Mfor/Fort	MuitoForte
ParcSatisfatório			Nulo	Mode/Frac	Moderado
Indifere/Neut				Nulo	Mode/Frac
Ruim					Nulo

Obj. Estudo	2.2.2. Comunicação com motorista				
<u>Usab99táx</u>	Excelente	Bom	ParcSatisfatório	Indifere/Neut	Ruim
Excelente	Nulo	Forte	Mfor/Fort	MuitoForte	Extremo
Bom		Nulo	Forte	Mfor/Fort	MuitoForte
ParcSatisfatório			Nulo	Fraca	Mode/Frac
Indifere/Neut				Nulo	Fraca
Ruim					Nulo

Obj. Estudo	2.2.3. Acompanhamento localização motorista/veículo				
<u>Usab99táx</u>	Excelente	Bom	ParcSatisfatório	Indifere/Neut	Ruim
Excelente	Nulo	Forte	MuitoForte	Extr/Mfort	Extremo
Bom		Nulo	Mfor/Fort	MuitoForte	Extr/Mfort
ParcSatisfatório			Nulo	MuitoFrac	Frac/Mfrac
Indifere/Neut				Nulo	MuitoFrac
Ruim					Nulo

Obj. Estudo	3.1.1. Escolha do trajeto				
<u>Usab99táx</u>	Excelente	Bom	ParcSatisfatório	Indifere/Neut	Ruim
Excelente	Nulo	Moderado	Forte	Mfor/Fort	MuitoForte
Bom		Nulo	Fort/Mode	Mfor/Fort	MuitoForte
ParcSatisfatório			Nulo	Mode/Frac	Moderado
Indifere/Neut				Nulo	Mode/Frac
Ruim					Nulo

Obj. Estudo	3.1.2. Respeito às leis de trânsito				
<u>Usab99táx</u>	Excelente	Bom	ParcSatisfatório	Indifere/Neut	Ruim
Excelente	Nulo	Fort/Mode	Mfor/Fort	MuitoForte	Extr/Mfort
Bom		Nulo	Forte	Mfor/Fort	MuitoForte
ParcSatisfatório			Nulo	Frac	Mode/Frac
Indifere/Neut				Nulo	Frac
Ruim					Nulo

Obj. Estudo	3.1.3. Respeito à privacidade				
<u>Usab99táx</u>	Excelente	Bom	ParcSatisfatório	Indifere/Neut	Ruim
Excelente	Nulo	Forte	Mfor/Fort	Extr/Mfort	Extremo
Bom		Nulo	Forte	MuitoForte	Extr/Mfort
ParcSatisfatório			Nulo	MuitoFrac	Frac/Mfrac
Indifere/Neut				Nulo	MuitoFrac
Ruim					Nulo

Obj. Estudo	3.2.1. Pontualidade				
<u>Usab99táx</u>	Excelente	Bom	ParcSatisfatório	Indifere/Neut	Ruim
Excelente	Nulo	Forte	MuitoForte	Extr/Mfort	Extremo
Bom		Nulo	Forte	MuitoForte	Extr/Mfort
ParcSatisfatório			Nulo	MuitoFrac	Frac/Mfrac
Indifere/Neut				Nulo	MuitoFrac
Ruim					Nulo

Obj. Estudo	3.2.2. Segurança informações pessoais				
<u>Usab99táx</u>	Excelente	Bom	ParcSatisfatório	Indifere/Neut	Ruim
Excelente	Nulo	Forte	Mfor/Fort	MuitoForte	Extr/Mfort
Bom		Nulo	Forte	Mfor/Fort	MuitoForte
ParcSatisfatório			Nulo	Frac	Mode/Frac
Indifere/Neut				Nulo	Frac
Ruim					Nulo

Obj. Estudo	4.1.1. Tarifas				
<u>Usab99táx</u>	Excelente	Bom	ParcSatisfatório	Indifere/Neut	Ruim
Excelente	Nulo	Forte	MuitoForte	Extr/Mfort	Extremo
Bom		Nulo	Forte	MuitoForte	Extr/Mfort
ParcSatisfatório			Nulo	Frac/Mfrac	Frac
Indifere/Neut				Nulo	Frac/Mfrac
Ruim					Nulo

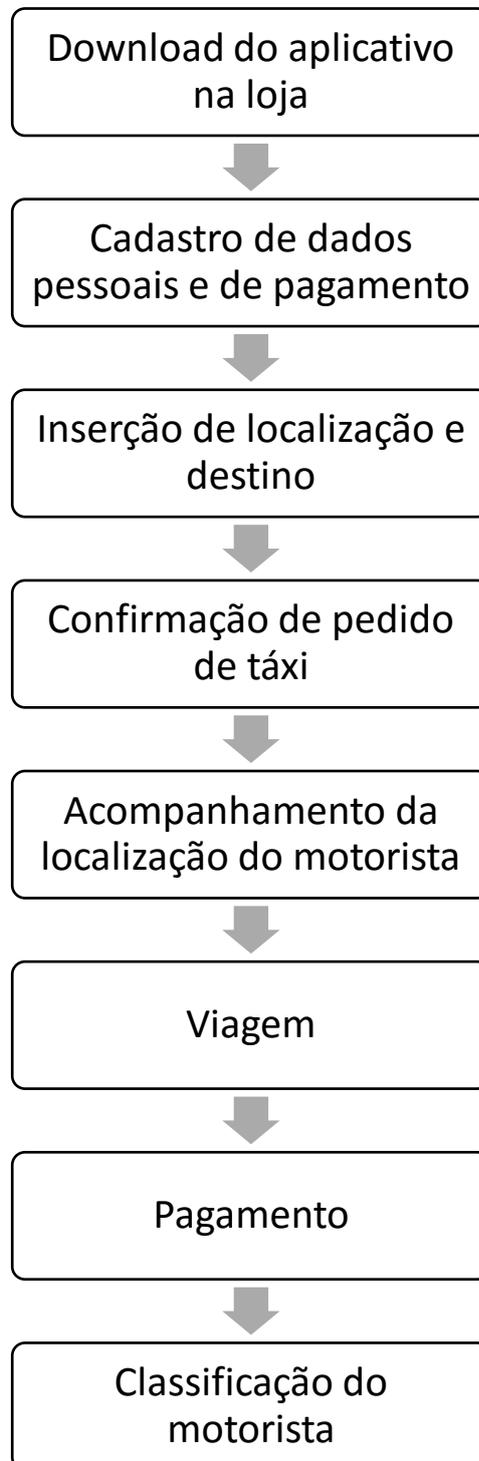
Obj. Estudo	4.1.2. Meios de Pagamento				
<u>Usab99táx</u>	Excelente	Bom	ParcSatisfatório	Indifere/Neut	Ruim
Excelente	Nulo	Moderado	Fort/Mode	Mfor/Fort	MuitoForte
Bom		Nulo	Fort/Mode	Mfor/Fort	MuitoForte
ParcSatisfatório			Nulo	Mode/Frac	Moderado
Indifere/Neut				Nulo	Mode/Frac
Ruim					Nulo

Obj. Estudo	4.1.3. Pagamento seguro				
<u>Usab99táx</u>	Excelente	Bom	ParcSatisfatório	Indifere/Neut	Ruim
Excelente	Nulo	Fort/Mode	Forte	MuitoForte	Extr/Mfort
Bom		Nulo	Forte	Mfor/Fort	MuitoForte
ParcSatisfatório			Nulo	Frac	Mode/Frac
Indifere/Neut				Nulo	Frac
Ruim					Nulo

Obj. Estudo <u>Usab99táx</u>	4.2.1. Descontos				
	Excelente	Bom	ParcSatisfatório	Indifere/Neut	Ruim
Excelente	Nulo	Forte	Mfor/Fort	Extr/Mfort	Extremo
Bom		Nulo	Forte	MuitoForte	Extr/Mfort
ParcSatisfatório			Nulo	Frac/Mfrac	Fraca
Indifere/Neut				Nulo	Frac/Mfrac
Ruim					Nulo

Obj. Estudo <u>Usab99táx</u>	4.2.2. Promoções				
	Excelente	Bom	ParcSatisfatório	Indifere/Neut	Ruim
Excelente	Nulo	Fort/Mode	Forte	MuitoForte	Extr/Mfort
Bom		Nulo	Fort/Mode	Mfor/Fort	MuitoForte
ParcSatisfatório			Nulo	Fraca	Mode/Frac
Indifere/Neut				Nulo	Fraca
Ruim					Nulo

Apêndice E – Esquema de Uso do aplicativo 99 Táxis



Elaboração: Autor

**Apêndice F – Tabela de referência para correção de TCC elaborada a partir das observações apontadas pelos membros da banca:
Orientador e demais membros**

Partes da Monografia Original	Dra. Paula Meyer Soares Passanezi	MSc. e Doutorando Clarissa Melo Lima	Esp. e Doutorando Roberto Bernardo da Silva	Alterações Realizadas	PÁGINAS
Título da Monografia	x	x	x	x	x
1. INTRODUÇÃO	Expandir	Reescrever	Expandir	Foi aletrado o item 1. Introdução	1
2. REFERENCIAL TEÓRICO	Aprofundar	Retirar quadros de taxonomia e expandir os assuntos	Expandir	Foram adicionados novos autores e referências	4
3. MÉTODOS E TÉCNICAS DE PESQUISA	Descrever a composição do grupo focal / mencionar quando foi feita a pesquisa	Citações / Reescrever sobre população e amostra	Inserir figura explicando a metedolgia	Foram alterados dados referentes aos grupos focais e amostra da pesquisa	19
4. APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS	Destacar os dados que estão sendo mencionados	Explicar melhor os gráficos e destacar as partes citadas no mesmo	x	Foram destacados nos textos os itens aos quais fazem referência nos gráficos	20, 21, 23, 24, 25, 26 ,27
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS	x	x	Considerar limitações e recomendações para trabalhos futuros	Foi criado o item 5.1 Limitações e recomendações	33
6. LIMITAÇÕES	x	x	x	x	x
APÊNDICE	x	x		Foi inserido o apendice F	46
ANEXOS	x	x	x	x	x