



Percepção da qualidade dos serviços oferecidos aos usuários do transporte público das cidades de Caraguatatuba e São Sebastião: uma análise comparativa

Carlos Yuri Alves Benedito

(Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de São Paulo)

Marlette Cássia Oliveira Ferreira

(Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de São Paulo)

Dionysio Borges de Freitas Junior

(Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de São Paulo)

RESUMO:

O tema desta pesquisa consiste na percepção da qualidade dos serviços oferecidos aos usuários do transporte público das cidades de Caraguatatuba e São Sebastião e tem como objetivo geral identificar o nível de percepção da qualidade dos serviços oferecidos aos usuários do transporte público nessas cidades. Quanto à metodologia, a natureza da pesquisa é aplicada, quanto aos objetivos é uma pesquisa descritiva, com abordagem quantitativa, utilizando o procedimento survey, para a coleta de dados é empregado um questionário com 35 questões aplicado via Formulários do Google, em uma amostragem não probabilística por conveniência. Os resultados indicam pontos fortes (informações gerais, presença de dispositivos de segurança, acessibilidade veicular e conforto dos assentos) e fragilidades centrais, que precisam ser melhoradas urgentemente (pontualidade operacional, lotação, conforto nos pontos e informações nos abrigos).

PALAVRAS-CHAVE: Serviços, Qualidade nos Serviços, Satisfação do Cliente, Atributos do Transporte Público.

1. Introdução

A qualidade em serviços é entendida como o conjunto de atributos que tornam um produto ou serviço adequado ao uso, seja pela conformidade com padrões ou pelo desempenho na função esperada; os consumidores a avaliam segundo o resultado técnico, o processo e o ambiente físico (Kotler; Keller, 2012; Zeithaml; Bitner; Gremler, 2014).

A literatura alerta que programas de qualidade só são eficazes quando vinculados à percepção do cliente e a ações concretas, já que um foco exclusivo em aspectos técnicos pode desconsiderar fatores valorizados pelos usuários, como atendimento, confiança e conveniência, que são essenciais para diferenciação e fidelização (Lovelock; Wright, 2001; Grönroos, 2009). Por fim, a satisfação do usuário resulta da comparação entre desempenho percebido e expectativas: desempenho abaixo, igual ou acima das expectativas gera, respectivamente, insatisfação, satisfação ou encantamento (Kotler; Keller, 2012; Zeithaml; Bitner; Gremler, 2014).

O transporte público é um serviço essencial para a mobilidade urbana e para a inclusão socioeconômica, especialmente em Caraguatatuba, a cidade mais populosa do Litoral Norte de São Paulo. Ela possui uma população de 134.873 habitantes (Censo IBGE, 2022). Segundo dados fornecidos pela Prefeitura Municipal, a cidade conta com um sistema de transporte público composto por um total de 23 linhas e 1 atendimento especial (linha 402 – Rio do Ouro via Assaí), distribuídas pelo município.

Ainda segundo a Prefeitura, a frota total é de 50 veículos, sendo 45 empenhados na operação diária e 5 destinados à reserva técnica. O sistema transporta uma média de 420.200 passageiros por mês, enquanto a quantidade média diária de passageiros gira em torno de 18.000 usuários. Vale ressaltar que existe uma oscilação considerável dependendo do dia, motivada por diversas situações, como dia de pagamento, dia útil, sábado ou domingo, além da alta temporada, que ocorre entre os meses de dezembro e março, período em que a população flutuante das duas cidades aumenta consideravelmente.

Já a sua vizinha, a cidade de São Sebastião, possui uma população de 81.595 habitantes (Censo IBGE, 2022). Seu sistema de transporte público conta com um total de 14 linhas e uma frota de 40 veículos, atendendo uma média de 668.137 passageiros mensalmente (base jan./2025 a set./2025), enquanto a média diária foi de 21.335 passageiros transportados (base set./2025), podendo oscilar pelos mesmos motivos de sua cidade vizinha (Prefeitura de São Sebastião, set./2025).

Portanto, o tema desta pesquisa consiste na percepção da qualidade dos serviços oferecidos aos usuários do transporte público das cidades de Caraguatatuba e São Sebastião. Diante do cenário apresentado, a pesquisa investiga a seguinte questão: “Qual a percepção da qualidade dos serviços oferecidos aos usuários do transporte público das cidades de Caraguatatuba e São Sebastião?”, e tem como objetivo geral identificar o nível de percepção da qualidade dos serviços oferecidos aos usuários do transporte público nessas cidades.

Os objetivos específicos são: avaliar a confiabilidade dos serviços de transporte público; apontar o nível de conforto dos usuários ao utilizarem o transporte público; analisar

a precisão e a disponibilidade das informações gerais sobre linhas, horários e tarifas do transporte público; distinguir a presença e a clareza das informações disponibilizadas nos pontos de ônibus; descrever a percepção dos usuários em relação à segurança geral durante as viagens de ônibus; inferir o nível de segurança técnica oferecida pelos veículos e pontos de ônibus; e discriminar a acessibilidade ao embarque e desembarque nos veículos do transporte público, com uma análise comparativa entre as cidades.

A justificativa para a pesquisa decorre da relevância social e prática do tema: além de sua função básica de deslocamento, o transporte público é instrumento de equidade urbana - quando deficiente, amplia desigualdades e restringe oportunidades. No entanto, faz-se necessária, pois há uma escassez de estudos sobre a percepção da qualidade do serviço oferecido aos usuários em relação aos atributos desse serviço nessas cidades.

Quanto à metodologia, a natureza da pesquisa é aplicada; quanto aos objetivos, trata-se de uma pesquisa descritiva, com abordagem quantitativa, utilizando o procedimento survey. Para a coleta de dados, é empregado um questionário com 35 questões, aplicado via Formulários do Google, em uma amostragem não probabilística por conveniência (Cozby, 2003; Hair Jr. et al, 2005; Malhotra, 2012; Shaughnessy; Zechmeister; Zechmeister, 2012).

A presente pesquisa é estruturada em cinco capítulos. No primeiro, é apresentada a introdução, na qual são expostos o contexto, o problema, o objetivo geral, os objetivos específicos e a justificativa. O segundo capítulo apresenta o referencial teórico, abordando os conceitos de serviços, qualidade em serviços, satisfação do cliente e os atributos do transporte coletivo.

2. Seções e Parágrafos

Os serviços podem ser compreendidos como ações, desempenhos ou processos que, em sua essência, são intangíveis e não geram, necessariamente, a posse de um bem material (Kotler; Hayes; Bloom, 2002). Diferente dos produtos físicos, eles não podem ser armazenados ou tocados, o que torna sua definição mais complexa. Historicamente, o termo “serviço” esteve ligado ao ato de ajudar ou beneficiar alguém, sendo mais tarde incorporado ao campo do marketing como atividades distintas dos bens, especialmente por apresentarem características como a intangibilidade e a perecibilidade (Lovelock; Wirtz; Hemzo, 2011).

De maneira geral, os serviços consistem em atividades econômicas prestadas por uma parte a outra, muitas vezes associadas ao uso do tempo. Seu valor está nos resultados ou benefícios entregues ao consumidor, e não na posse de um bem físico. Assim, em troca de dinheiro, tempo ou esforço, os clientes têm acesso a mão de obra, habilidades profissionais, sistemas ou instalações, mas não se tornam proprietários dos recursos envolvidos (Lovelock; Wirtz; Hemzo, 2011).

Zeithaml, Bitner e Gremler (2014) complementam essa visão ao definirem os serviços como atos, processos ou atuações realizados por uma entidade para outra, de forma individual ou conjunta. Embora essa definição seja ampla, sua diversidade histórica levou a diferentes interpretações, o que explica as frequentes discussões sobre o conceito. Ainda assim, os

serviços são compreendidos como atividades cujo resultado não é um produto físico, mas algo consumido no momento em que é produzido, oferecendo valor em forma de conveniência, diversão, conforto ou saúde.

Grönroos (2009) contribui com uma visão processual ao descrever o serviço como uma sequência de atividades intangíveis que geralmente ocorrem na interação entre clientes, funcionários, recursos ou sistemas de uma empresa, e que têm como objetivo solucionar demandas específicas dos consumidores. Já Lovelock e Wright (2001) reforçam que os serviços criam valor e benefícios em momentos e lugares específicos, sendo essencialmente intangíveis e caracterizados pela ausência de transferência de propriedade. De forma irônica, os autores afirmam que os serviços podem ser comprados e vendidos, mas não podem ser “jogados aos pés” de alguém, como ocorre com os bens físicos.

2.1. Qualidade nos serviços

A qualidade é frequentemente descrita como “adequação para o uso”, “conformidade com exigências” ou “ausência de variações”. Segundo a American Society for Quality Control (Sociedade Americana de Controle de Qualidade), qualidade é o conjunto de atributos e características de um produto ou serviço que influenciam sua capacidade de satisfazer necessidades explícitas ou implícitas do cliente. Assim, uma empresa entrega qualidade quando seus produtos ou serviços atendem ou superam as expectativas dos consumidores (Kotler; Keller, 2012).

A empresa que satisfaz grande parte das necessidades de seus clientes é reconhecida como uma empresa de qualidade; portanto, é fundamental distinguir entre qualidade de conformidade (que significa cumprir especificações e padrões) e qualidade de desempenho (o grau ou nível com que o produto ou serviço atende às funções esperadas) (Kotler; Keller, 2012). No contexto de serviços, a qualidade assume papel central nas avaliações dos clientes: em serviços puros (saúde, educação, finanças), ela costuma ser o fator predominante nas avaliações do cliente; quando serviços acompanham um produto físico (como manutenção ou suporte técnico), a qualidade do serviço pode ser decisiva para a satisfação final (Zeithaml; Bitner; Gremler, 2014).

Os consumidores julgam a qualidade do serviço com base em três dimensões principais: o resultado técnico (o efeito prático do serviço), o processo (como o serviço foi prestado) e o ambiente físico onde o serviço ocorre. Essas três dimensões combinadas formam a percepção do cliente sobre a qualidade (Zeithaml; Bitner; Gremler, 2014). Vista sob a ótica do cliente, trata-se de um importante meio de diferenciação e de construção de fidelidade; porém, investimentos em qualidade precisam considerar o equilíbrio entre custos e aumentos de receita, para não prejudicar a rentabilidade da empresa (Lovelock; Wright, 2001).

Muitas organizações a tratam apenas como meta interna, sem definir claramente o que isso significa para o cliente ou como será mensurada e melhorada. Falar genericamente sobre “melhorar a qualidade” tem pouco valor prático se não houver uma definição ligada à percepção do cliente e a ações concretas (Grönroos, 2009). De fato, a qualidade é aquilo que

o cliente percebe; por isso, programas de qualidade devem refletir a visão dele, e não apenas especificações técnicas.

Há também o risco de restringir demais a definição de qualidade ao aspecto técnico. Empresas muito orientadas à tecnologia tendem a privilegiar especificações técnicas, mas os clientes frequentemente entendem qualidade de forma mais ampla, valorizando fatores não técnicos (atendimento, conveniência, confiança, ambiente). Se a definição for estreita, os programas de qualidade podem ficar mal direcionados e desperdiçar recursos; portanto, é essencial alinhar o escopo dos esforços de qualidade com a percepção e as prioridades dos clientes (Grönroos, 2009).

2.2. Qualidade nos serviços de transporte público

Segundo Ferraz e Torres (2004), a qualidade e a eficiência do transporte público urbano devem ser avaliadas de forma ampla, considerando não só o funcionamento dos veículos e das linhas, mas também o sistema de transporte em seu conjunto e sua relação com o ambiente urbano. Essa avaliação precisa contemplar o nível de satisfação de todos os atores direta ou indiretamente envolvidos, sendo eles: usuários, comunidade, governo, trabalhadores do setor e empresários, pois a insatisfação de qualquer grupo pode provocar desequilíbrios que afetam a demanda, a eficiência e a própria qualidade do sistema.

Para alcançar essa qualidade global, é necessário que cada ator tenha objetivos, direitos e deveres claramente definidos e esteja capacitado para cumprir suas funções; além disso, é vital que todos conheçam os papéis dos demais e mantenham um intercâmbio permanente de ideias, permitindo a participação coletiva na identificação e solução de problemas (democratização do sistema) (Ferraz; Torres, 2004).

A obtenção e a manutenção da qualidade e da eficiência apoiam-se em cinco requisitos fundamentais: conscientização (os diferentes grupos precisam reconhecer a importância do transporte coletivo: usuários buscam melhor qualidade de vida; governo e comunidade, ganhos sociais e econômicos; empresários e trabalhadores, viabilidade e competitividade do serviço), planejamento e gestão públicos adequados (para organizar, integrar e operar o sistema eficientemente), legislação apropriada (que dê segurança aos investidores e condições ao poder público para planejar e gerir) e educação/capacitação (para que cada ator saiba realizar com competência as ações que lhe competem). A sustentabilidade da qualidade depende do atendimento equilibrado e racional das necessidades de todos os atores, já que o descontentamento de um deles tende a desequilibrar o sistema (Ferraz; Torres, 2004).

2.3. Satisfação do cliente

A satisfação do cliente pode ser entendida como a manifestação do nível de realização proporcionado por um produto ou serviço. Trata-se da percepção de que determinada característica ou desempenho global de um bem ou serviço oferece uma experiência prazerosa ao consumidor. Em outras palavras, pode ser definida como a avaliação feita pelo cliente acerca do quanto o produto ou serviço atendeu às suas expectativas e necessidades, sendo a

insatisfação o resultado da não correspondência a tais expectativas (Zeithaml; Bitner; Gremler, 2014).

Ainda segundo os autores, a satisfação não é um estado fixo, mas um processo dinâmico que evolui ao longo do tempo, variando de acordo com as experiências acumuladas pelo cliente. Em serviços novos ou inéditos, por exemplo, as expectativas podem ainda não estar plenamente formadas, consolidando-se à medida que o consumidor vivencia o processo de consumo. Nesse percurso, cada experiência, tanto positiva quanto negativa, exerce impacto direto na percepção de satisfação.

Complementando essa visão, Kotler e Keller (2012) destacam que a satisfação deriva da comparação entre o desempenho percebido de um produto e as expectativas do consumidor. Quando o desempenho fica abaixo das expectativas, gera-se insatisfação; quando corresponde, o cliente se sente satisfeito; e, quando supera, ocorre encantamento ou alta satisfação. Além disso, as avaliações do consumidor podem ser influenciadas por fatores como o grau de fidelidade à marca, já que associações positivas prévias tendem a favorecer percepções mais benéficas sobre o desempenho do produto ou serviço.

Assim, a satisfação do cliente se consolida como um conceito relacional, influenciado não apenas pela entrega objetiva de valor, mas também por elementos subjetivos, como expectativas, experiências acumuladas e vínculo emocional com a marca.

2.4 Atributos do transporte público

Segundo Brito (2007, apud Diniz, 2017), os atributos relacionados ao transporte podem ser organizados em três grupos: leves, primários e secundários. Os atributos leves englobam aspectos que influenciam a experiência de viagem, embora sejam difíceis de medir de forma objetiva. Os atributos primários correspondem aos elementos mais relevantes e recorrentes no deslocamento. Já os atributos secundários, apesar de também apresentarem mensuração simples, são menos frequentes no processo de avaliação.

Com base nessa estrutura, Santos (2010, apud Diniz, 2017) identificou como atributos leves: a qualidade e a segurança do ambiente urbano, a conveniência dos pontos de parada, o conforto dentro dos veículos e a segurança pessoal tanto nas paradas quanto durante a viagem. Entre os atributos primários, encontram-se o tempo de caminhada até a origem ou destino, o período de espera nos pontos, o tempo de embarque e desembarque, o tempo de deslocamento no interior do veículo, o tempo gasto em transferências e o custo total da viagem. Por fim, os atributos secundários incluem o sistema de informações ao usuário e as condições de acessibilidade.

3. Metodologia

Neste capítulo é apresentado o delineamento da pesquisa, no qual são descritos os métodos utilizados para a sua elaboração. Quanto à natureza, classifica-se como pesquisa aplicada; quanto aos objetivos, como pesquisa descritiva; sua abordagem é quantitativa, utilizando o procedimento survey. Para a coleta de dados, é empregado um questionário.

O objeto de pesquisa deste estudo concentra-se nos usuários dos sistemas de transporte público das cidades de Caraguatatuba e São Sebastião, buscando compreender suas percepções, necessidades e avaliação quanto à qualidade dos serviços oferecidos.

A seguir, na figura 1, são apresentadas as questões desta pesquisa, constituída por 35 questões adaptadas a partir das teorias confiabilidade, conforto, informações ao usuário, segurança, acessibilidade, além das questões sobre os dados demográficos dos respondentes.

CONSTRUCTO / DIMENSÃO		TIPO	QUESTÃO	AUTOR E ANO
Confiabilidade		Escala do tipo Likert de 5 pontos	6, 12, 18 e 25	Lima (2018)
Conforto		Escala do tipo Likert de 5 pontos	4, 5, 10, 11 e 26	Lima (2018)
Informações ao usuário	Informações Gerais do serviço	Escala do tipo Likert de 5 pontos	3, 21 e 27	Lima (2018)
	Informações nos pontos de ônibus	Escala do tipo Likert de 5 pontos	33 e 35	
Segurança	Segurança Geral	Escala do tipo Likert de 5 pontos	2, 22, 28 e 29	Lima (2018)
	Segurança Técnica	Escala do tipo Likert de 5 pontos	1, 15, 30 e 34	
Acessibilidade		Escala do tipo Likert de 5 pontos	7, 16, 17, 31 e 32	Lima (2018)
Dados demográficos		Grade, Múltipla escolha, Dicotômico, Completamente não estruturado	8, 9, 13, 14, 19, 20, 23 e 24	ABEP (2022)

Figura 1. Questões da pesquisa
Fonte: Autores (2025)

4. Resultados e discussão

Para identificar o perfil dos respondentes, foram consideradas nesta pesquisa variáveis básicas como classe socioeconômica, nível de escolaridade, sexo, idade e cidade de residência. A classe socioeconômica dos respondentes foi classificada de acordo com o critério de pontuação da ABEP (2022).

Em relação ao local de residência, observa-se que 82,2% dos respondentes residem na cidade de Caraguatatuba, enquanto 17,8% residem na cidade de São Sebastião. Quanto ao sexo, 72,0% dos respondentes são do sexo feminino e 28,0% do sexo masculino.

No que se refere ao grau de instrução, 63,6% dos respondentes possuem Ensino Médio completo ou Ensino Superior incompleto. Outros 17,8% possuem Ensino Superior completo. Além disso, 15,9% apresentam Ensino Fundamental II completo ou Ensino Médio incompleto, enquanto apenas 2,8% possuem Ensino Fundamental I completo ou Ensino Fundamental II incompleto.

Em relação à classe socioeconômica, a classe predominante entre os respondentes é a classe C1, que corresponde a 35,5% da amostra, seguida pela classe B2 (32,7%), classe C2 (23,4%), classe DE (4,7%) e pelas classes A e B1, ambas com 1,9% da amostra. A classificação das classes foi realizada com base no critério de pontuação estabelecido pela ABEP (2022).

No transporte público, manifesta-se principalmente na pontualidade (cumprimento dos horários) e na efetividade (realização das viagens programadas), podendo ser comprometido por falhas operacionais (Kotler; Hayes; Bloom, 2002; Ferraz; Torres, 2004; Rodrigues, 2006; Zeithaml; Bitner; Gremler, 2014; Lovelock; Wirtz; Hemzo, 2014). De modo geral, o constructo apresentou 57,10% de concordância média entre os respondentes.

Quando questionados se os serviços são prestados conforme prometido, a média geral foi de 57,38%. Entre as cidades, os resultados foram semelhantes: 57,50% em Caraguatatuba e 56,84% em São Sebastião. Os respondentes de 15 a 19 anos apresentaram maior concordância (62,94%), enquanto aqueles de 25 a 64 anos apresentaram menor concordância (49,68%). Entre as classes sociais, a classe C1 registrou menor aprovação (55,26%). A maior concordância entre os jovens pode estar associada a expectativas menores ou maior tolerância a falhas, enquanto adultos e usuários economicamente ativos tendem a perceber mais intensamente atrasos e inconsistências, pois dependem do transporte para compromissos de trabalho.

Em relação à pontualidade na partida dos veículos, a média geral foi de 52,34%. São Sebastião apresentou avaliação superior (63,16%). Os respondentes de 25 a 64 anos demonstraram menor concordância (44,52%) e a classe C2 apresentou a menor percepção de pontualidade (40,80%). Esses resultados indicam que a percepção de pontualidade ainda é moderada, sugerindo que a experiência prática dos usuários não corresponde plenamente ao desempenho esperado do serviço.

Quanto à chegada dos veículos no horário prometido, 57,20% dos respondentes indicam que isso não ocorre de forma consistente. A percepção de maior pontualidade aparece novamente em São Sebastião (64,21%). Entre as classes sociais, a classe B2 demonstra maior concordância (61,14%), enquanto a classe C2 apresenta menor percepção de cumprimento dos horários (53,60%). Esse resultado pode estar relacionado ao uso mais intenso do transporte público por esse grupo, especialmente em horários de maior demanda, quando atrasos são mais frequentes.

De modo geral, a confiança no serviço de ônibus apresenta níveis moderados. As avaliações entre São Sebastião (63,16%) e Caraguatatuba (61,14%) são semelhantes. A maior confiança aparece entre jovens de 15 a 19 anos (67,06%) e na classe C1 (65,26%), embora os valores ainda não indiquem elevada confiança. A pequena diferença entre as cidades sugere

que os problemas percebidos são estruturais do sistema de transporte, e não específicos de um único município.

O conforto no transporte público é um importante indicador de qualidade, relacionado à lotação dos veículos, que, quando excessiva, compromete o bem-estar dos passageiros, especialmente idosos e crianças. Também depende de fatores como tecnologia e conservação dos veículos, qualidade dos assentos, ventilação e manutenção da temperatura interna adequada. A superlotação indica falha no nível de serviço, e o conforto deve ser garantido também em pontos de parada e terminais, que precisam oferecer proteção e comodidade aos usuários (Faria, 1985; Ferraz; Torres, 2004; Rodrigues, 2006). De forma geral, o constructo apresentou 49,98% de concordância média.

Quanto à lotação dos ônibus, a média de concordância foi de 37,01%, indicando percepção negativa de conforto. A concordância foi menor em São Sebastião (31,58%) do que em Caraguatatuba (38,18%). Os grupos mais insatisfeitos são os respondentes de 20 a 24 anos (33,81%) e da classe C2 (32,80%), sugerindo maior sensibilidade à superlotação, possivelmente pela maior frequência de uso do transporte em horários de pico.

Em relação à limpeza dos veículos, 54,58% dos respondentes consideram os ônibus limpos. A maior percepção ocorre entre usuários de 25 a 64 anos (57,42%), enquanto a classe C1 apresenta avaliação mais baixa (51,58%). O resultado indica percepção moderadamente positiva, embora ainda limitada, possivelmente associada a diferenças na manutenção e nas expectativas dos usuários.

Quanto ao conforto dos assentos, a concordância média foi de 60,19%. Usuários de São Sebastião apresentam avaliação mais elevada (70,53%), enquanto respondentes de 25 a 64 anos registram menor percepção de conforto (56,77%). Esse resultado pode estar relacionado à idade da frota ou ao tipo de veículo utilizado, além de maior sensibilidade ergonômica entre usuários adultos.

Em relação à temperatura interna dos veículos, a concordância média foi de 62,06%. Usuários de Caraguatatuba relatam ligeiramente mais desconforto (61,59%). Os grupos que demonstram menor satisfação são os respondentes de 25 a 64 anos (58,06%) e da classe C2 (55,20%), possivelmente devido a falhas de climatização, manutenção irregular ou maior exposição a viagens longas em horários de calor intenso.

Por fim, a confortabilidade dos pontos de ônibus apresenta o pior resultado, com 36,07% de concordância. Os níveis mais baixos aparecem entre respondentes de 25 a 64 anos (32,26%), da classe C2 (30,40%) e entre mulheres (34,55%). Esses resultados indicam que a infraestrutura urbana ainda é insuficiente para oferecer proteção e conforto adequados aos usuários.

A dimensão informações gerais do sistema apresentou 66,04% de concordância média entre os respondentes.

Quanto à disponibilidade de informações sobre linhas, horários e tarifas, a concordância média foi de 69,72%. Usuários de São Sebastião (74,74%) sentem-se mais informados do que os de Caraguatatuba (68,64%). A maior percepção ocorre entre jovens de

15 a 19 anos (76,47%) e entre homens (73,33%), enquanto respondentes de 25 a 64 anos (63,23%) e da classe C2 (63,20%) relatam menor acesso às informações.

Sobre a obtenção de informações por telefone ou internet, a concordância média foi de 70,28%. Os resultados são mais positivos entre a classe B2 (76,57%) e jovens de 15 a 19 anos (72,35%). Já a classe C1 (66,84%) apresenta maior dificuldade no acesso a essas informações.

Em relação à atualização e disponibilidade de dados sobre linhas, rotas e horários, usuários de Caraguatatuba apresentam percepção ligeiramente superior (58,64%) à de São Sebastião (55,79%). Entre as faixas etárias, jovens de 15 a 19 anos (64,12%) demonstram maior concordância, enquanto respondentes de 25 a 64 anos (50,32%) indicam mais dificuldade de acesso.

De modo geral, a dimensão apresenta avaliação moderadamente positiva. Jovens de 15 a 19 anos registram maior satisfação (70,98%), possivelmente pela maior familiaridade com tecnologias digitais. Em contraste, adultos de 25 a 64 anos (60,22%) e usuários das classes C1 (65,79%) e C2 (62,13%) percebem menos acesso à informação, o que pode refletir barreiras tecnológicas ou maior dependência do sistema.

Entre as cidades, São Sebastião se destaca na comunicação sobre linhas e tarifas, enquanto Caraguatatuba é percebida como ligeiramente mais atualizada nas informações operacionais. Ainda assim, persistem limitações na clareza, atualização e acessibilidade das informações, sobretudo para os usuários mais dependentes do serviço.

A dimensão informações gerais do sistema nos pontos de parada apresentou 31,78% de concordância média, indicando percepção bastante limitada por parte dos usuários.

Quanto à presença de informações nos pontos de ônibus sobre as linhas que passam no local, a concordância média foi de 32,90%. Usuários de Caraguatatuba registram percepção menor (31,36%) em comparação aos de São Sebastião (40,00%). Entre os grupos analisados, os respondentes de 15 a 19 anos (31,76%) e da classe B2 (31,43%) apresentam as menores percepções quanto à presença dessas informações.

Em relação à disponibilidade de informações sobre horários das linhas nos pontos, a concordância média foi ainda menor, 30,65%. Usuários de Caraguatatuba apresentam percepção ligeiramente superior (31,14%) à de São Sebastião (28,42%). No recorte etário, jovens de 15 a 19 anos registram a menor concordância (27,65%). Entre as classes sociais, a classe B2 apresenta menor percepção (28,57%), enquanto a classe C1 registra avaliação um pouco melhor (33,16%), embora ainda baixa.

De modo geral, os resultados indicam baixa disponibilidade de informações nos pontos de ônibus, tanto sobre linhas quanto sobre horários, evidenciando fragilidades relevantes na comunicação do sistema. As diferenças entre Caraguatatuba e São Sebastião são pequenas, sugerindo um problema comum de sinalização e comunicação nos pontos de parada.

Entre os grupos analisados, jovens de 15 a 19 anos (29,71%) e usuários da classe B2 (30,00%) registram as menores percepções, possivelmente por dependerem mais do

transporte público e sentirem com maior intensidade a falta de informações claras. A classe C1 apresenta percepção ligeiramente superior (33,42%), mas ainda baixa, indicando que o problema afeta amplamente diferentes perfis de usuários. Esses resultados apontam a necessidade de melhorar a comunicação visual nos pontos de parada, com sinalização padronizada e informações atualizadas, a fim de reduzir a incerteza e aumentar a previsibilidade do serviço.

O constructo Segurança é composto por duas dimensões que avaliam a percepção dos usuários sobre a segurança geral e a segurança técnica no transporte público. A segurança envolve tanto a capacidade dos funcionários de transmitir confiança e credibilidade quanto a prevenção de riscos aos passageiros. No contexto do transporte público, inclui a condução segura, a operação adequada dos veículos e a proteção contra situações de violência nos ônibus e nos pontos de parada. Embora a segurança nesses espaços também dependa de fatores mais amplos de segurança pública, ela influencia diretamente a percepção de confiabilidade e qualidade do serviço (Zeithaml; Bitner; Gremler, 2014; Ferraz; Torres, 2004).

Em relação à dimensão segurança geral, observou-se 62,10% de concordância média entre os respondentes.

Quanto à sensação de segurança durante a viagem, a média foi de 60,19%. Usuários de Caraguatatuba registram percepção ligeiramente menor (59,55%) que os de São Sebastião (63,16%). Jovens de 15 a 19 anos apresentam maior sensação de segurança (68,82%), enquanto respondentes de 25 a 64 anos demonstram menor percepção (52,90%). A maior confiança entre os jovens pode estar associada à menor percepção de risco, enquanto adultos tendem a avaliar o serviço de forma mais crítica.

Em relação à segurança proporcionada pelos ônibus, a concordância média foi de 55,51%. Usuários de Caraguatatuba registram avaliação ligeiramente superior (56,14%) à de São Sebastião (52,63%). Novamente, respondentes de 15 a 19 anos apresentam maior concordância (60,59%), enquanto aqueles de 25 a 64 anos registram menor percepção (50,97%), possivelmente por considerarem aspectos como manutenção da frota e condições operacionais.

Quanto ao respeito dos motoristas às normas de trânsito, a concordância média foi de 65,79%. Usuários de Caraguatatuba apresentam avaliação mais favorável (67,73%) em comparação aos de São Sebastião (56,84%). Entre os grupos analisados, a classe C2 apresenta maior concordância (70,40%), indicando percepção positiva quanto à condução dos motoristas.

No que se refere ao fechamento adequado das portas dos ônibus, a concordância média foi de 66,92%. Usuários de São Sebastião apresentam menor percepção (58,95%) em comparação aos de Caraguatatuba (68,64%). Respondentes de 25 a 64 anos (70,32%) e da classe C2 (70,40%) registram níveis mais elevados de concordância, sugerindo percepção positiva quanto a esse procedimento de segurança.

Em relação à dimensão segurança técnica, observou-se 60,00% de concordância média entre os respondentes.

Quanto à segurança nas paradas de ônibus, a concordância média foi de 48,22%, indicando percepção relativamente baixa. Usuários de Caraguatatuba registram menor sensação de segurança (47,73%) e respondentes de 25 a 64 anos também apresentam avaliação reduzida (46,45%). Esses resultados sugerem fragilidades relacionadas à iluminação, vigilância e manutenção desses locais.

Em relação à ocorrência de atos de violência durante as viagens (como assaltos, furtos ou abusos), a média de concordância foi de 75,70%, indicando percepção relativamente positiva. Usuários de Caraguatatuba apresentam maior percepção de segurança (76,82%) em comparação aos de São Sebastião (70,53%). Entre os grupos etários, jovens de 15 a 19 anos registram maior concordância (85,88%), enquanto respondentes de 25 a 64 anos apresentam menor percepção (67,74%), indicando maior sensibilidade a situações de insegurança.

Quanto à presença de itens de segurança nos ônibus, como câmeras de monitoramento, a concordância média foi de 69,16%. Respondentes de 25 a 64 anos (63,23%) e do sexo masculino (62,67%) apresentam menor percepção desses recursos. Já a classe C2 demonstra avaliação mais positiva (72,80%), sugerindo que os dispositivos são percebidos por parte significativa dos usuários.

Por fim, em relação à estrutura dos pontos de ônibus (cobertura, bancos, sinalização e calçamento), a concordância média foi de 46,92%, indicando avaliação baixa. Usuários de Caraguatatuba (47,05%) e São Sebastião (46,32%) apresentam percepções semelhantes. Entre os grupos etários, jovens de 15 a 19 anos registram avaliação mais favorável (56,47%), enquanto respondentes de 25 a 64 anos apresentam menor satisfação (38,06%), sugerindo maior percepção das limitações estruturais nos deslocamentos cotidianos.

Apresentam-se, a seguir, os resultados do constructo acessibilidade. De acordo com Ferraz e Torres (2004), ônibus com três portas e corredores amplos facilitam a movimentação dos passageiros, especialmente em períodos de maior fluxo, tornando o embarque e o desembarque mais ágeis. Por outro lado, degraus muito altos — principalmente o primeiro em relação ao solo — exigem maior esforço dos usuários e aumentam o risco de quedas, gerando desconforto e sensação de insegurança, sobretudo entre idosos, crianças, pessoas com deficiência e indivíduos com limitações de saúde. De modo geral, o constructo apresentou 62,84% de concordância média.

Quanto à facilidade de deslocamento dentro dos veículos, a média foi de 65,98%. Usuários de Caraguatatuba registram percepção ligeiramente menor (64,55%) que os de São Sebastião (72,63%). Jovens de 15 a 19 anos apresentam maior facilidade percebida (71,76%), enquanto respondentes de 25 a 64 anos indicam mais dificuldades (57,42%), possivelmente por questões de mobilidade ou maior sensibilidade ao desconforto.

Em relação à acessibilidade dos ônibus para pessoas com mobilidade reduzida ou deficiência, a média foi de 69,35%. As avaliações são semelhantes entre Caraguatatuba (69,55%) e São Sebastião (68,42%). Jovens de 15 a 19 anos (75,88%) e respondentes do sexo masculino (75,33%) apresentam maior concordância, enquanto adultos de 25 a 64 anos (64,52%) e usuários da classe C2 (64,00%) registram menor percepção de acessibilidade.

Quanto à acessibilidade nos pontos de ônibus, a média foi de 53,27%, indicando avaliação moderada. As percepções são semelhantes entre Caraguatatuba (53,18%) e São Sebastião (53,68%). Respondentes de 25 a 64 anos apresentam menor percepção (45,16%), enquanto a classe B2 registra avaliação relativamente mais positiva (59,43%), embora ainda abaixo do ideal.

Em relação à facilidade de embarque e desembarque, a média geral foi de 69,91%. As percepções são semelhantes entre Caraguatatuba (69,77%) e São Sebastião (70,53%). Jovens de 15 a 19 anos (78,24%) e respondentes do sexo masculino (76,00%) percebem maior facilidade, enquanto adultos de 25 a 64 anos (63,23%) e usuários da classe C2 (64,80%) relatam maiores dificuldades.

Por fim, ao considerar a altura dos degraus como fator de acesso ao ônibus, a concordância média foi de 55,70%. Usuários de Caraguatatuba apresentam percepção menor (54,77%) que os de São Sebastião (60,00%). Respondentes de 25 a 64 anos (47,10%) e da classe C2 (49,60%) percebem mais dificuldades, enquanto respondentes do sexo masculino apresentam avaliação mais positiva (62,67%). Esses resultados sugerem que características físicas dos veículos ainda podem representar barreiras de acesso para parte dos usuários.

5. Considerações finais

Esta pesquisa partiu da questão: “Qual a percepção da qualidade dos serviços oferecidos aos usuários do transporte público das cidades de Caraguatatuba e São Sebastião?”. O objetivo geral foi identificar o nível de percepção da qualidade desses serviços. Os resultados indicam que a qualidade é percebida como apenas razoável: há avaliações positivas em aspectos como informações gerais do sistema, presença de dispositivos de segurança, acessibilidade veicular e conforto dos assentos, mas persistem desafios relevantes relacionados à pontualidade operacional, lotação, conforto nos pontos de parada e disponibilidade de informações nos abrigos.

A confiabilidade do serviço é moderada. A concordância média de que o serviço é prestado conforme prometido é de 57,38%, enquanto a pontualidade registra 52,34%. São Sebastião apresenta avaliação um pouco melhor quanto à pontualidade (63,16%) e ao cumprimento dos horários (64,21%). Jovens de 15 a 19 anos apresentam maior satisfação (62,94% quanto ao serviço prometido e 67,06% de confiança geral), enquanto adultos de 25 a 64 anos registram as menores percepções (49,68% sobre o serviço e 44,52% sobre pontualidade). Entre as classes sociais, a B2 apresenta maior concordância com a pontualidade (61,14%), enquanto a C2 registra os menores índices (40,80% e 53,60%). Nenhum grupo demonstra elevada confiança, indicando fragilidades estruturais.

O conforto apresenta avaliação predominantemente negativa ou moderada. A lotação é o aspecto mais crítico (37,01%), especialmente em São Sebastião (31,58%) e entre jovens de 20 a 24 anos (33,81%) e usuários da classe C2 (32,80%). A limpeza dos veículos alcança 54,58%,

com maior percepção entre usuários de 25 a 64 anos (57,42%). O conforto dos assentos apresenta melhor resultado (60,19%), destacando-se São Sebastião (70,53%). A temperatura interna registra 62,06%, embora adultos (58,06%) e usuários da classe C2 (55,20%) relatem mais desconforto. Já o conforto nos pontos de ônibus apresenta o pior desempenho (36,07%), especialmente entre adultos de 25 a 64 anos (32,26%), mulheres (34,55%) e usuários da classe C2 (30,40%).

A dimensão informações gerais do sistema apresenta média de 66,04%, indicando avaliação moderadamente positiva. Cerca de 69,72% dos respondentes afirmam que o sistema fornece informações sobre linhas, horários e tarifas, com melhor avaliação em São Sebastião (74,74%) do que em Caraguatatuba (68,64%). Os canais de telefone e internet obtêm 70,28% de avaliação positiva. Contudo, a percepção sobre atualização das informações é menor (58,64% em Caraguatatuba e 55,79% em São Sebastião), e adultos de 25 a 64 anos (50,32%) indicam mais dificuldades de acesso.

Em contraste, as informações disponíveis nos pontos de ônibus apresentam desempenho bastante baixo (31,78%). A identificação das linhas registra 32,90%, enquanto a disponibilidade de horários apresenta apenas 30,65%. Jovens de 15 a 19 anos (27,42%) e usuários da classe B2 (28,57%) registram as menores percepções. Esses resultados indicam falhas relevantes de sinalização e comunicação básica nos pontos de parada.

A segurança geral apresenta média de 62,10%. A sensação de segurança durante a viagem registra 60,19%, com avaliação maior em São Sebastião (63,16%) do que em Caraguatatuba (59,55%). Jovens de 15 a 19 anos apresentam maior sensação de segurança (68,82%), enquanto adultos de 25 a 64 anos registram menor percepção (52,90%). A avaliação sobre o respeito dos motoristas às normas de trânsito alcança 65,79%, com melhor resultado em Caraguatatuba (67,73%). O fechamento adequado das portas obtém 66,92%, indicando percepção razoavelmente positiva das práticas operacionais.

Na segurança técnica, a média foi de 60,00%. A sensação de segurança nas paradas é relativamente baixa (48,22%), sugerindo necessidade de melhorias em iluminação e vigilância. Em contrapartida, as viagens sem ocorrências de violência são percebidas positivamente (75,70%), especialmente entre jovens (85,88%). A presença de dispositivos de segurança, como câmeras, registra 69,16%. Já a adequação estrutural dos pontos obtém 46,92%, com forte insatisfação entre adultos de 25 a 64 anos (38,06%).

Por fim, a acessibilidade apresenta média de 62,84%. A facilidade de deslocamento dentro dos veículos registra 65,98%, com avaliação mais alta em São Sebastião (72,63%) do que em Caraguatatuba (64,55%). A acessibilidade para pessoas com mobilidade reduzida registra 69,35%. A acessibilidade nos pontos de ônibus apresenta avaliação menor (53,27%). O embarque e desembarque apresentam boa avaliação (69,91%), enquanto a altura dos degraus registra 55,70%, sendo percebida como dificuldade especialmente por adultos e usuários da classe C2.

De modo geral, a percepção da qualidade do transporte público nas duas cidades é moderada e marcada por fragilidades estruturais que afetam a experiência dos usuários. Entre as implicações práticas, destacam-se a necessidade de investimentos em infraestrutura dos

pontos de parada, ampliação da frota em horários de pico, melhoria da comunicação com os usuários e monitoramento operacional em tempo real. Medidas voltadas à segurança — como iluminação adequada e vigilância nos pontos — e à modernização da frota podem contribuir para aumentar a percepção de qualidade e inclusão no sistema.

Como limitação, destaca-se o número reduzido de respondentes, o que restringe a generalização dos resultados. Além disso, o período de coleta pode não refletir variações sazonais ou mudanças recentes nos sistemas de transporte.

Para pesquisas futuras, recomenda-se investigar a frequência de uso do transporte público e os principais motivos das viagens, especialmente distinguindo usuários que utilizam o sistema para trabalho ou estudo. Essa análise pode contribuir para compreender se usuários mais dependentes do transporte avaliam de forma mais crítica aspectos como pontualidade, conforto e segurança.

Referências

AAKER, David A.; KUMAR, V.; DAY, George S. **Pesquisa de Marketing**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2011.

ABEP. Associação Brasileira de Empresas de Pesquisa. **ABEP Critérios**, 2022. Disponível em: <https://abep.org/criterio-brasil/>. Acesso: 16 out. 2025.

ANDRADE, Maria Margarida de. **Introdução à metodologia do trabalho científico**: elaboração de trabalhos na graduação. 10. ed. São Paulo: Atlas, 2010. CHURCHILL, Gilbert A., Jr.; BROWN, Tom J.; SUTER, Tracy A. **Pesquisa Básica de Marketing**. São Paulo: Cengage Learning, 2011.

COZBY, Paul C. **Métodos de pesquisa em ciências de comportamento**. São Paulo: Atlas, 2003.

DINIZ, Leila Luiza Efigênio. Priorização das características de qualidade do transporte público por ônibus sob a ótica dos usuários do transporte individual motorizado: aplicação do método QFD. 2017. 124f. Dissertação (Mestrado) - **Universidade Federal de Minas Gerais**, Escola de Engenharia, Belo Horizonte - MG, 2017.

FARIA, Carlos Alberto. Percepção do usuário com relação às características do nível de serviço do transporte coletivo urbano por ônibus. 1985. 172f. Dissertação (Mestrado em Transportes) - **Universidade de São Paulo**/ Escola de Engenharia de São Carlos, São Carlos - SP, 1985.

FERRAZ, Antonio C. P.; TORRES, Isaac G. E. **Transporte Público Urbano**. 2 ed. São Carlos: RiMa, 2004.

GRÖNROOS, Christian. **Marketing: gerenciamento e serviços**. 3 ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009.

HAIR JR., Joseph F. et al. **Fundamentos de métodos de pesquisa em administração**.. Porto Alegre: Bookman, 2005. I

HAIR JR., Joseph F. et al. **Fundamentos da Pesquisa de Marketing**. 3. ed. Porto Alegre: AMGH, 2014.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). Cidades: Caraguatatuba - SP. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/sp/caraguatatuba/panorama>. Acesso em: 04 set. 2025.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). Cidades: São Sebastião - SP. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/sp/sao-sebastiao/panorama>. Acesso em: 04 set. 2025.

KOTLER, Philip; HAYES, Thomas; BLOOM, Paul N. **Marketing de Serviços Profissionais**: estratégias inovadoras para impulsionar sua atividade, sua imagem e seus lucros. 2 ed. São Paulo: Manole, 2002.

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin L. **Administração de Marketing**. 14 ed. São Paulo: Pearson, 2012.

LIMA, Diego Gomes de. Qualidade no serviço de transporte público por ônibus: proposta de uma escala de mensuração sob a ótica dos usuários. 2018. 149f. Dissertação (Mestrado) - **UFPB / CCSA**, João Pessoa - PB, 2018.

LOVELOCK, Christopher; WIRTZ, Jochen; HEMZO, Miguel Angelo. **Marketing de Serviços**: pessoas, tecnologia e estratégia. 7 ed. São Paulo: Pearson, 2011.

LOVELOCK, Christopher; WRIGHT, Lauren. **Serviços**: marketing e gestão. São Paulo: Saraiva, 2001.

MALHOTRA, N. K. **Pesquisa de Marketing**: uma orientação aplicada. 7. ed. Porto Alegre: Bookman, 2012.

RODRIGUES, M. O. Avaliação da qualidade do transporte coletivo da cidade de São Carlos. 2006. 85f.. Dissertação (Mestrado) - **Escola de Engenharia de São Carlos**, Universidade de São Paulo, São Carlos - SP, 2006.

SHAUGHNESSY, John J.; ZECHMEISTER, Eugene B.; ZECHMEISTER, Jeanne S. **Metodologia de pesquisa em psicologia**. 9. ed. Porto Alegre: AMGH, 2012. ZEITHAML, Valerie A.; BITNER, Mary Jo; GREMLER, Dwayne D. **Marketing de Serviços**: A empresa com foco no cliente. 6 ed. Porto Alegre: AMGH, 2014.