



Instituto de Desenvolvimento Educacional do Alto Uruguai - IDEAU



# RACI

REVISTA DE ADMINISTRAÇÃO E CIÊNCIAS CONTÁBEIS DO IDEAU

ISSN 1809-6212

Vol.5 - n.10 - Janeiro - Junho 2010

Semestral

*Artigo:*

## **POSSÍVEIS SERVIÇOS A SEREM IMPLANTADOS NAS LINHAS DE TRANSPORTE URBANO JARDIM BERLEZE/MARINGÁ/CASA DE SAÚDE/NONOAÍ DA EMPRESA EXPRESSO MEDIANEIRA LTDA**

*Autores:*

Ms. Giovana Noskoski Bianchini <sup>1</sup>

Bel. Cristiano da Silva Andretta <sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> Docente – FISMA - [giovanafioripa@hotmail.com](mailto:giovanafioripa@hotmail.com)

<sup>2</sup> FISMA - [andretta\\_expresso@hotmail.com](mailto:andretta_expresso@hotmail.com)

## **POSSÍVEIS SERVIÇOS A SEREM IMPLANTADOS NAS LINHAS DE TRANSPORTE URBANO JARDIM BERLEZE/MARINGÁ/CASA DE SAÚDE/NONOAÍ DA EMPRESA EXPRESSO MEDIANEIRA LTDA**

**Resumo:** O presente trabalho é um estudo de caso exploratório na área de marketing de serviços que buscou o levantamento de informações acerca dos possíveis serviços a serem implantados nas linhas de transporte urbano Jardim Berleze, Maringá, Casa de Saúde e Nonoai da Expresso Medianeira Ltda., Santa Maria/RS e se utilizou de questionários abertos, semi-estruturados, que foram aplicados a todos os entrevistados da mesma forma. Como resultado geral foi observado a colocação de lixeiras seletivas em todos os ônibus baseado em 38% dos usuários optantes por essa mudança; a instalação de câmeras de vigilância no interior dos ônibus foi vista por 47% dos usuários como necessária para aumentar a sensação de segurança nos veículos; a implantação de uma linha seletiva nas linhas pesquisadas 72,5 % dos usuários acham necessário; quanto a frequência de utilização nos dias úteis observou-se que 30% dos usuários utilizam no período das 08:00 h às 12:00, aos sábados 23 % utilizam no período das 08:00 h às 12:00 e nos domingos 14% utilizam no período das 12:00 h às 16:00h; com relação a modernização da empresa percebida pelos usuários 54% dos usuários conhecem as inovações tecnológicas; também evidenciado que pela grande maioria dos usuários 38% a sugestão pela inclusão de ônibus adaptados aos portadores de necessidades especiais.

Palavras-chave: serviços; transporte urbano; satisfação.

The gift I work that's a I study of I wed exploratory what she picked the lifting of information as for from the possible service the I shall be introduce in rows of city transportation Jardim Berleze, Maringá, Casa de Saúde e Nonoai from Express Medianeira Ltda., Saint Mary RS what if uses of questionnaires year around, semi - structure, what were applied the all of the interview identically. As a result across the board was observer on the placement garbage cans selective at every the buses based in 38% from the users options for this shift ; the installation of cameras of guard within from the bus was view for 47% from the users I eat necessary to enlarge the sensation of safety on the vehicles ; introduce from a line selective in rows researcher 72,5 % from the users they find necessary ; regarding frequency of utilization back in the days useful observer - if what 30% from the users uses into the period from the 12:00pm, on Saturdays 23 % from the users uses into the period from the 12:00 pm & on the Sunday 14% uses into the period from the 16:00pm; concerning modernize of the company sensed bristles users 54% from the users they know the innovations technological ; also make evident by big majority from the users 38% the suggestion by inclusion of bus adapted to bearers of necessities special.

Key words: service; city transportation; satisfaction.

## **2 - Revisão da literatura**

Kotler (1993) foi um dos pioneiros na classificação ambiental embora fosse voltada apenas para as questões de marketing. As empresas pertencem a um complexo caracterizado por mudanças e múltiplas forças. No estudo ambiental de Administração, consideram-se as variáveis exógenas (econômicas, político-legais, sócio-culturais, tecnológicas, ecológicas, demográficas) e endógenas (fornecedores, clientes, concorrentes e órgãos reguladores).

## 2.1 - Análise do macroambiente

O Macroambiente é composto por forças sociais maiores que afetam todo o microambiente -Forças demográficas, econômicas, naturais, tecnológicas, políticas e culturais (KOTLER & ARMSTRONG, 1993).

### 2.1.1 - Ambiente demográfico

O ambiente demográfico é de grande interesse para as organizações por que envolvem as pessoas e são elas que constituem o mercado (KOTLER & ARMSTRONG, 1993). O município de Santa Maria, com uma população de 270.073 mil habitantes fixos, segundo estimativa do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) para 2007, e aproximadamente mais de 30 mil habitantes flutuantes - Segundo dados Fundação de Economia e Estatística (FEE) - localiza-se no centro do Estado do Rio Grande do Sul a 286 km da capital Porto Alegre. É concentrado na zona urbana em torno de 95% da população e na zona rural, o equivalente 5,3%. Sua taxa de urbanização de 91,74 % também é superior a do Estado que é de 78,66 %. No sistema urbano do Rio Grande do Sul (Dados IBGE), Santa Maria é a 5ª maior cidade do Estado em população, depois de Porto Alegre, Caxias do Sul, Pelotas e Canoas. Para a Expresso Medianeira as mudanças demográficas mais significativas para o seu negócio são:

- 1 – Crescimento dos grupos etários: Crianças que atingem seis anos de idade passam a pagar a passagem constituindo assim um fonte de receita; e a partir dos 65 anos de idade que não pagam mais a passagem amparados por lei onde a empresa deixa de arrecadar;
- 2 – Mudanças geográficas da população: migração para regiões da cidade em que a empresa não atua;

### 2.1.2 - Ambiente econômico

Os países diferem muito quanto aos seus níveis e distribuição de renda. Oferecem, portanto, poucas oportunidades de mercado. Na outra ponta estão os países de economia industrial, que consistem nos mercados ricos, com muitos tipos de bens (KOTLER & ARMSTRONG, 1995).

Faz-se de fundamental importância observar as variáveis econômicas que refletem no valor dos materiais utilizados para a prestação do serviço, incidindo no valor da tarifa e

conseqüentemente no negócio da empresa, pois o fator que foi determinante para a queda da demanda nos últimos meses foi a recente doença que assolou o mundo inteiro pelo seu alto poder de propagação a chamada “Gripe Suína” vírus H1N1 que forçou mudanças de comportamento em toda a sociedade.

### 2.1.3 - Ambiente político-legal

O ambiente político-legal é constituído por leis, agências governamentais e grupos de pressão que influenciam e limitam várias organizações e indivíduos em uma dada sociedade (KOTLER & ARMSTRONG, 1993).

Ao se analisar a Expresso Medianeira neste cenário que se apresenta, observam-se pesados tributos e impostos incidentes ao serviço prestado. São eles: IR, ISSQN, FGTS, ICMS. Ainda, políticas ambientais e políticas de governo que influenciam no seu trabalho.

A mais recente das leis é a sobre adaptabilidade aos ônibus para portadores de necessidades especiais atendendo aos requisitos da NBR 14022 onde a frota passará por adaptações e os gastos aumentarão.

### 2.1.4 - Ambiente sócio-cultural

O ambiente cultural é composto por instituições e outras forças que afetam os valores básicos, percepções, preferências e o comportamento da sociedade. (KOTLER & ARMSTRONG, 1993).

A empresa desenvolve diversos programas de qualidade onde se destacam : Programa Qualidade dirigido aos seus fornecedores chamado “fornecimento de produtos e serviços”; Para os clientes é disponibilizado a CAC chamada de central de atendimento aos Cliente onde são ouvidas as sugestões, as reclamações e os elogios mantendo um canal de relacionamento com seus clientes; Voltado aos colaboradores possui o programa “Valorizando Nossa Gente”, que possibilita a ascensão ao cargo de motorista, como resultado a empresa fortalece os laços com suas partes interessadas criando valor e reforçando a imagem da organização.

### 2.1.5 - Ambiente tecnológico

O ambiente tecnológico consiste em forças que afetam novas tecnologias, criando novos produtos e oportunidades de mercado (KOTLER & ARMSTRONG, 1993). O

desenvolvimento tecnológico provoca profundas influências nas organizações, principalmente quando se trata de tecnologia sujeita as inovações, ou seja, tecnologia dinâmica e de futuro imprevisível.

O atual cenário tecnológico favorece o negócio da Expresso Medianeira, visto que seus clientes anseiam por qualidade e inovações sendo este um dos pilares da organização, a utilização de câmeras filmadoras no interior dos coletivos, a inclusão de computadores de bordo auxiliando no gerenciamento da frota, a bilhetagem eletrônica para controle do fluxo de passageiros são tecnologias que atualmente a empresa está buscando permanentemente visando a satisfação de seus usuários e ter um diferencial competitivo.

A empresa possui projeto-piloto de monitoramento elaborado por uma empresa brasileira que utiliza um sistema via web e que está sendo testado nos ônibus da linha Tancredo Neves através de computadores de bordo instalado nos ônibus da mesma.

#### 2.1.6 - Ambiente natural

O ambiente natural envolve recursos naturais (KOTLER & ARMSTRONG, 1993), entre as diversas exigências da sociedade moderna que afetam o mundo dos negócios, a preocupação ambiental vem ganhando importante ênfase, frente a sua relevância para a qualidade de vida das populações.

A Expresso Medianeira busca cumprir com suas responsabilidades ambientais, cuidando do seu descarte de peças e partes, arborização e reutilização da água através de programas internos de qualidade que envolve todas as partes interessadas colaboradores, clientes, fornecedores, comunidade e acionistas. Um dos programas é o PAM “Programa Ambiental Medianeira” onde desenvolvem atividades voltadas à conscientização.

## 2.2 - Análise do microambiente

O microambiente é composto por forças próximas a empresa que afetam sua habilidade para servir a seus clientes- os canais de marketing, os mercados consumidores, os concorrentes e o público (KOTLER & ARMSTRONG, 1993). Também fazem parte deste ambiente os fornecedores, clientes, concorrentes, e agências reguladoras. São, portanto, variáveis que interagem diretamente com a empresa e que proporcionam forças e fraquezas à mesma.

### 2.2.1 - Fornecedores

Utilizando-se da definição criada por Kotler (1993, p.38) tem-se que “fornecedores são empresas e indivíduos que provêm os recursos de que a empresa necessita para produzir seus bens e serviços”.

Para definir seus fornecedores, a Expresso Medianeira utiliza da seguinte classificação de prioridades: disponibilidade, qualidade, agilidade na entrega e preço. Tal critério foi estabelecido devido a empresa primar pela qualidade e segurança dos seus serviços.

Foram identificados, dentre outros na empresa, os seguintes fornecedores: Marcopolo, Rigo Pneus, Repneus, Ipiranga, Secursystem, JÁ Ferramentas, auto-elétrica Medianeira, Random Medianeira, Casa das Baterias, Eletropeças.

### 2.2.2 - Clientes

A visão de cada cliente sobre o valor do produto ou serviços que busca, difere em cada um. Isso se dá pelo fato de que cada indivíduo está envolvido em um meio cultural, social e econômico, com sua própria percepção sobre ele (COBRA, 1992). O perfil dos usuários das linhas obtido por uma análise realizada com os usuários da empresa em 2009, pode ser delineado da seguinte forma:

1. **Linha Casa de Saúde:** a grande maioria dos usuários está entre 16 e 33 anos (50%), possuindo também um percentual significativo acima dos 61 anos, em torno de 8%; Quanto à renda a grande maioria está na faixa entre um a três salários mínimos (77,00%); Quanto ao grau de instrução o que chama atenção é o grande número de usuários com o segundo grau completo ou curso superior incompleto, em torno de 46%;
2. **Linha Nonoai:** a grande maioria dos usuários está entre 20 e 33 anos (40%), possuindo também um percentual significativo acima dos 61 anos, em torno de 12%; Quanto à renda a grande maioria está na faixa entre um a três salários mínimos (80%); Quanto ao grau de instrução o que chama atenção é o grande número de usuários com o segundo grau completo ou curso superior incompleto, em torno de 40%;
3. **Linha Jardim Berleze:** a grande maioria dos usuários se encontra entre a faixa etária de 16 a 41 anos (77%); Quanto a renda a grande maioria dos usuários possui renda entre de menos de um salário a três salários mínimos (90%); e possui o grau de instrução 1º grau completo ou incompleto de 58%;

4. **Linha Maringá:** a grande maioria dos usuários se encontra entra a faixa etária de 16 a 41 anos (70%); Quanto à renda a grande maioria dos usuários possui renda entre de menos de um salário a três salários mínimos (94%); e possui o grau de instrução 1º grau completo ou incompleto de 50%;

### 2.2.3 - Concorrentes

Uma cuidadosa análise desta variável microambiental pode ser de extrema valia às empresas iniciantes, visto que pode apontar como seus potenciais clientes compram, bem como os interesses que os movem.

Para Oliveira (2002), a análise dos concorrentes decompõe um aspecto da análise externa da organização. O autor acredita que seu tratamento deve ser detalhado, pois seu produto final irá proporcionar a identificação das vantagens competitivas da própria empresa e a dos concorrentes.

Ao se analisar os tipos de mercado, foram identificados como concorrentes da Expresso Medianeira todas as empresas que prestam serviços de transporte na cidade de Santa Maria, bem como os autônomos do ramo de transportes municipais como: moto-táxis, táxis, vans escolares, empresas de fretamento.

### 2.2.4 - Órgãos reguladores

Uma organização, além de servir aos seus clientes, precisa atender ao poder público na forma de governo (federal, estaduais e municipais) e aos grupos de interesse especiais. Jamais operam unicamente de acordo com seu próprio conjunto de normas (CHURCHILL, 2003).

Segundo Kotler (2000), este setor é constituído por organizações que, de alguma forma, controlam ou restringem as operações de uma organização. Abrangem os órgãos do governo, sindicatos, associações entre organizações e associações de classe.

A empresa Expresso Medianeira busca cumprir com todos os deveres legais e tributários de todos os órgãos que ela mantém relacionamento. Os principais agentes reguladores são: governo federal (IRRF), o governo estadual (ICMS), o governo municipal (ISSQN), o sindicato dos trabalhadores, o Ministério do Trabalho e a Receita Federal.

### 3 - Metodologia

A presente pesquisa é caracterizada como um estudo de caso que segundo Yin (1989, p. 09), o investigador que usa este método interessa-se, essencialmente, por casos individuais, que podem ser uma pessoa, uma turma, uma escola, uma organização, um programa de ensino, etc. O método do Estudo de Caso é considerado um tipo de análise qualitativa Goode (1969) e tem sido considerado, de acordo com YIN (1989, p. 10): "o irmão mais fraco dos métodos das Ciências Sociais" e as pesquisas feitas através deste método têm sido consideradas desviadas de suas disciplinas, talvez porque as investigações que o utilizam possuem precisão, objetividade e rigor insuficientes.

Definiu-se como usuários da Expresso Medianeira todos os indivíduos que usam as linhas de ônibus Jardim Berleze, Maringá, Nonoai e Casa de Saúde. Segundo Kotler e Armstrong (1993, p. 69) o levantamento de dados é o método mais adequado à coleta de informações descritivas, uma empresa deseja obter dados sobre o conhecimento, atitudes, preferências ou comportamentos de compra dos consumidores podem indagá-las diretamente. A pesquisa foi realizada através de um levantamento estruturado que se utilizou de questionários abertos, semi-estruturados, os quais foram aplicados a todos os entrevistados da mesma forma. A pesquisa teve cunho exploratório que serviu para coletar informações preliminares que ajudaram a definir melhor os problemas e sugerir hipóteses.

A primeira etapa buscou dados que abordaram questões sobre limpeza dos ônibus, segurança nos ônibus, utilização de ônibus seletivo, melhores informações de horários e itinerários, modernização geral da empresa, alternativas para os usuários com restrições de mobilidade e meios de comunicação que a empresa oferece.

Tomou-se a quantidade de usuários transportados nas linhas Jardim Berleze, Maringá, Nonoai e Casa de Saúde considerando um erro de estimativa de 5% e 95% de confiança sobre as afirmações, como mostrados no quadro 1.

$N = 125.047$  passageiros transportados mensalmente;  $E0 =$  erro amostral tolerável = 5% ( $E0 = 0,05$ );  $n0 = 1/(0,05)^2 = 400$  passageiros;  $n = 125.047 \times 400 / 125.047 + 400 = 5001.8800 / 125447 = 400$  passageiros

Linhas	Passageiros/Mês	%	Número de questionários
Jardim Berleze	28.000	10	40
Maringá	11.704	22	88
Nonoai	32.000	26	102
Casa de Saúde	53.343	43	170
Total	125.047	100	400

Quadro 1- Quantidade de passageiros das linhas Jardim Berleze, Maringá, Nonoai e Casa de Saúde em Santa Maria-Julho -2009

Fonte: Expresso Medianeira Ltda.

O questionário elaborado foi aplicado através de entrevistas pessoais para os 400 respondentes na coleta de dados pelo pesquisador durante a prestação do serviço aos usuários do transporte, selecionados por conveniência Malhorta (1996), nos pontos de paradas e nos ônibus abrangendo os turnos da manhã, tarde e noite, buscando contemplar todos os horários no período do mês de outubro do corrente ano, distribuídos nos dias úteis, sábados e domingos neste período, onde foram divididos em 5 pela manhã, tarde 5 e à noite 5 sendo 15 questionários por dia durante os 27 dias programados para a pesquisa.

Para finalizar foi realizado o processamento dos dados através de gráficos e a interpretação dos resultados usando planilhas segmentando por linha e mostrando os dados de maneira geral; identificando as necessidades dos usuários e sugerir possíveis serviços e melhorias a serem implantados através dos resultados obtidos da pesquisa.

## 5 – Análise dos dados

A ilustração a seguir representa ações voltadas ao meio ambiente obtidas pela análise das informações.

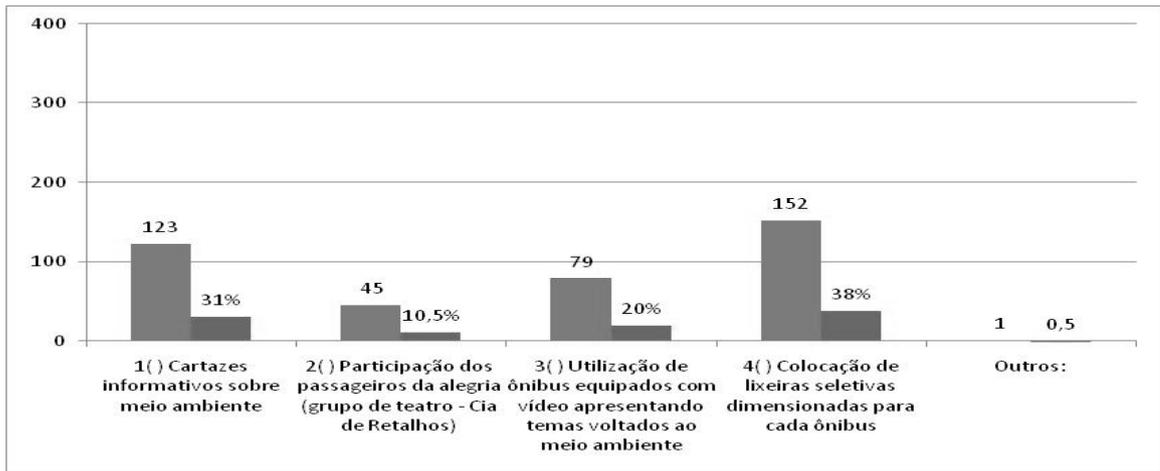


Figura 1 - Implantação de ações no interior dos ônibus voltadas para o meio ambiente em geral evidenciada nos resultados da pesquisa de todas as linhas.

Fonte: Os autores

Analisando a figura 1 observa-se que os usuários em 38% (152 pessoas) optaram por ser colocadas lixeiras seletivas em todos os ônibus. A ilustração a seguir representa assuntos voltados a segurança aos usuários no interior dos coletivos.

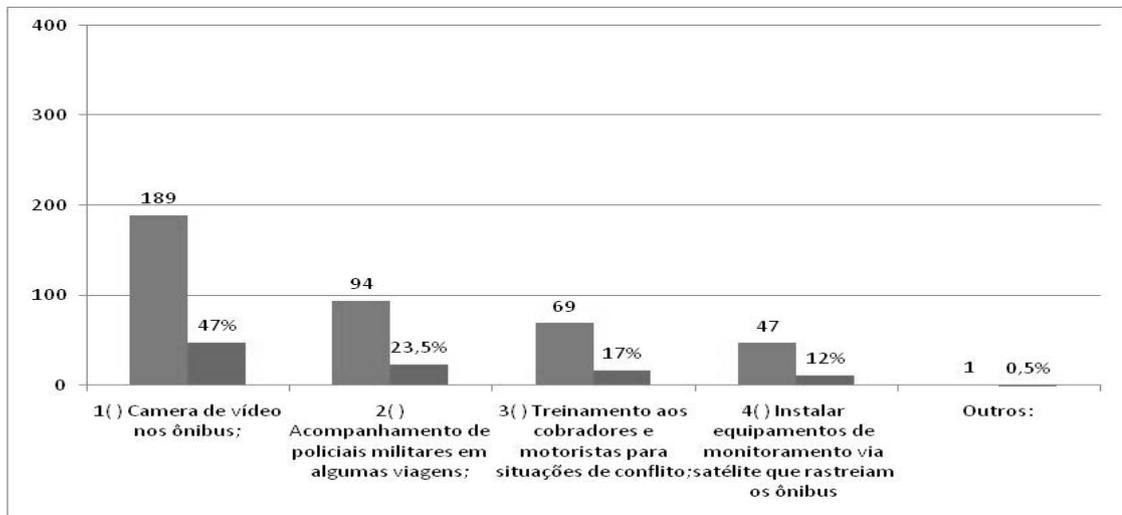


Figura 2- Sugestão dos usuários para o aumento da segurança no interior do ônibus evidenciada nos resultados da pesquisa de todas as linhas.

Fonte: Os autores

Analisando a figura 2 observa-se que os usuários na grande maioria correspondendo a 47% (189 pessoas) optaram por ser colocadas câmeras de vídeo no ônibus. %. A ilustração a seguir representa.. as faixas horárias de maior utilização do transporte coletivo nos dias úteis.

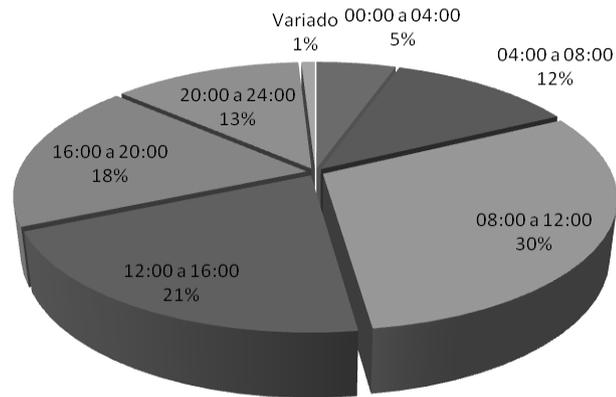


Figura 3- Frequência de utilização de ônibus por faixa horária nos dias úteis evidenciada nos resultados da pesquisa de todas as linhas.  
Fonte: Os autores

Na figura 3 que trata da frequência de utilização nos dias úteis observa-se que 30% dos usuários utilizam nos períodos das 08:00 h às 12:00, enquanto das 12:00 às 16:00 corresponde a 21%. A ilustração a seguir representa.. as faixas horárias de maior utilização do transporte coletivo nos sábados.

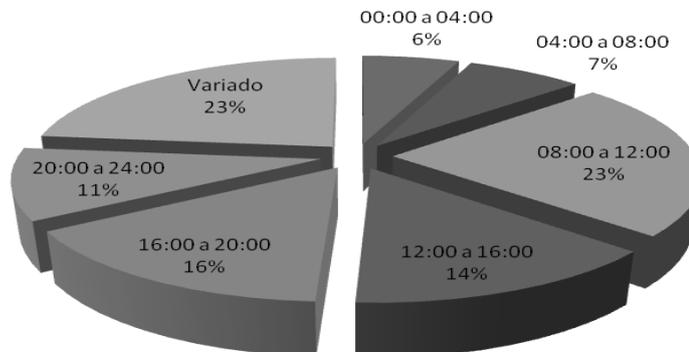


Figura 3- Frequência de utilização de ônibus por faixa horária nos sábados evidenciada nos resultados da pesquisa de todas as linhas.  
Fonte: Os autores

Na figura 4 que trata da frequência de utilização aos Sábados observa-se que 23 % dos usuários usam no período das 08:00 h às 12:00, enquanto variado corresponde a 23%. A ilustração a seguir representa.. as faixas horárias de maior utilização do transporte coletivo nos domingos.

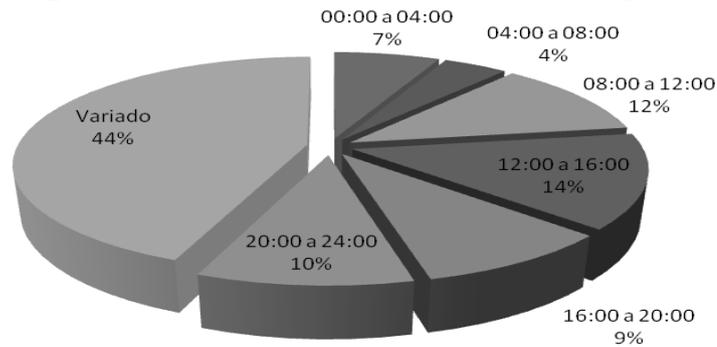


Figura 4- Frequência de utilização de ônibus por faixa horária nos dias domingos evidenciada nos resultados da pesquisa de todas as linhas.  
Fonte: Os autores

Na figura 4 que trata da frequência de utilização nos Domingos observa-se que 14% dos usuários usam no período das 12:00 h às 16:00 h enquanto em horários variados corresponde a 44%. A ilustração a seguir representa a necessidade de uma linha seletiva.

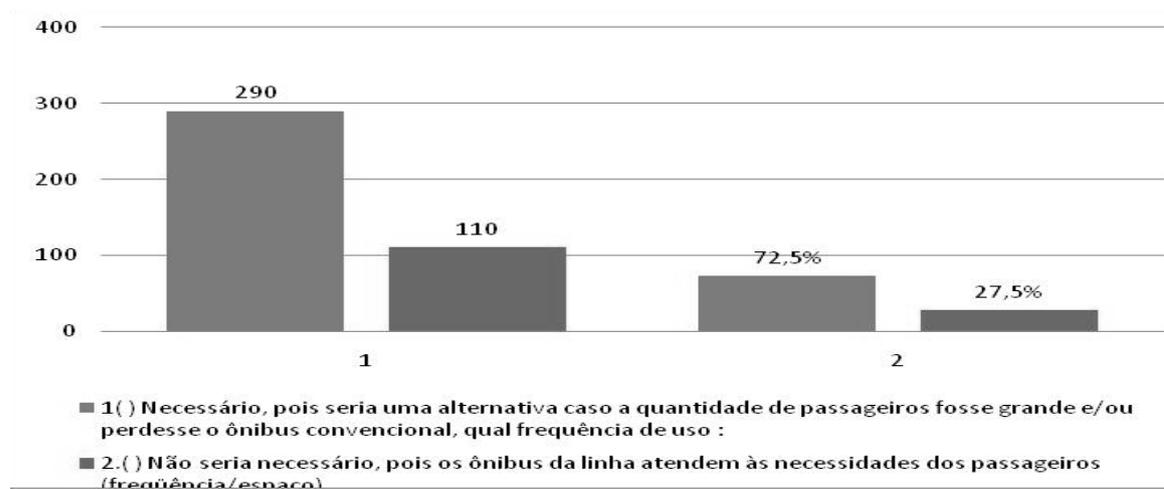


Figura 5 - Utilização de linha seletiva evidenciada nos resultados da pesquisa de todas as linhas.  
Fonte: Os autores

Observa-se na figura 5 que 72,5 % dos usuários (290 pessoas) acham necessário a implantação de uma linha seletiva. A figura a seguir representa a frequência de utilização aos usuários que possuem a necessidade. da linha seletiva

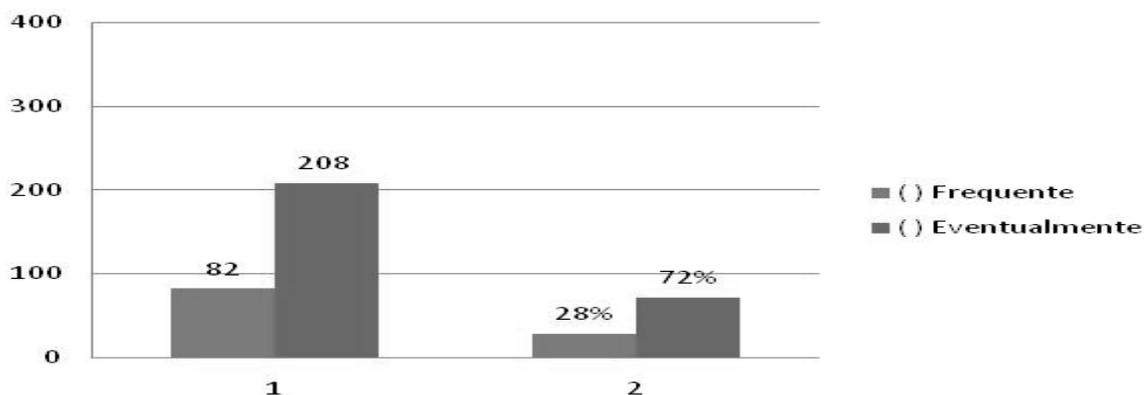


Figura 6- Frequência no uso da linha seletiva evidenciada nos resultados da pesquisa de todas as linhas.  
Fonte: Os autores

Analisando a figura 6 se observa que dos 72,5% dos usuários (290 pessoas) acham necessário a inclusão de uma linha seletiva no bairro, porém somente 28% (82 pessoas) as utilizaria com frequência. A ilustração a seguir representa os meios de informação de horários e itinerários aos usuários.

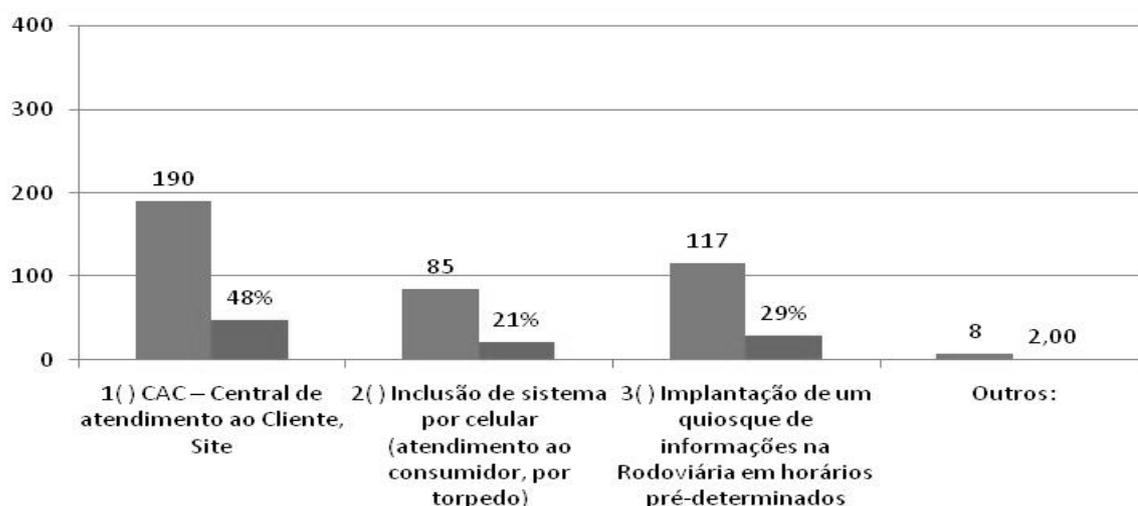


Figura 7 - Qual a melhor forma de possibilitar as informações sobre horários e itinerários evidenciada nos resultados da pesquisa de todas as linhas.  
Fonte: Os autores

Na figura 7 verifica-se que 48% dos usuários (190 pessoas) estão satisfeitas com o sistema já utilizado pela CAC e Site. A ilustração a seguir representa a percepção dos usuários sobre a modernização da empresa.

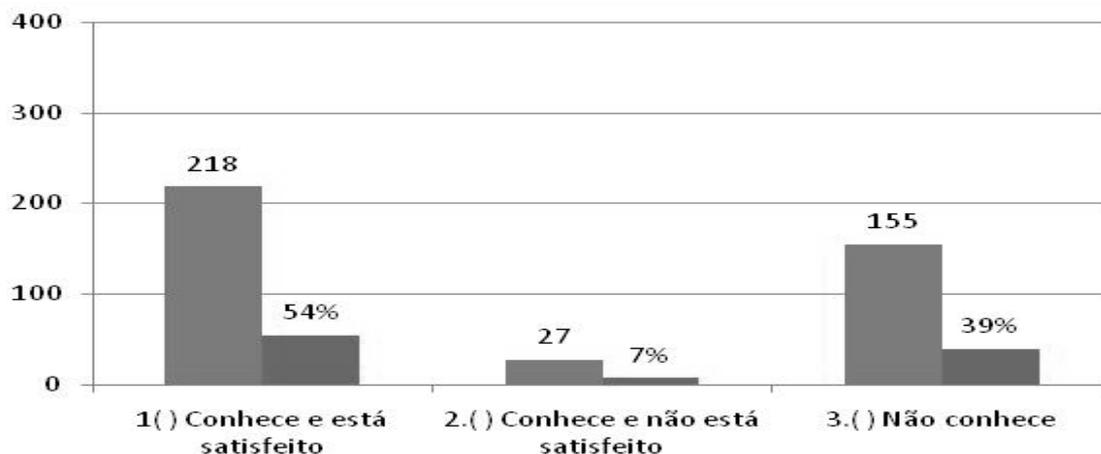


Figura 8 - Sobre a modernização da Expresso Medianeira evidenciada nos resultados da pesquisa de todas as linhas.

Fonte: Os autores

Na figura 8 observa-se que 54% dos usuários conhecem as inovações tecnológicas apresentadas pela Expresso Medianeira, enquanto 39% não conhecem. A ilustração a seguir representa ações voltadas ao atendimento aos usuários com restrição de mobilidade.

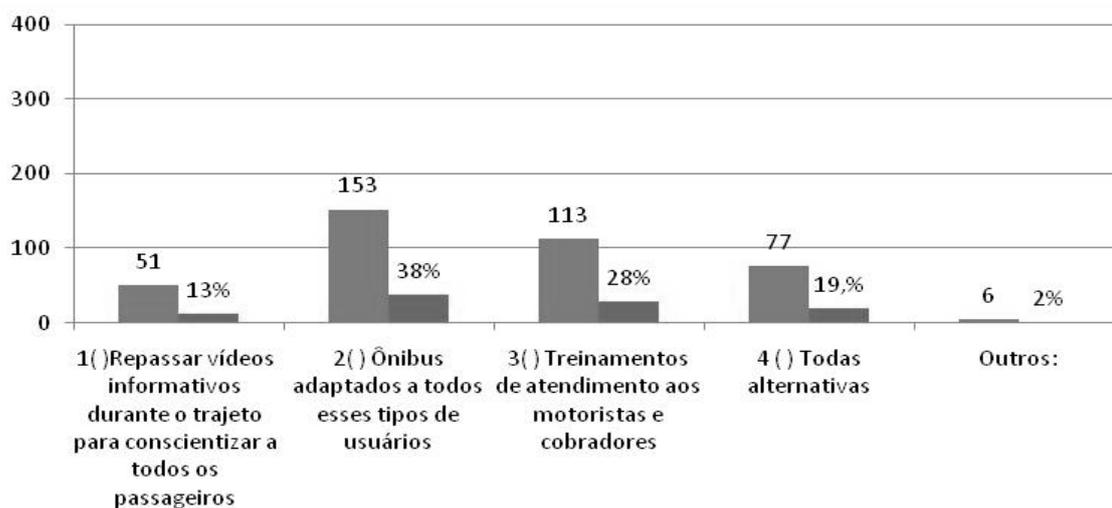


Figura 9 - Sugestão para o atendimento a usuários com restrição de mobilidade evidenciada nos resultados da pesquisa de todas as linhas.

Fonte: Os autores

Na figura 9 evidencia-se que 38% dos usuários (153 pessoas) optam pela inclusão de ônibus adaptados. A ilustração a seguir representa sobre o conhecimento dos serviços que a empresa oferece.

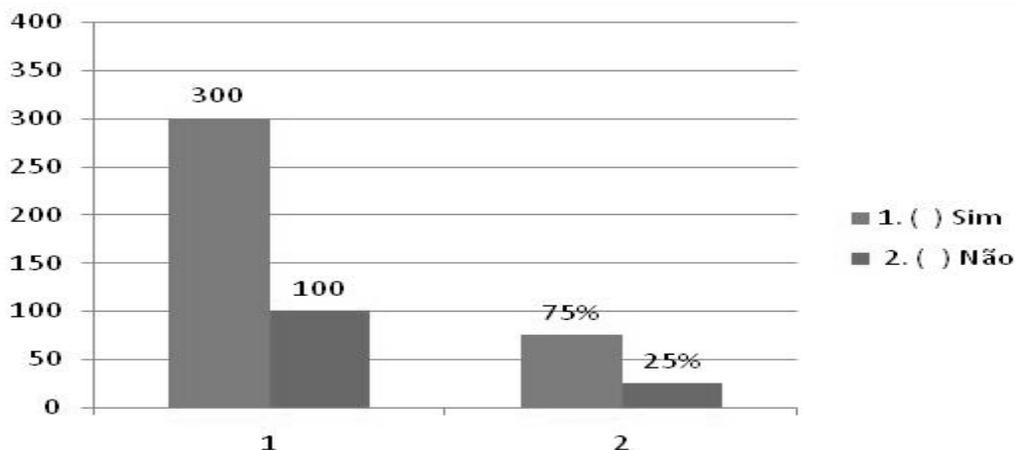


Figura 10- conhecimento do serviços que a Expresso Medianeira oferece evidenciada nos resultados da pesquisa de todas as linhas.

Fonte: Os autores

Na figura 10 verifica-se que 75% dos usuários (300 pessoas) conhecem os serviços que a empresa oferece. A ilustração a seguir representa quais os serviços que os usuários mais conhecem.

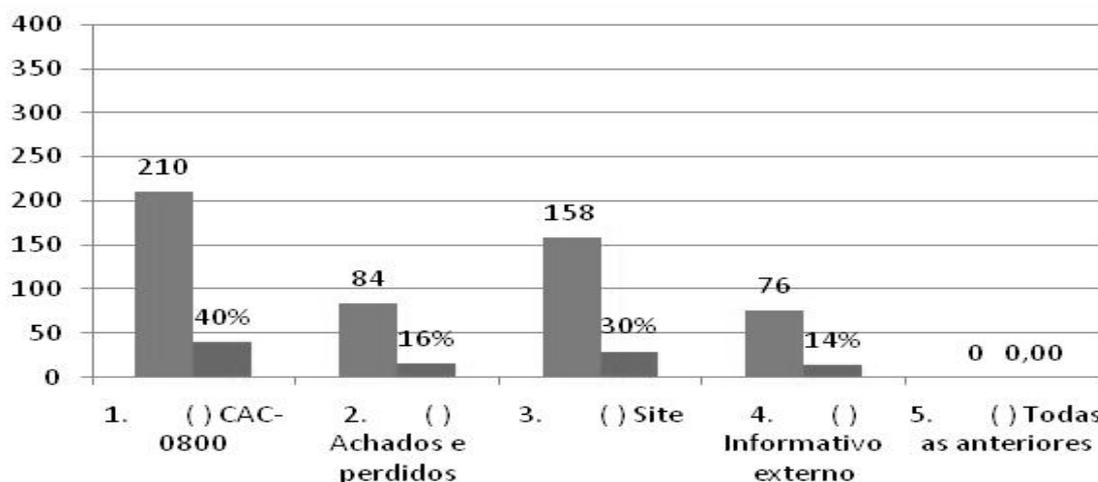


Figura 11- Serviços que os usuários conhecem evidenciada nos resultados da pesquisa de todas as linhas.

Fonte: Os autores

Analisando a figura 11 observa-se que dos usuários conhecem os serviços oferecidos pela Expresso Medianeira 40% (210 pessoas) corresponde ao CAC.

## RESULTADOS E CONCLUSÕES

Este estudo buscou identificar quais melhorias nos serviços poderão ser oferecidos aos usuários das linhas de transporte urbano Jardim Berleze, Maringá, Nonoai e Casa de Saúde da empresa Expresso Medianeira com o objetivo de aumentar a demanda pelas linhas referidas e

a satisfação dos usuários dessas linhas consideradas estratégicas pela empresa. Desta forma apresentam-se as sugestões de melhorias evidenciadas pela pesquisa:

A colocação lixeiras seletivas em todos os ônibus 38% dos usuários evidenciando a preocupação em destinar corretamente os resíduos quando da utilização do transporte coletivo; a instalação de câmeras de vigilância no interior dos ônibus foi vista por 47% dos usuários como necessárias para aumentar a sensação de segurança; A implantação de uma linha seletiva nas linhas pesquisadas 72,5 % dos usuários acham necessário; a frequência de utilização nos dias úteis observa-se que 30% dos usuários utilizam no período das 08:00 h às 12:00, aos Sábados observa-se que 23 % dos usuários usam no período das 08:00 h às 12:00 e nos domingos observa-se que 14% dos usuários usam no período das 12:00 h às 16:00 h. Analisando os dados da frequência de utilização observa-se que o período de maior uso do transporte é das 08:00 h às 12:00 nos dias úteis, sábados e domingos , e que nos sábados e domingos o uso é mais variado; com relação a modernização da empresa percebida pelos usuários 54% dos usuários conhecem as inovações tecnológicas; também evidenciou-se pela grande maioria dos usuários correspondendo a 38% a opção pela inclusão de ônibus adaptados aos portadores de necessidades especiais demonstrando-se necessária para a eficiência do sistema de transporte oferecendo um serviço de qualidade e uma melhor mobilidade. Sobre os serviços que a empresa oferece (Site , CAC,Achados e perdidos) 75% dos usuários conhecem 40% utilizam a CAC e o site com 30 %.

Fica como recomendação e sugestão o uso por parte da empresa dessas informações onde poderá focar as suas ações no sentido de centralizar seus esforços na busca da melhoria contínua, promovendo uma vantagem competitiva e ao atendimento das necessidades de seus usuários aumentando, dessa forma o *market share* da empresa em questão.

## **REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

COBRA, M. **Administração de marketing no Brasil**. São Paulo: Cobra, 1992.

CHIAVENATO, I. **Teoria geral da administração**. Disponível em <<http://www.scribd.com/doc/7458429>> acessado em 30 de Julho de 2000.

CHURCHILL, J., GILBERT A. **Marketing: criando valor para os clientes**. São Paulo: Saraiva, 2003.

GOODE, W. J. & HATT, P. K. - **Métodos em pesquisa social**. 3ªed., São Paulo: Cia. Editora Nacional, 1969.

KOTLER, P. & ARMSTRONG, G. **Princípios de marketing**. São Paulo: Prentice Hall, 1993.

KOTLER, P. **Administração de marketing**: a edição do novo milênio. São Paulo: Prentice Hall, 2000.

MALHOTRA, N. **Marketing research**: an applied orientation. Upper Saddle River: Prentice Hall, 1996.

MCKENA, J. **Customer is people**: The human touch. England: John Wiley & Sons, 2003.

OLIVEIRA, D. **Planejamento estratégico**: conceitos, metodologias e práticas. 1ªed. São Paulo: Atlas, 2002.

YIN, R. K. - **Case study research** - design and methods. Sage Publications Inc., USA, 1989.