



WRI BRASIL

PESQUISA DE SATISFAÇÃO QUALIÔNIBUS

RELATÓRIO DA PESQUISA DO SISTEMA DE ÔNIBUS
MUNICIPAL DE CURITIBA - 2024

Um produto do WRI Brasil



FOTO: WRI BRASIL

QUALIÔNIBUS

PROGRAMA DE QUALIDADE DO SERVIÇO DE ÔNIBUS

Desenvolvido pelo WRI Brasil com o apoio financeiro e conceitual da FedEx Corporation, o Programa QualiÔnibus tem o objetivo de qualificar o serviço de transporte coletivo por ônibus para atrair os clientes ao sistema e tornar a mobilidade das cidades mais sustentável. O programa é baseado em 5 ferramentas:

QUALIÔNIBUS
PESQUISA DE
SATISFAÇÃO

QUALIÔNIBUS
INDICADORES
DE QUALIDADE

QUALIÔNIBUS
GRUPO DE
BENCHMARKING

QUALIÔNIBUS
DIA UM
DE OPERAÇÃO

QUALIÔNIBUS
SEGURANÇA
EM PRIMEIRO LUGAR



QUALIÔNIBUS
PESQUISA DE
SATISFAÇÃO

Avalia a satisfação dos clientes do transporte coletivo por ônibus em relação a fatores da qualidade de forma detalhada e quantitativa, possibilitando o processo de *benchmarking*.

QUALIÔNIBUS
INDICADORES
DE QUALIDADE

Avalia o cumprimento de metas, evolução da qualidade de serviço e impactos decorrentes de projetos e mudanças no sistema de transportes, permitindo o processo de *benchmarking*.

QUALIÔNIBUS
GRUPO DE
BENCHMARKING

Busca a adoção de ações mais efetivas para a melhoria da qualidade dos sistemas de transporte com foco no cliente por meio da troca de experiência entre cidades e identificação de boas práticas, possibilitadas por uso de pesquisa de satisfação e indicadores padronizados.

QUALIÔNIBUS
DIA UM
DE OPERAÇÃO

Minimiza os riscos do início da operação de sistemas de ônibus e promove o desenvolvimento de manuais operacionais e procedimentos de contingência.

QUALIÔNIBUS
SEGURANÇA
EM PRIMEIRO LUGAR

Guia a elaboração de um Plano Integrado de Segurança Viária visando a melhoria da operação de sistemas de ônibus através da qualificação dos motoristas. O Plano é composto por três etapas complementares: (i) treinamento dos motoristas com foco em segurança viária, (ii) implementação de programas para desenvolvimento contínuo dos motoristas e (iii) medição dos impactos através do monitoramento de acidente.



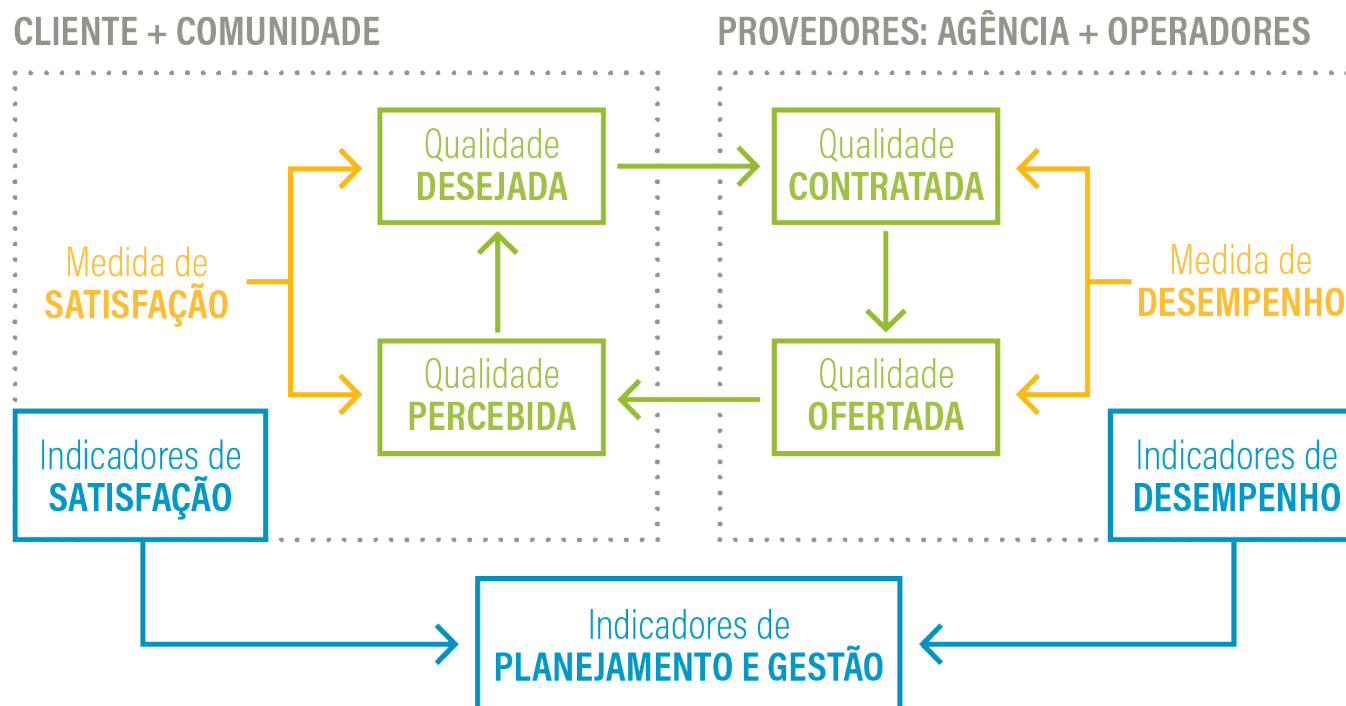
AS TRÊS FERRAMENTAS DE BENCHMARKING

- O **Grupo de Benchmarking** promove a troca de experiências entre cidades e operadores com o objetivo de qualificar o transporte coletivo por ônibus.
- O Grupo adota **os Indicadores de Qualidade** para realizar comparações e identificar boas práticas dentro do Grupo.
- Os Indicadores de Qualidade são formados por indicadores de satisfação, de desempenho e de planejamento e gestão. A **Pesquisa de Satisfação** é a ferramenta que proporciona a coleta de dados para os indicadores de satisfação.



CICLO DA QUALIDADE

- A definição de qualidade é diferente para os diferentes atores envolvidos
- Para os clientes e a comunidade, a medida de satisfação é definida pela diferença entre a qualidade desejada e a percebida do serviço
- Para os provedores do transporte (agências e operadores), a medida de desempenho é determinada pela diferença entre a qualidade de serviço contratada e a ofertada
- As diferenças entre as quatro visões da qualidade são denominadas *gaps* da qualidade e deseja-se que esses *gaps* sejam os menores possíveis



A PESQUISA DE SATISFAÇÃO

OBJETIVOS DA PESQUISA

- Permitir a obtenção de informações quantitativas para **orientar a tomada de decisões**
- **Verificar o impacto** decorrente da implantação de novos sistemas e modificações realizadas nos sistemas
- **Padronizar** pesquisas de satisfação com uma ferramenta completa e flexível
- Identificar desafios e oportunidades comuns às cidades para discutir **soluções integradas** (benchmarking)
- Contribuir para a **gestão da qualidade** do transporte coletivo



A PESQUISA DE SATISFAÇÃO

REFERÊNCIAS UTILIZADAS NO DESENVOLVIMENTO DA FERRAMENTA



PROTRANSPORTE



Norma EN 13816



TCRP Report 47



QUATTRO



A PESQUISA DE SATISFAÇÃO

ESTRUTURA DA PESQUISA

- A Pesquisa é formada por um módulo básico, que deve ser aplicado por completo, e módulos detalhados, que são opcionais
- Os módulos detalhados podem ser incluídos ao questionário para um melhor entendimento de aspectos específicos do sistema de ônibus

MÓDULO BÁSICO

Deve ser aplicado por completo



MÓDULOS DETALHADOS

São opcionais e devem ser escolhidos de acordo com o que se deseja detalhar



A PESQUISA DE SATISFAÇÃO

FATORES DA QUALIDADE

Os fatores da qualidade estão presentes no módulo básico e cada um deles possui um módulo detalhado específico

1. Acesso ao transporte
2. Disponibilidade
3. Rapidez
4. Confiabilidade
5. Integração
6. Conforto dos pontos de ônibus
7. Conforto das estações
8. Conforto dos terminais
9. Conforto dos ônibus
10. Atendimento ao cliente
11. Informação ao cliente
12. Segurança Pública
13. Segurança em relação a sinistros de trânsito
14. Exposição ao ruído e à poluição
15. Forma de pagamento e recarga
16. Gasto com transporte



A PESQUISA DE SATISFAÇÃO

MÓDULOS DETALHADOS

Os Módulos detalhados são opcionais e especificam determinados aspectos. Ao todo estão disponíveis 24 Módulos detalhados.

- | | |
|----------------------------------|--|
| 1. Acesso ao transporte | 13. Segurança em relação a sinistros de trânsito |
| 2. Disponibilidade | 14. Exposição a ruído e poluição |
| 3. Rapidez | 15. Forma de pagamento e recarga |
| 4. Confiabilidade | 16. Gasto com transporte |
| 5. Integração | 17. Concordância - Detalhado |
| 6. Conforto dos pontos de ônibus | 18. Percepções sobre ônibus |
| 7. Conforto das estações | 19. Escolha modal |
| 8. Conforto dos terminais | 20. Evolução do sistema |
| 9. Conforto dos ônibus | 21. Problemas |
| 10. Atendimento ao cliente | 22. Impacto de ações |
| 11. Informação ao cliente | 23. Evasão tarifária |
| 12. Segurança pública | 24. Módulos especiais sob demanda |



A PESQUISA DE SATISFAÇÃO

A PESQUISA COMO BASE PARA A QUALIFICAÇÃO DO TRANSPORTE COLETIVO

- A Pesquisa de Satisfação QualiÔnibus não é um fim, mas sim um passo na busca por mais qualidade no transporte coletivo por ônibus.
- Ao final deste relatório, são apresentadas recomendações de próximas etapas a serem adotadas para que os objetivos da pesquisa sejam atingidos.
- O WRI Brasil incentiva que os resultados da pesquisa sejam utilizados como base para o planejamento de ações de qualificação do transporte coletivo. Essa é uma contrapartida para o apoio do WRI em aplicações futuras da pesquisa.



ESPECIFICAÇÕES TÉCNICAS

Edição Curitiba 2024

- Universo: clientes do sistema de ônibus municipal de Curitiba
- Período de pesquisa: 28 de maio a 11 de junho de 2024
- Equipe de pesquisa em campo: 58 pesquisadores próprios da URBS (equipe de fiscais de transporte)
 - Treinamento dos pesquisadores: 22 e 23 de maio de 2024 (realizado pelo WRI Brasil remotamente)
- Formato do questionário: aplicativo para celular
 - Coleta e verificação dos dados realizadas pela URBS
- Módulos detalhados aplicados:
 - Concordância
 - Acesso ao transporte
 - Gasto com transporte

ESPECIFICAÇÕES TÉCNICAS

Desenho amostral

- Amostra conglomerada em 2 estágios: no 1º estágio a partir da seleção das linhas e no 2º estágio a partir da seleção dos passageiros
 - A amostra é estratificada operacionalmente (divisão por tipo de serviço) e temporalmente (divisão em três faixas horárias) para uma melhor distribuição. A estratificação é feita com base da demanda de cada tipo de serviço e faixa horária
- Desenho amostral realizado considerando um nível de confiança de 95% e um erro amostral máximo desejado de 0,25 para variáveis de média (notas de satisfação em escala de 0 a 10).
- Tamanho da amostra: 883 entrevistados
 - Sistema convencional: 708
 - BRT: 175
- Validação das entrevistas realizada por telefone com 10% dos entrevistados

Para mais informações sobre a metodologia e o desenho amostral, entre em contato com o WRI Brasil através do e-mail qualionibus@wri.org

MÉTODO

- Pesquisa embarcada
- Apenas em dias úteis
- Amostragem por faixa-horária do dia e por linha: **3 faixas-horárias**

Faixa horaria	% amostra	Período
00:00 – 05:59	0%	Não pesquisado
06:00 – 09:59	32,8%	Pico manhã estendido
10:00 – 15:59	32,8%	Entre pico
16:00 – 19:29	34,3%	Pico tarde estendido
19:30 – 24:00	0%	Não pesquisado

LINHAS PESQUISADAS

- **107** linhas

- Sistema convencional

010	020	021	023	030	040	050	060	166	170	20	205	207	21	211
216	22	222	23	231	232	256	274	304	307	321	331	332	335	338
343	372	374	380	386	462	463	466	505	506	507	508	512	515	516
518	521	528	532	541	545	552	607	611	617	619	621	628	629	630
631	641	643	644	650	652	653	654	657	658	659	661	666	680	681
683	684	685	700	701	702	703	712	719	760	812	817	822	826	827
828	829	860	862	876	924	965	972							

- BRT

203	250	303	350	500	502	503	550	603
-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----

RESULTADOS

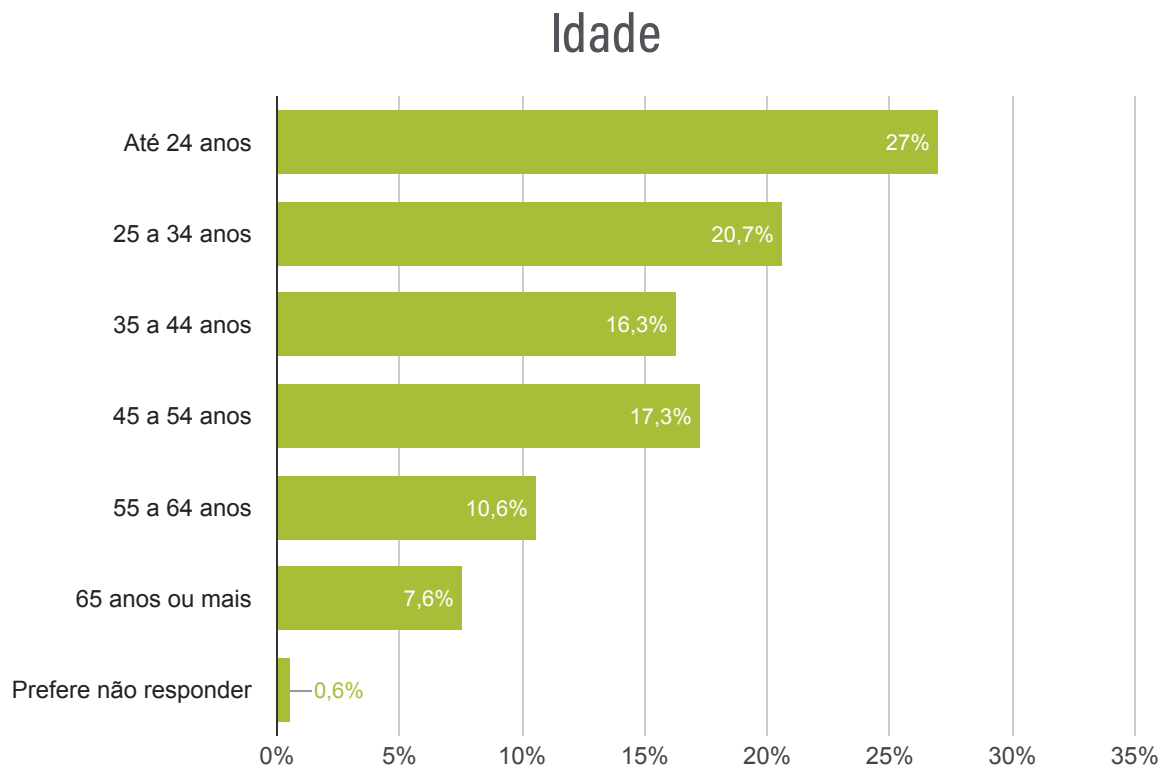
Pesquisa de Satisfação do sistema de ônibus municipal de Curitiba

Os resultados apresentados a seguir se referem à análise do sistema como um todo. Para algumas perguntas também foram realizadas análises comparando os sistemas convencional e BRT, ou os resultados de pesquisas anteriores. Ainda, em alguns casos foram realizadas análises estratificadas por variáveis demográficas (como gênero), mas destaca-se que essas análises possuem erros amostrais superiores ao projetado para a amostra, servindo apenas para indicar possíveis tendências.

Mais análises podem ser feitas pela equipe da URBS diretamente na Plataforma QualiÔnibus ou baixando o banco de dados da Plataforma.

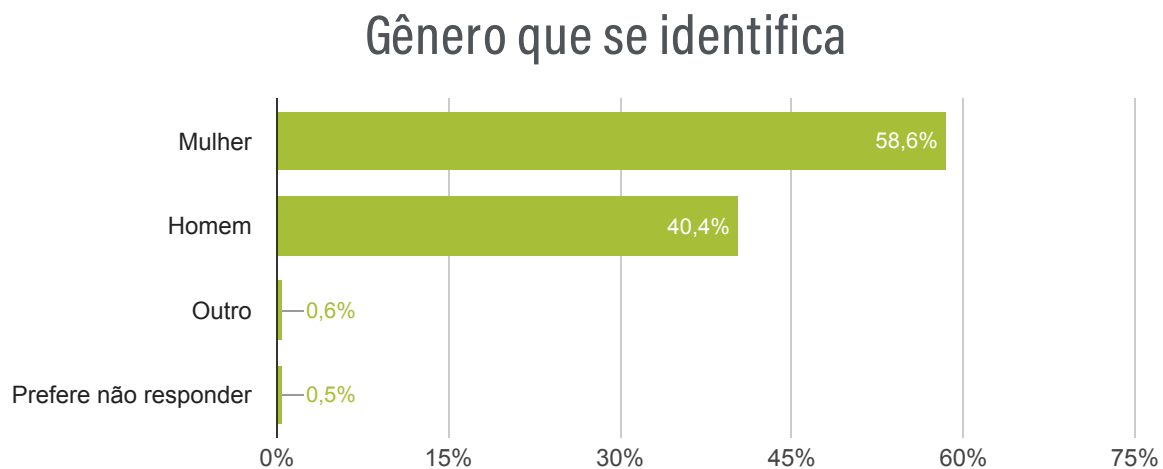
PERFIL DOS CLIENTES

- A maior faixa etária é a de até 24 anos (27%), seguida por de 25 a 34 anos (20,7%) e 45 a 54 anos (17,3%)



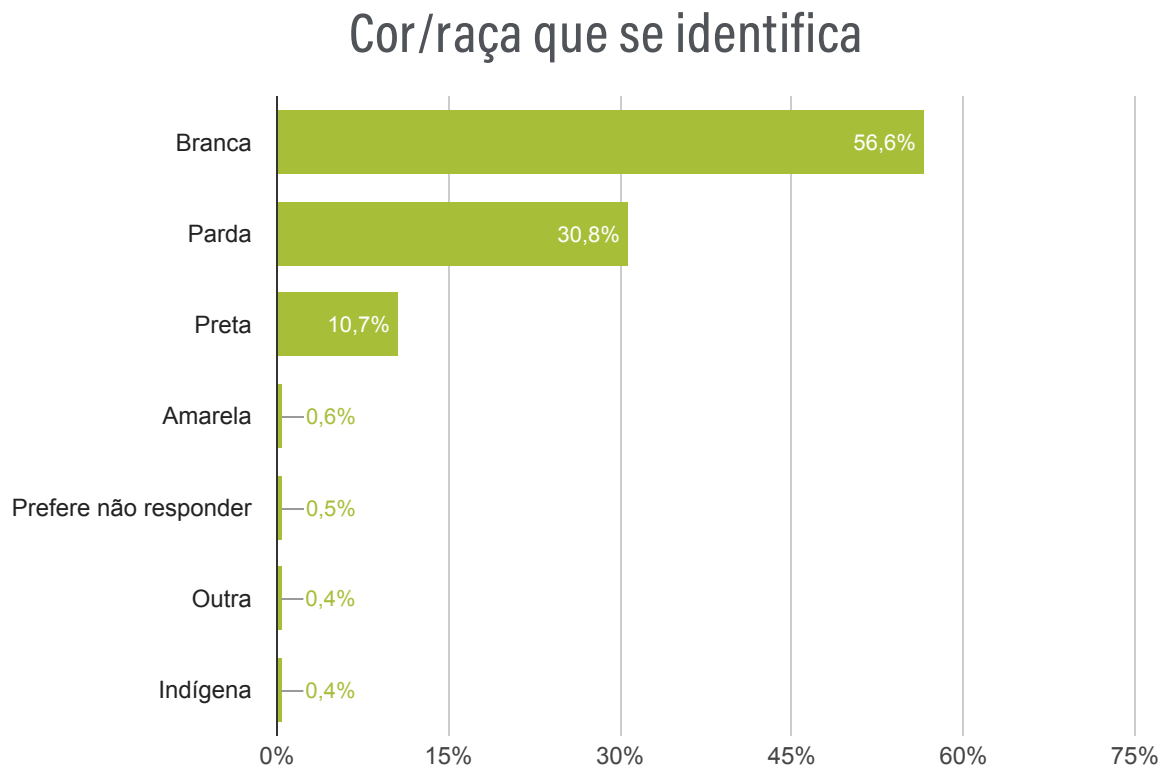
PERFIL DOS CLIENTES

- A maioria dos clientes são *mulheres* (58,6%)



PERFIL DOS CLIENTES

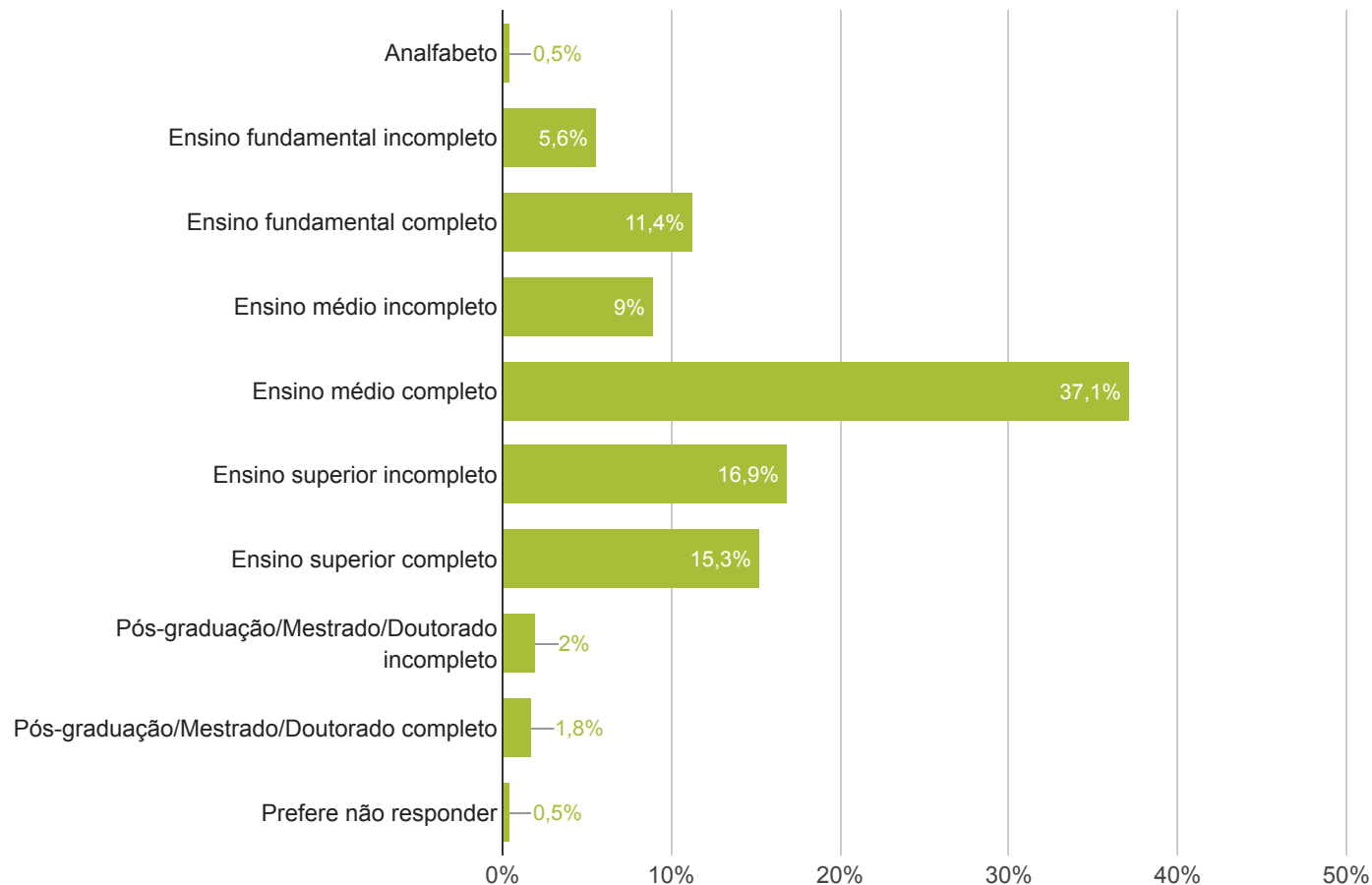
- A maioria dos clientes se identifica como *branca* (56,6%), enquanto *pretos e pardos* totalizam 41,5%



PERFIL DOS CLIENTES

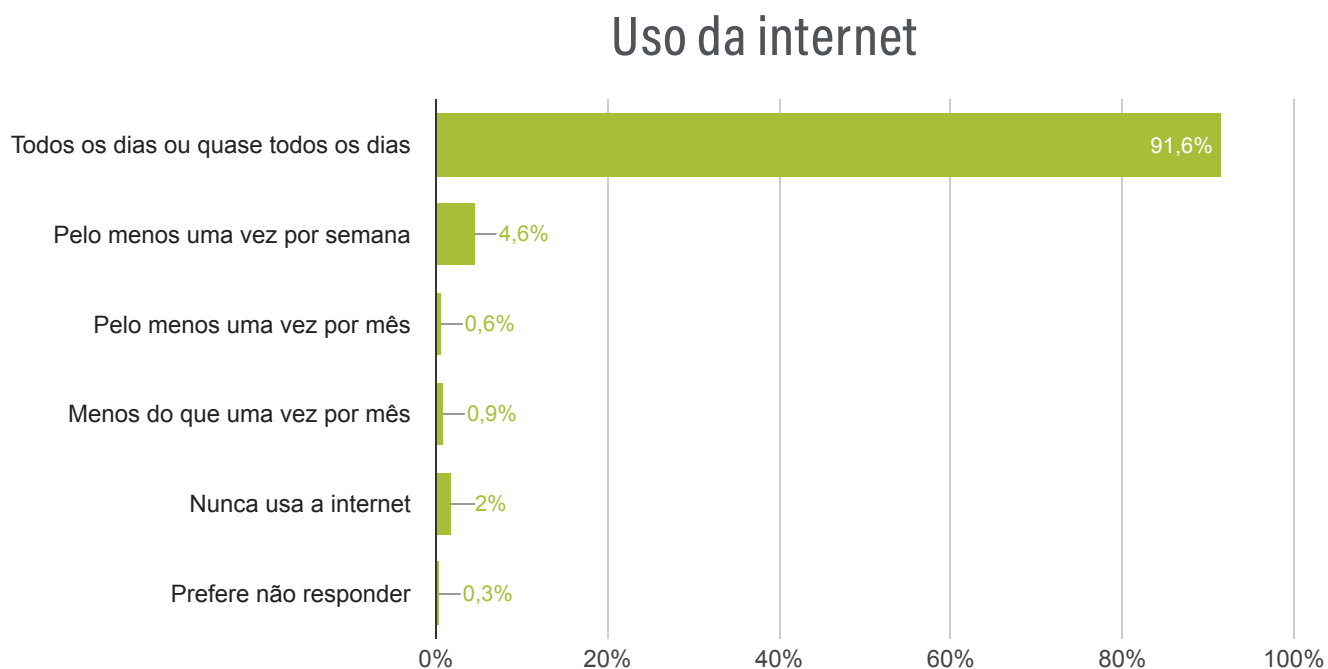
- Cerca de 58% dos clientes possuem escolaridade igual ou inferior a *ensino médio completo*

Escolaridade



PERFIL DOS CLIENTES

- Cerca de 91% dos clientes usam a internet *todos os dias ou quase todos os dias*
- 4,6% usam a internet *pelo menos uma vez na semana*



PERFIL DOS CLIENTES

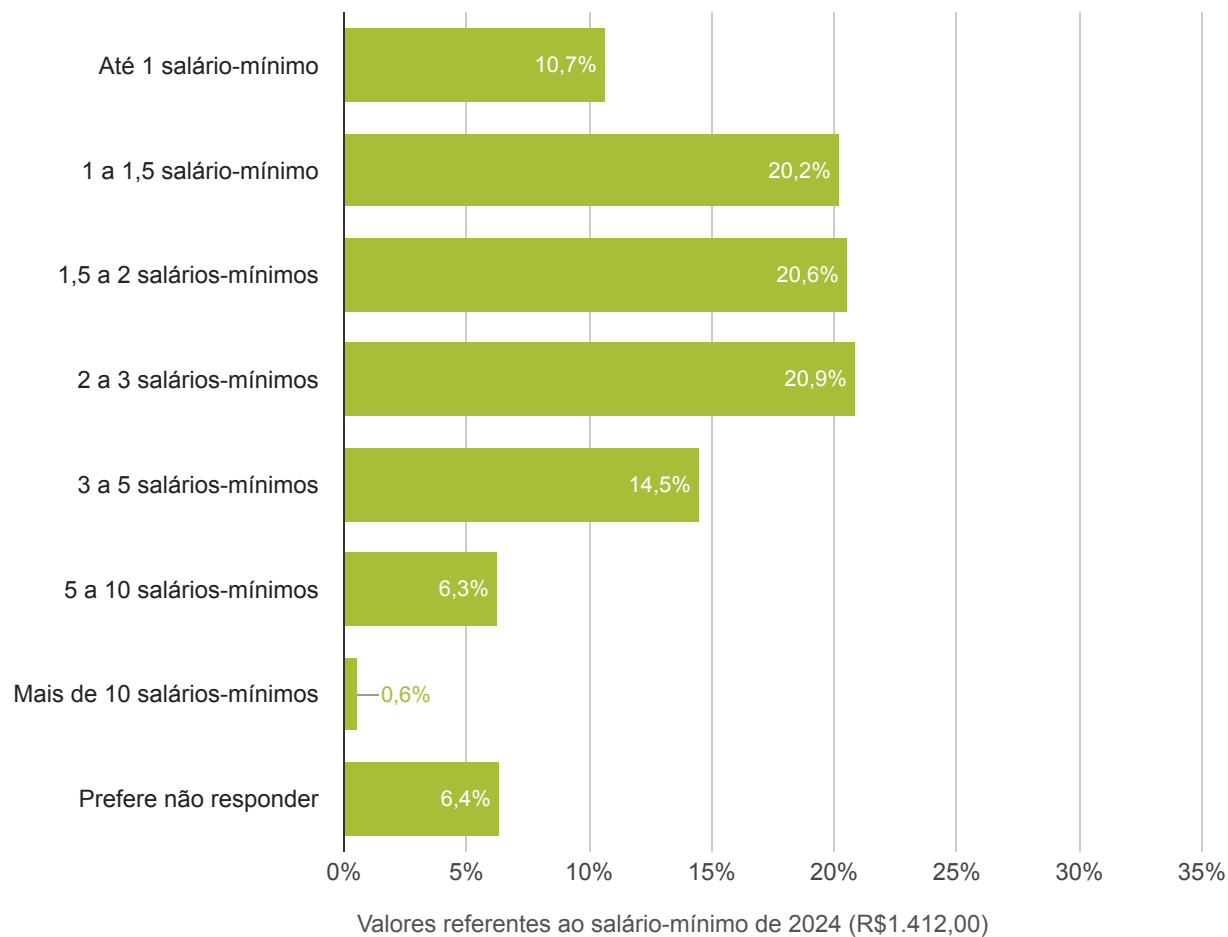
- A ocupação mais comum dentre os clientes é *funcionário de empresa privada* (58,4%), seguida de *profissional autônomo* (13,1%), *estudante* (9,9%) e *aposentado* (7,4%)



PERFIL DOS CLIENTES

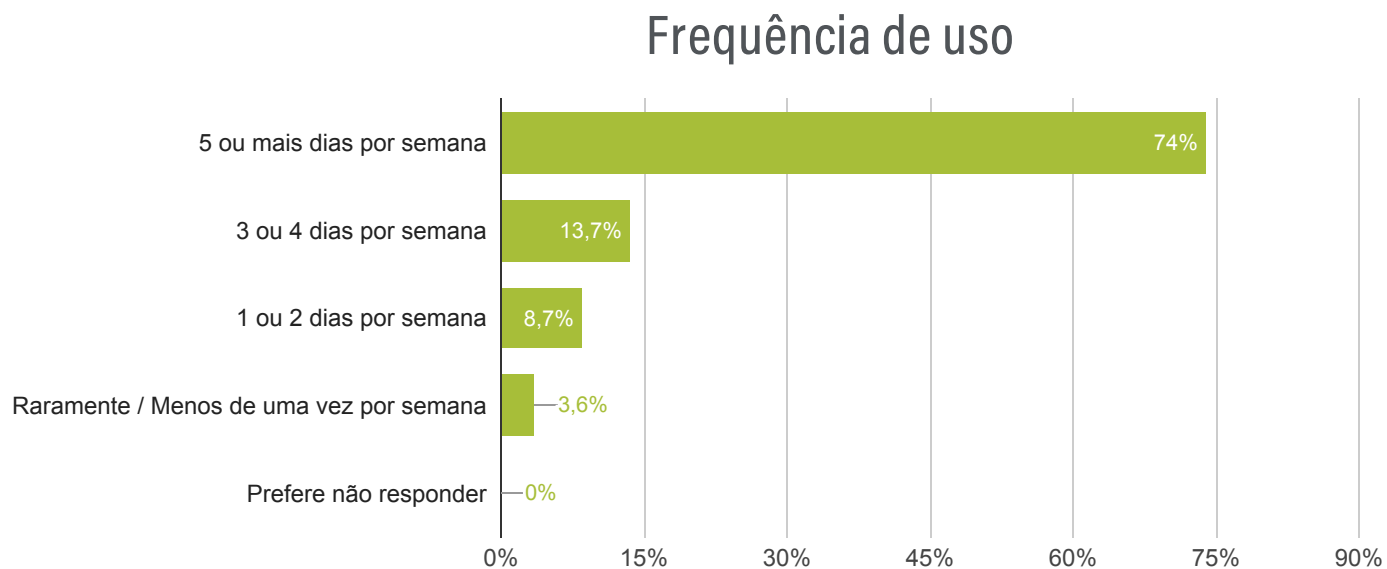
- Cerca de 72% dos clientes possuem renda familiar de *até 3 salários mínimos*

Renda familiar



PERFIL DE USO

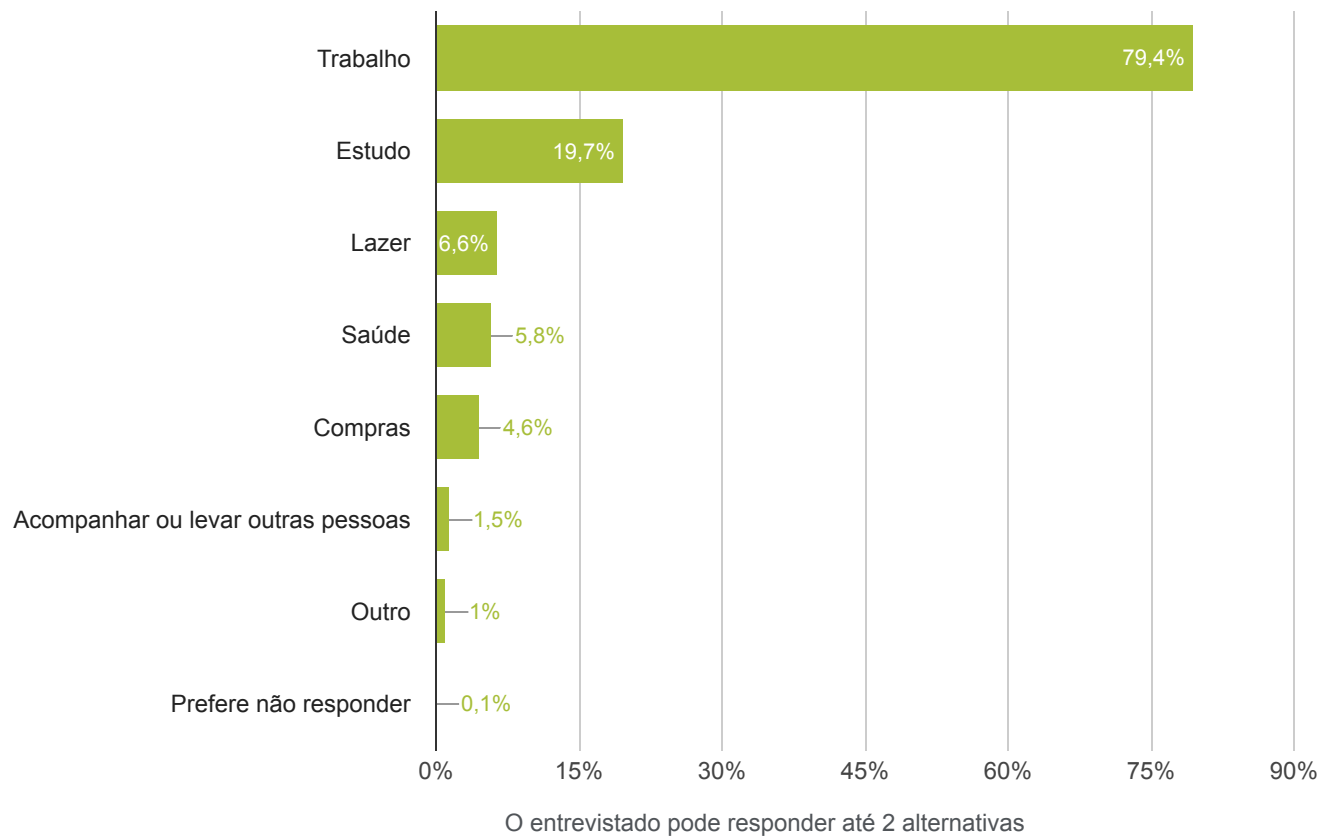
- 74% dos clientes utilizam o ônibus *5 ou mais dias por semana*



PERFIL DE USO

- Cerca de 80% dos clientes utilizam o transporte coletivo para *ir ao trabalho*
- Quase 20% utilizam ônibus motivados por *estudo*

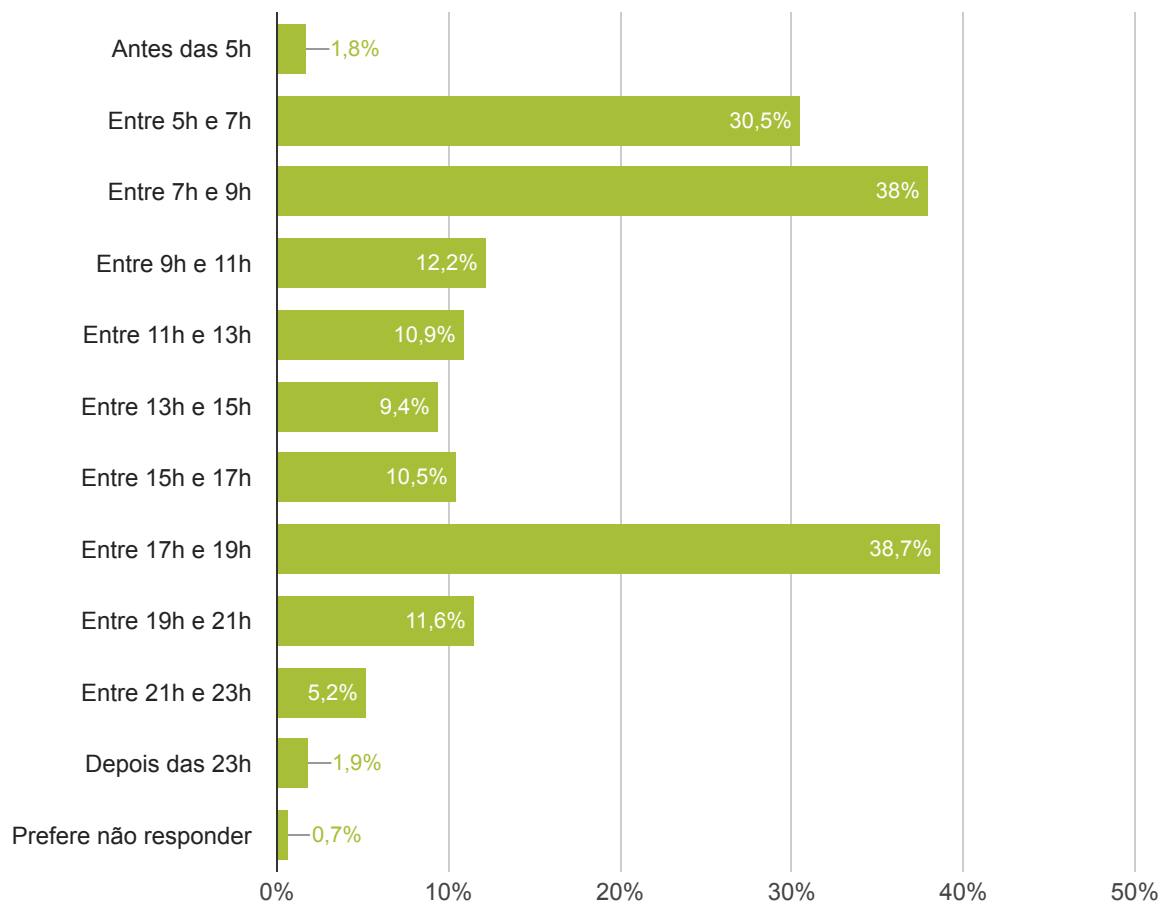
Motivo de uso



PERFIL DE USO

- 30,5% costumam utilizar entre 5h e 7h
- 38% dos clientes costumam utilizar o ônibus entre as 7h e 9h
- Cerca de 39% dos clientes costumam utilizar entre 17h e 19h

Horário predominante de uso

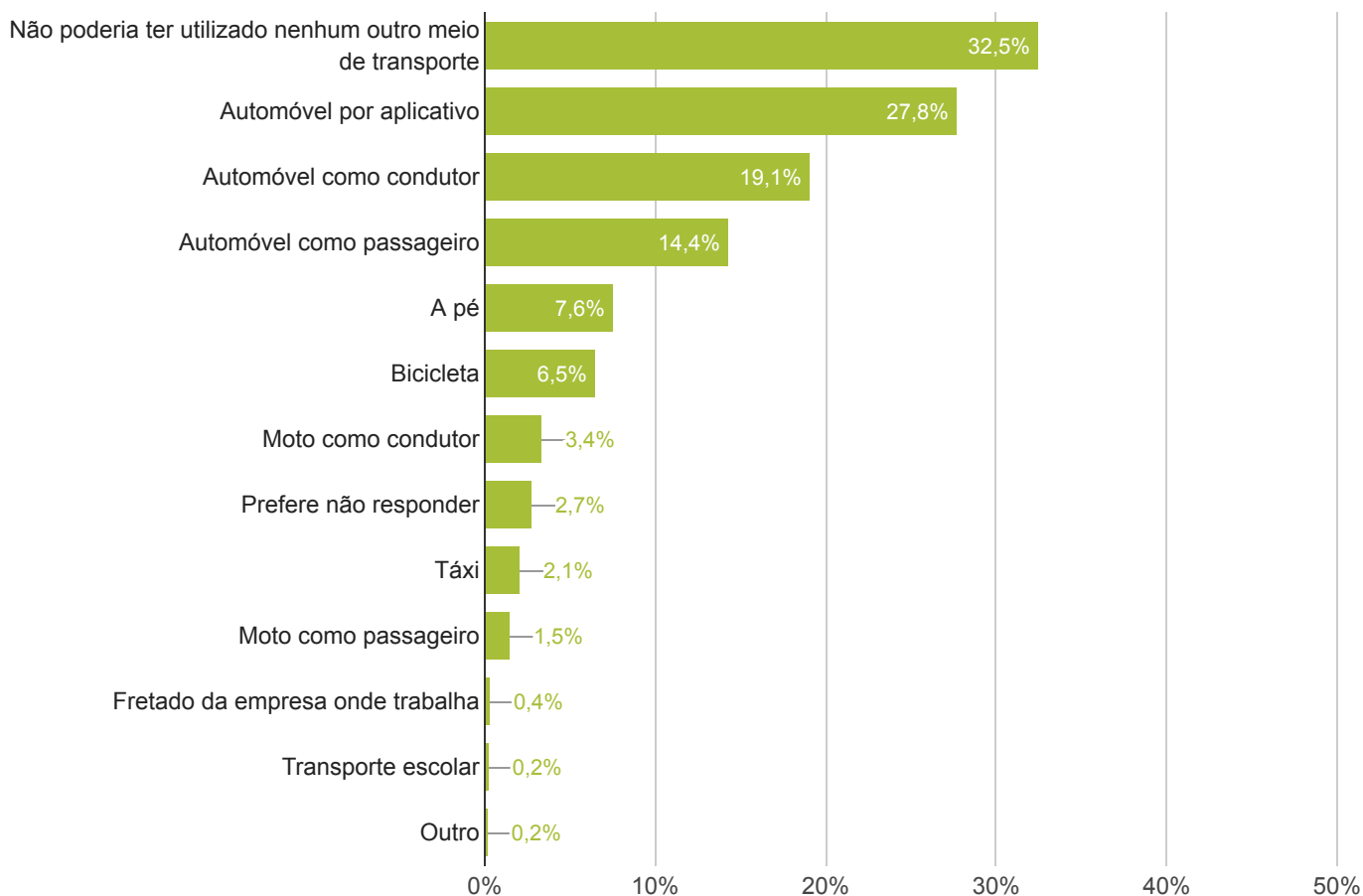


O entrevistado pode responder até 3 alternativas

PERFIL DE USO

- Cerca de 32% dos clientes *não poderiam utilizar nenhum outro modo de transporte* para realizar suas viagens mais frequentes
- 27,8% dos clientes poderiam utilizar *automóvel por aplicativo* no lugar do ônibus

Modos alternativos ao ônibus para a viagem mais frequente

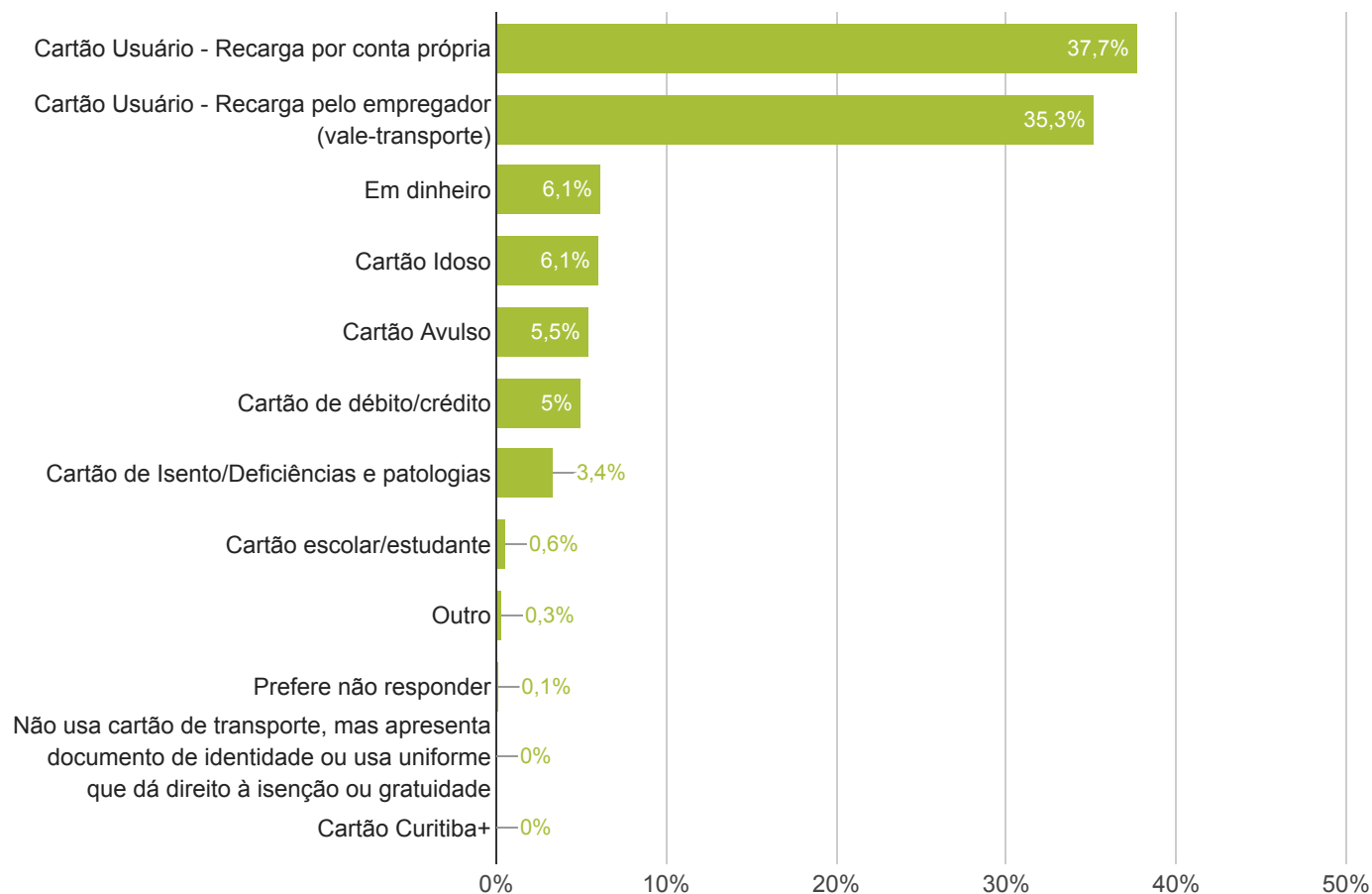


O entrevistado pode responder até 3 alternativas

PERFIL DE USO

- 37,7% dos clientes usam o **Cartão Usuário - Recarga por conta própria** como forma de pagamento mais usual
- A segunda forma de pagamento mais usual é o **Cartão Usuário - Recarga pelo empregador (vale-transporte)**, usado por 35,3% dos clientes

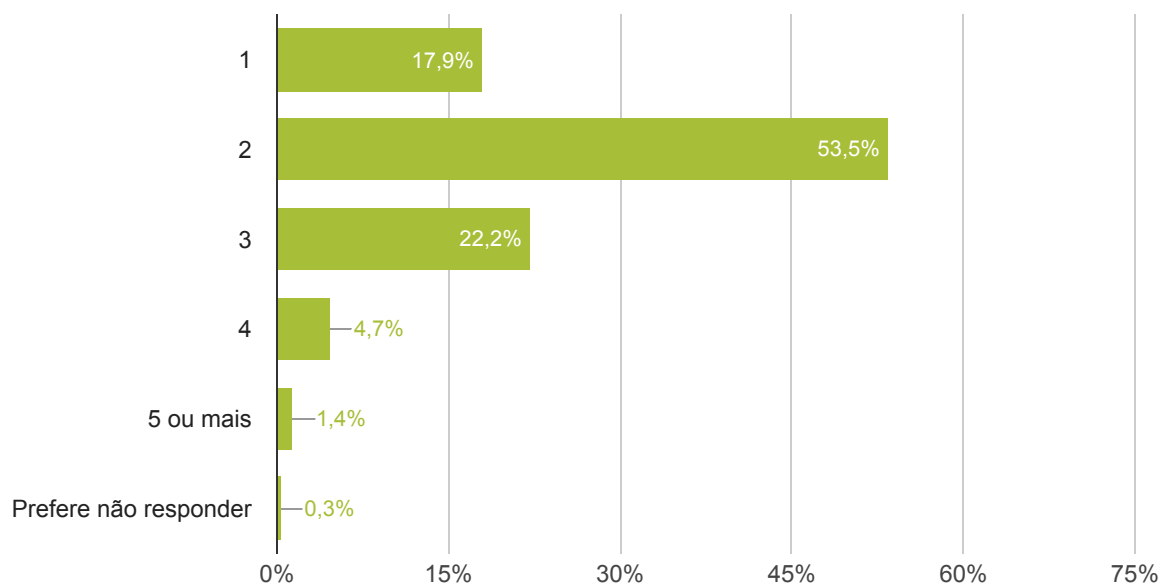
Forma de pagamento mais usual



PERFIL DE USO

- Cerca de 82% dos clientes necessitam de **2 ônibus ou mais** para chegar ao destino (apenas ida)

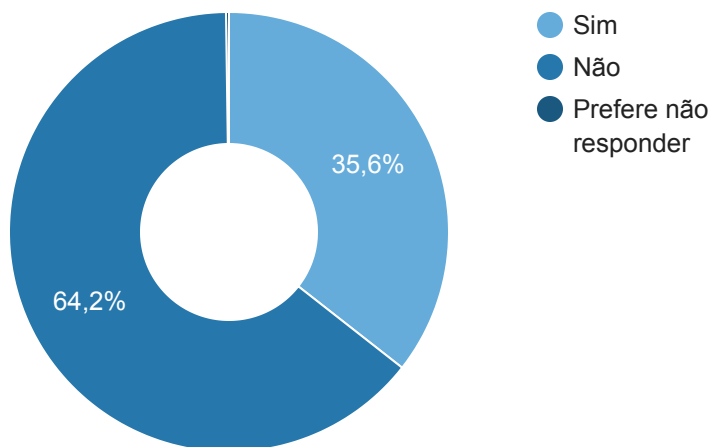
Número de ônibus necessários para chegar ao destino (apenas ida)



PERFIL DE USO

- 64,2% dos clientes não usam linhas metropolitanas frequentemente

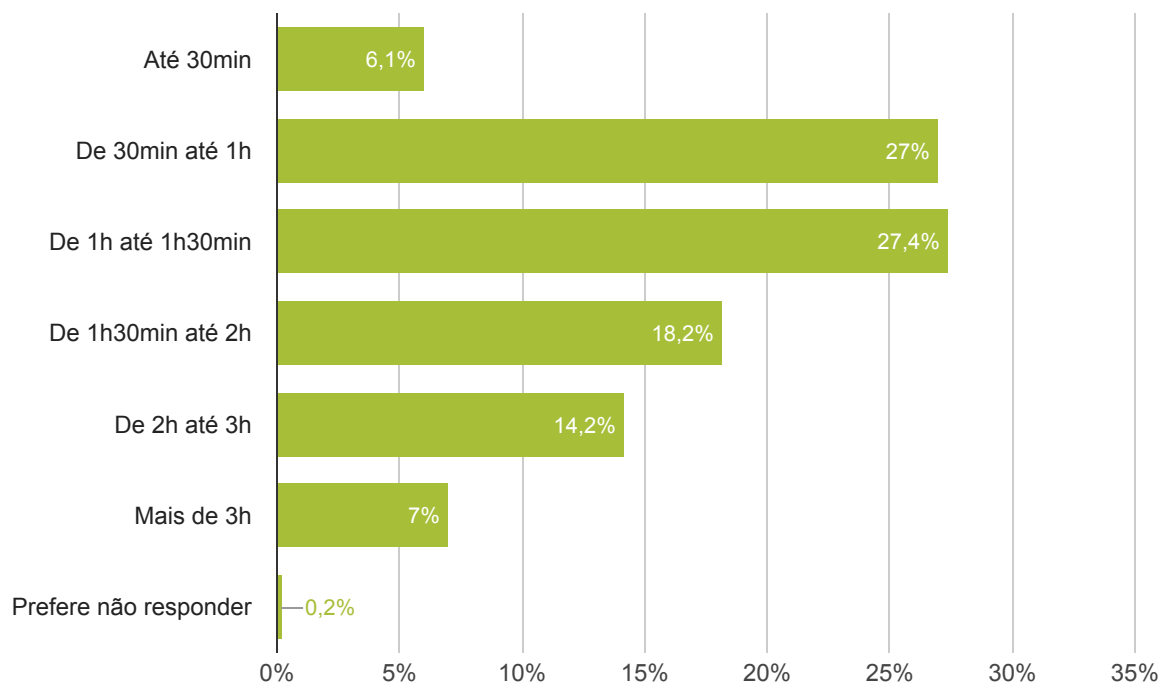
Utiliza linhas metropolitanas frequentemente



PERFIL DE USO

- 27,4% dos clientes gastam de **1h até 1h30** por dia em transporte
- Cerca de 21% gastam **2h ou mais** por dia em transporte

Tempo médio gasto por dia em transporte (considerando todas as viagens e modos de transporte)

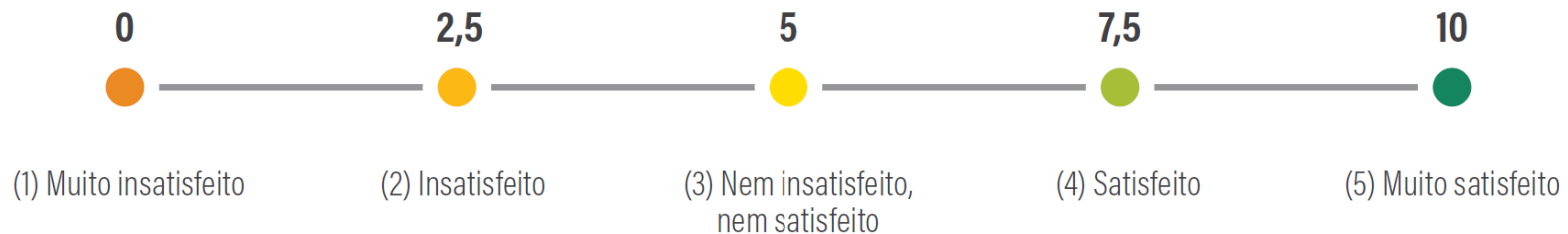


CÁLCULO DAS NOTAS DE SATISFAÇÃO

- Os entrevistados respondem com base em uma escala Likert de 5 pontos



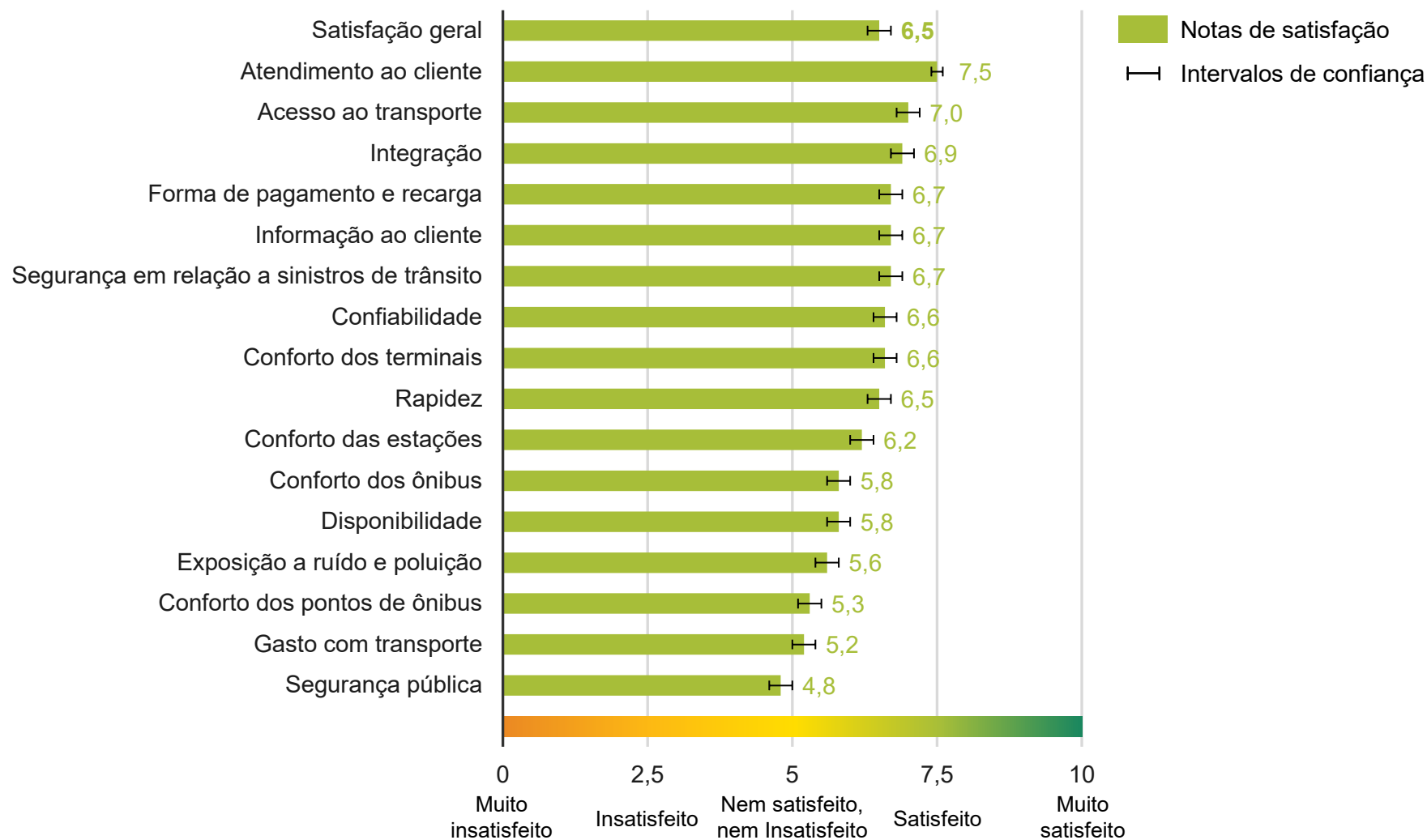
- Para análises, as respostas são transformadas em notas de 0 à 10



- A partir da escala transformada, são calculadas notas de satisfação
- Ao interpretar as notas, é importante entender sua relação com a escala

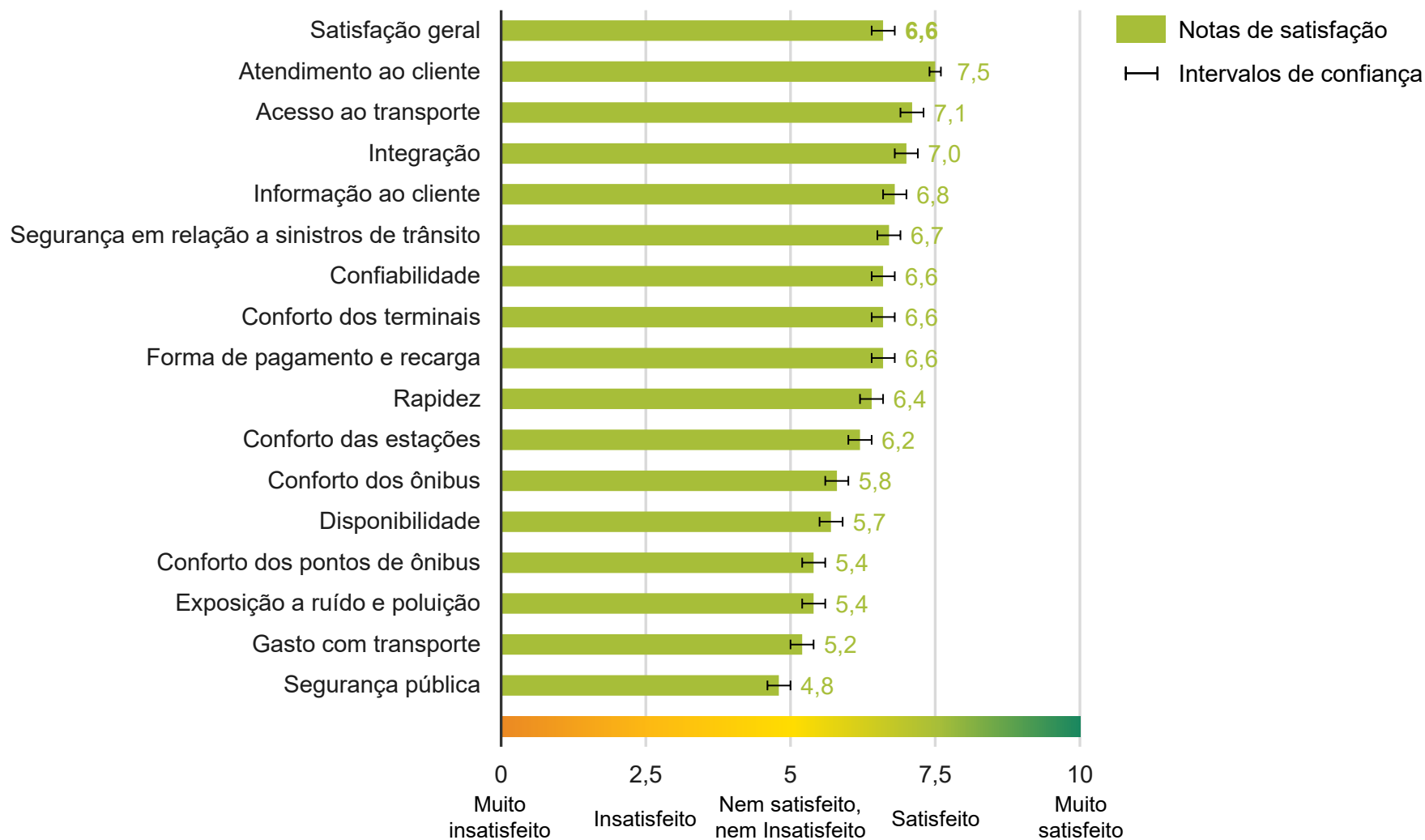
SATISFAÇÃO

Notas de satisfação e erros amostrais - Sistema completo



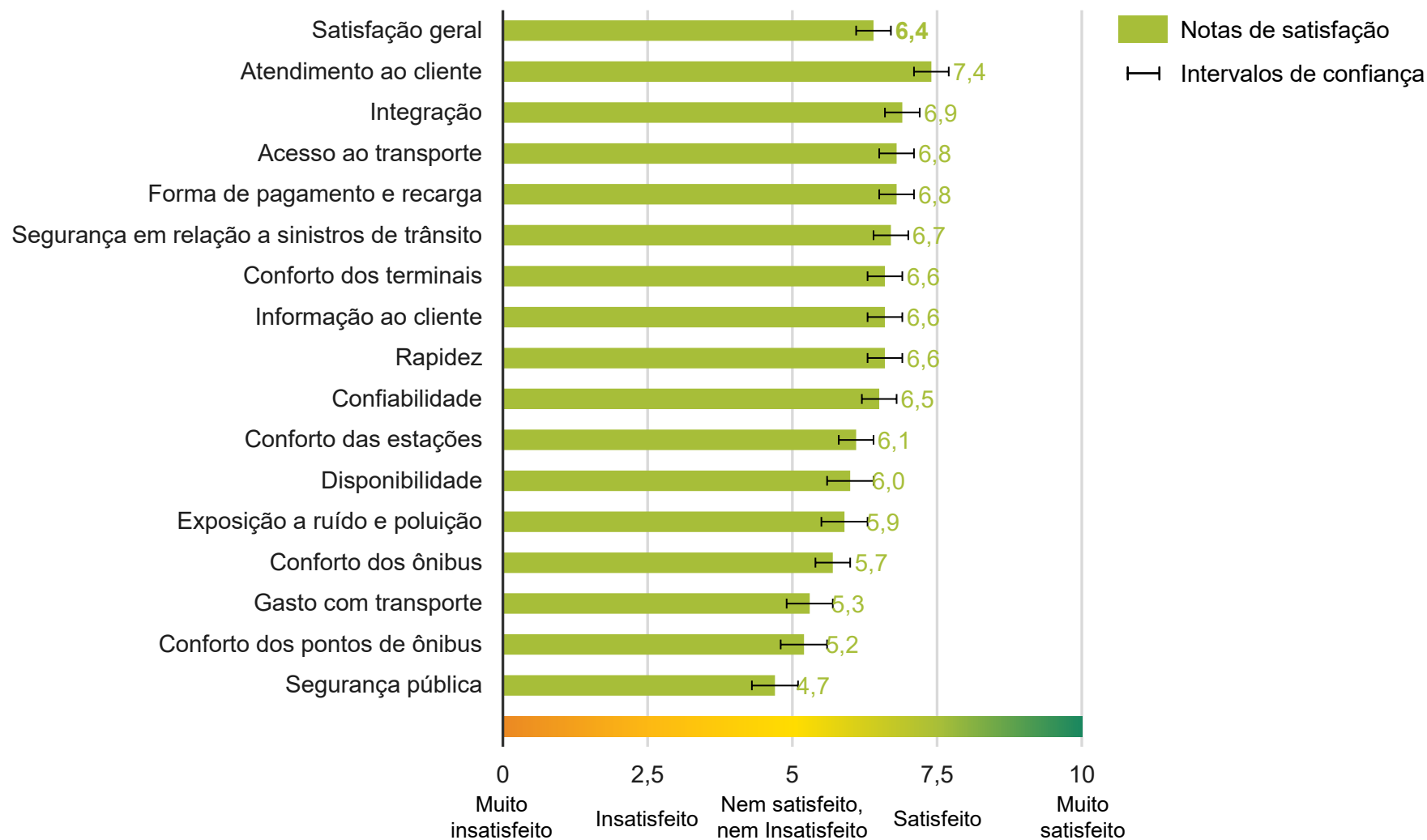
SATISFAÇÃO

Notas de satisfação e erros amostrais - Sistema convencional



SATISFAÇÃO

Notas de satisfação e erros amostrais - Sistema BRT

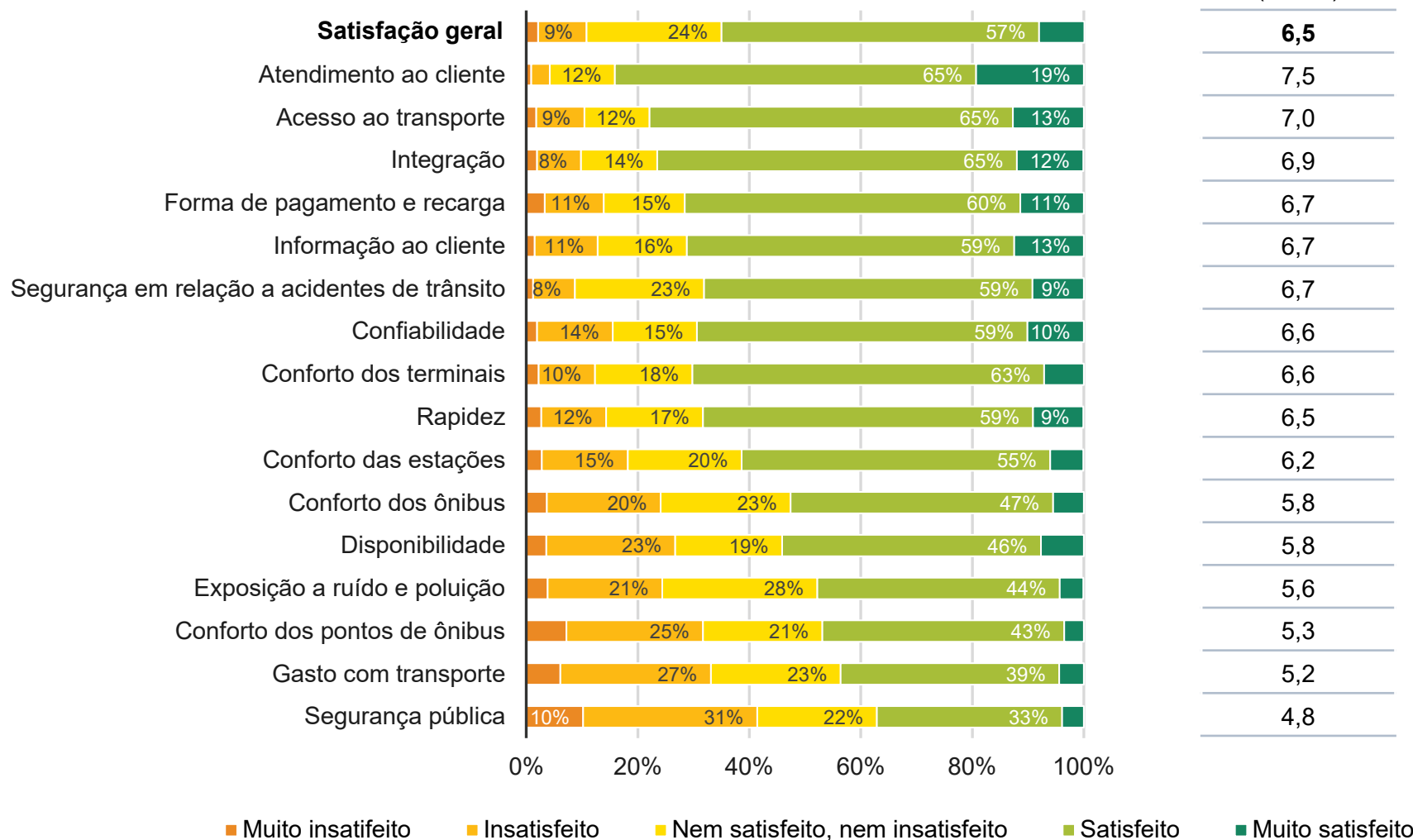


SATISFAÇÃO

- **Nota de Satisfação Geral: 6,5**
- Os fatores da qualidade com maior satisfação foram: **Atendimento ao Cliente (7,5)**, **Acesso ao Transporte (7,0)** e **Integração (6,9)**
- Os fatores da qualidade com menor satisfação foram: **Segurança pública (4,8)**, **Gasto com transporte (5,2)** e **Conforto dos pontos de ônibus (5,3)**

Nível de satisfação ou insatisfação em relação a:

Notas
(0 a 10)

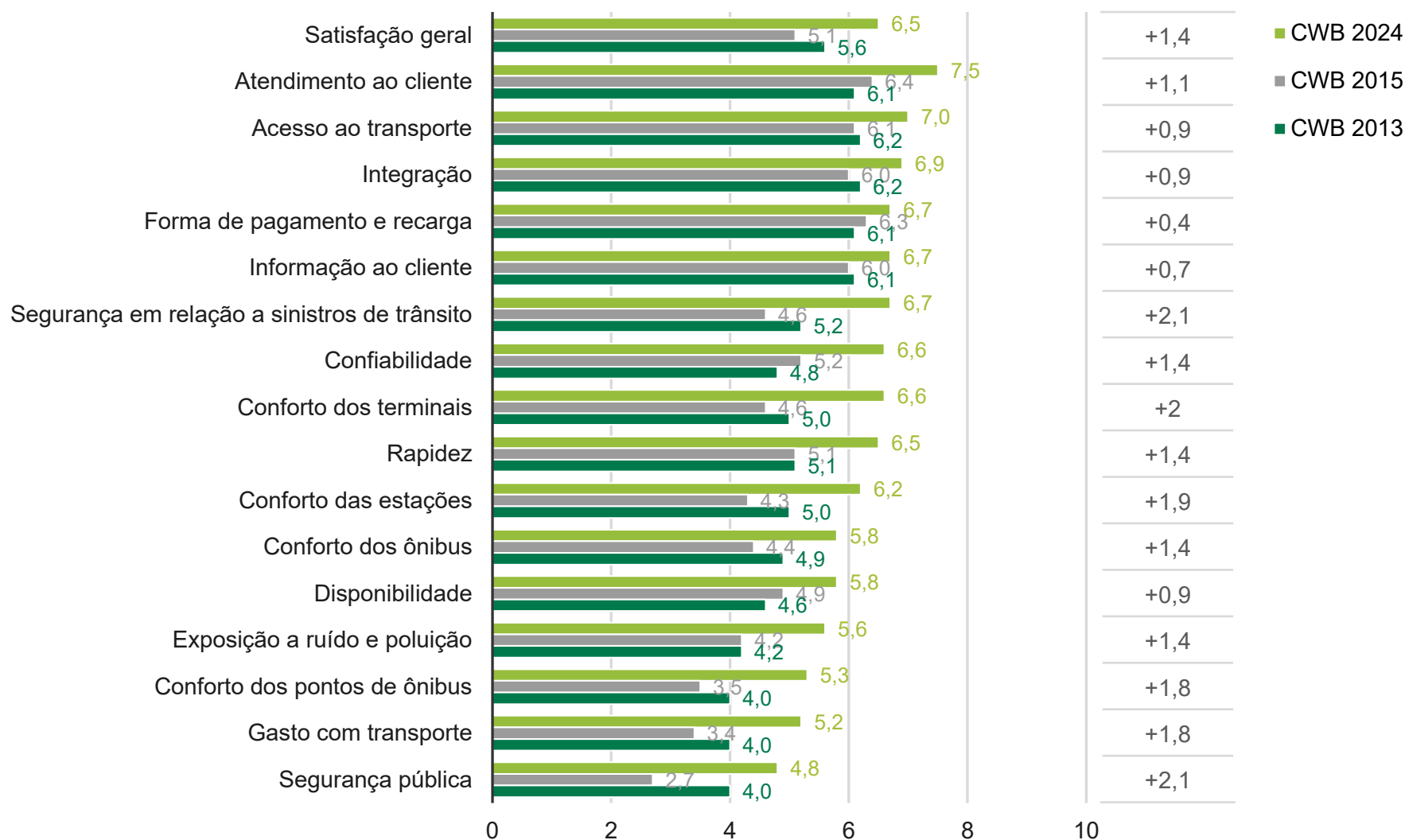


SATISFAÇÃO

- Ao comparar as notas de satisfação entre as pesquisas de 2024 e 2015 nota-se um aumento na satisfação com todos os fatores da qualidade, sendo uma variação expressiva na maioria deles
- As maiores diferenças ocorrem nas notas de **Segurança em relação a sinistros de trânsito (+2,1)**, **Segurança pública (+2,1)**, **Conforto dos terminais (+2,0)** e **Conforto das estações (+1,4)**

Notas de satisfação – Comparação entre anos

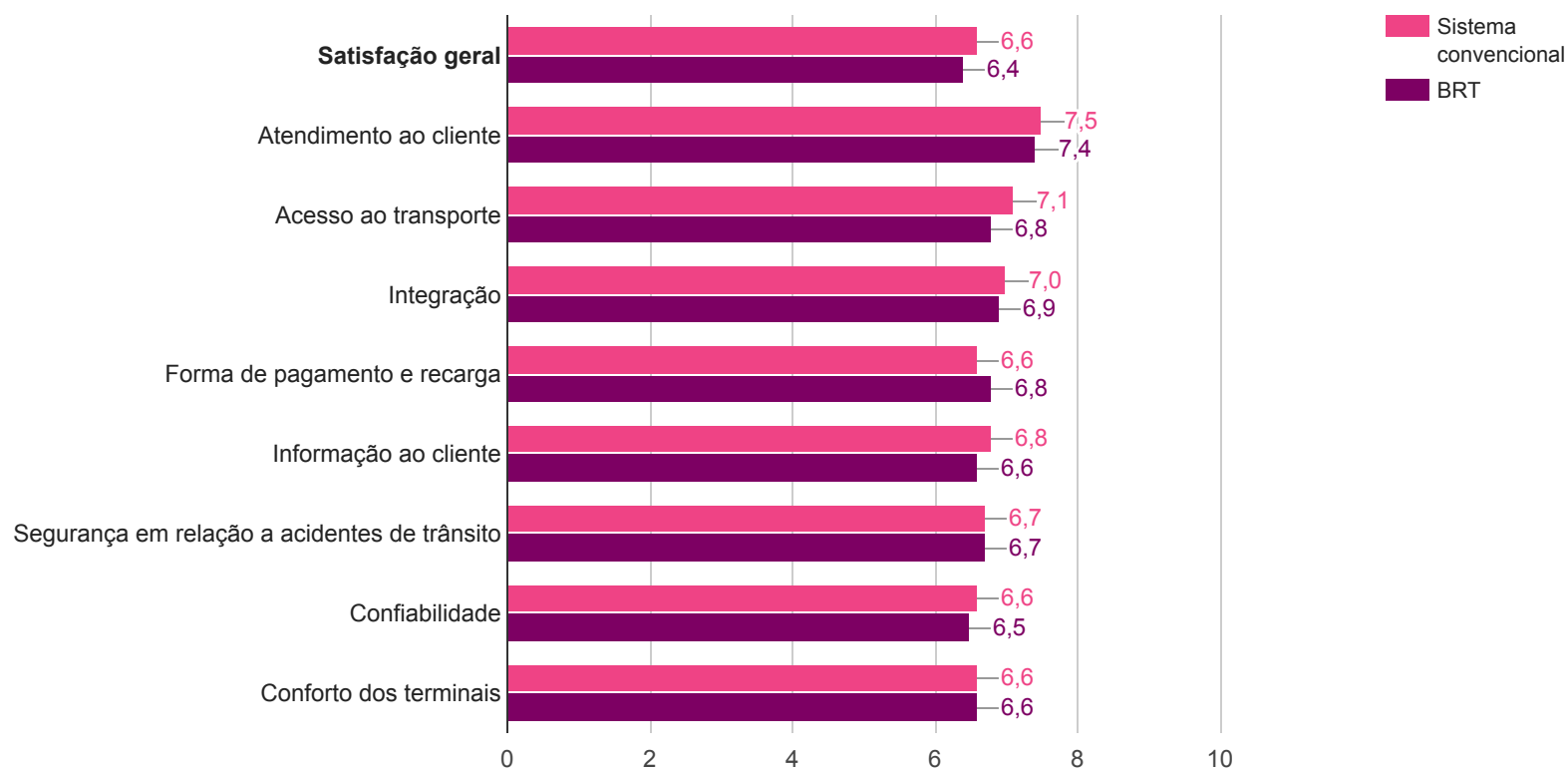
Diferença nas notas
de 2024 e 2015



SATISFAÇÃO

- Ao comparar as notas de satisfação entre o sistema convencional e o BRT, nota-se que, na maioria dos fatores, não há diferença considerável entre as notas
- No fator de Exposição a ruído e poluição houve uma diferença de 0,5 entre os clientes do Sistema convencional e BRT (5,4 e 5,9, respectivamente)

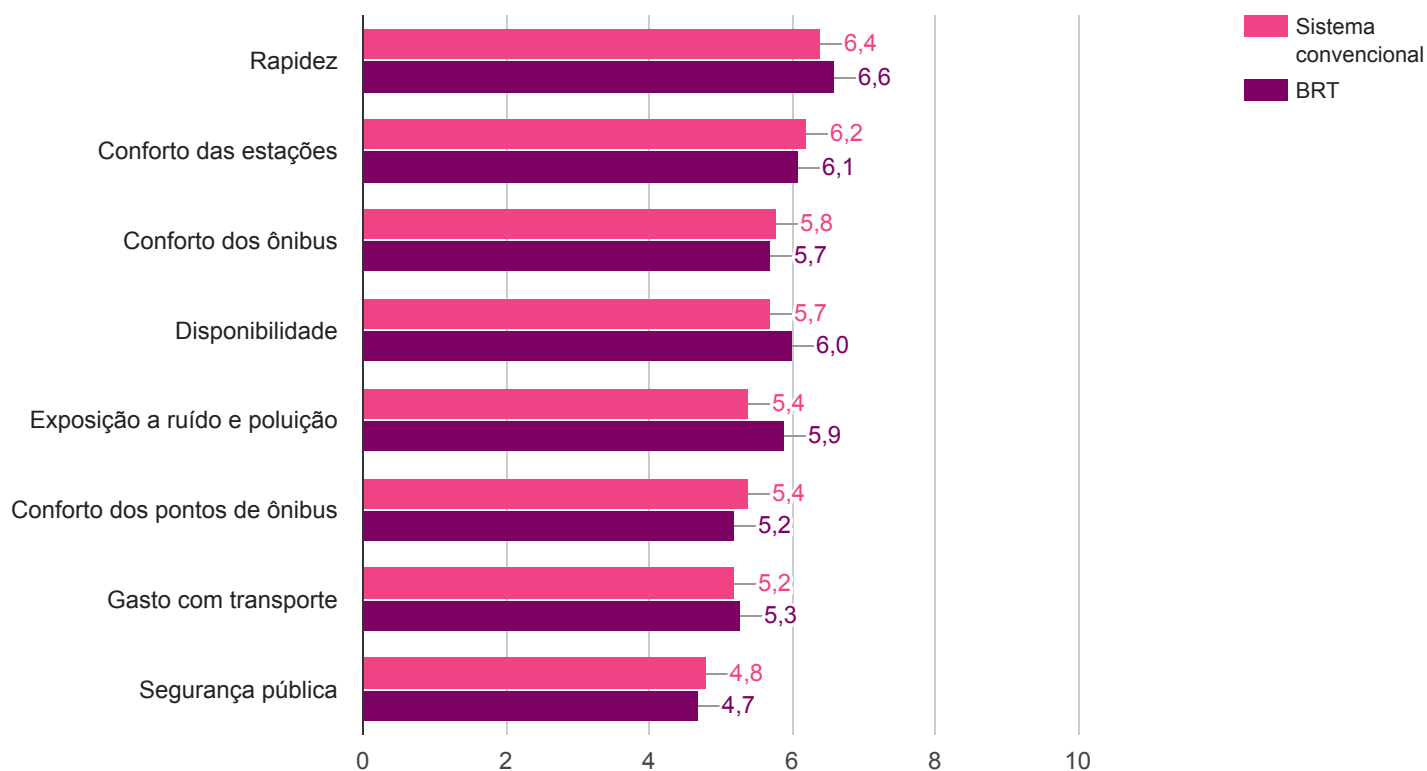
Nível de satisfação ou insatisfação em relação a: ★ (1/2)



SATISFAÇÃO

- Ao comparar as notas de satisfação entre o sistema convencional e o BRT, nota-se que, na maioria dos fatores, não há diferença considerável entre as notas
- No fator de Exposição a ruído e poluição houve uma diferença de 0,5 entre os clientes do Sistema convencional e BRT (5,4 e 5,9, respectivamente)

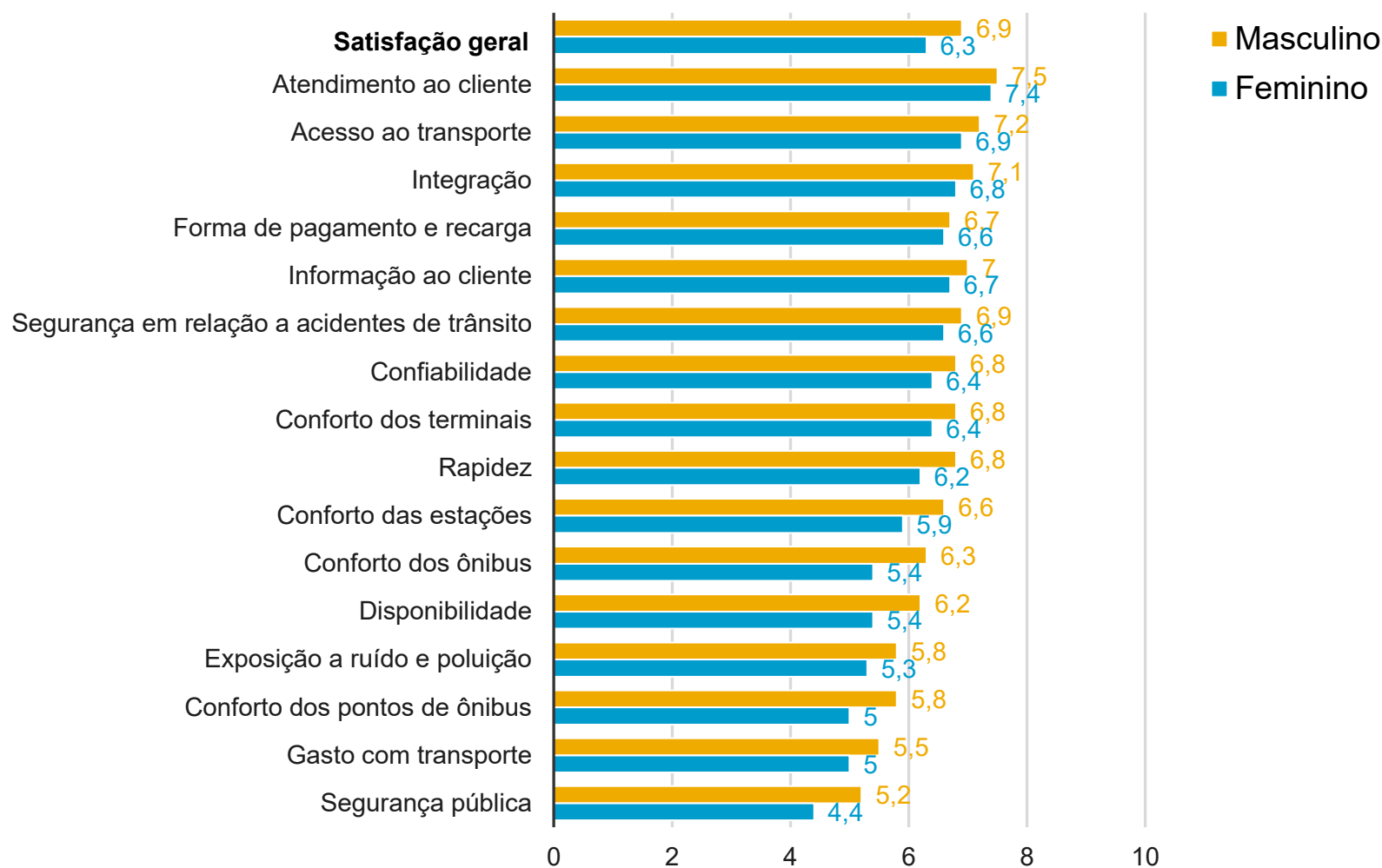
Nível de satisfação ou insatisfação em relação a: ★ (2/2)



SATISFAÇÃO

- Ao comparar as notas de satisfação entre homens e mulheres, nota-se que, em todos os fatores, os homens estão mais satisfeitos
- A maior diferença nas notas de satisfação entre homens e mulheres é de 0,9 em relação ao **Conforto dos ônibus** (6,3 e 5,4, respectivamente)
- Também destaca-se a diferença de 0,8 em relação à **Disponibilidade** (6,2 para homens e 5,4 para mulheres), **Conforto dos pontos de ônibus** (5,8 e 5,0) e **Segurança pública** (5,2 e 4,4)

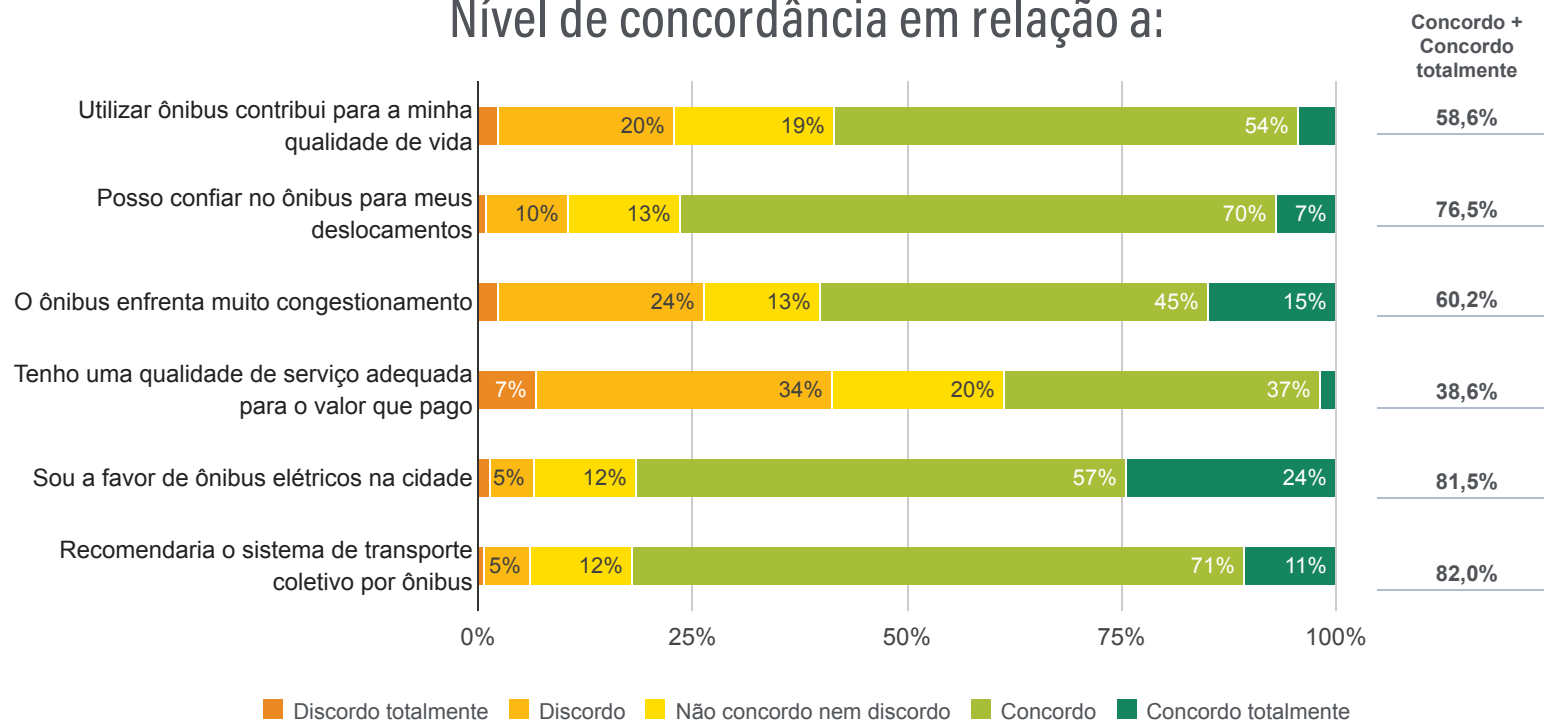
Nível de satisfação ou insatisfação em relação a:



CONCORDÂNCIA

- 81,5% dos clientes são a favor de ônibus elétricos na cidade
- 82% recomendariam o sistema de transporte coletivo por ônibus

Nível de concordância em relação a:

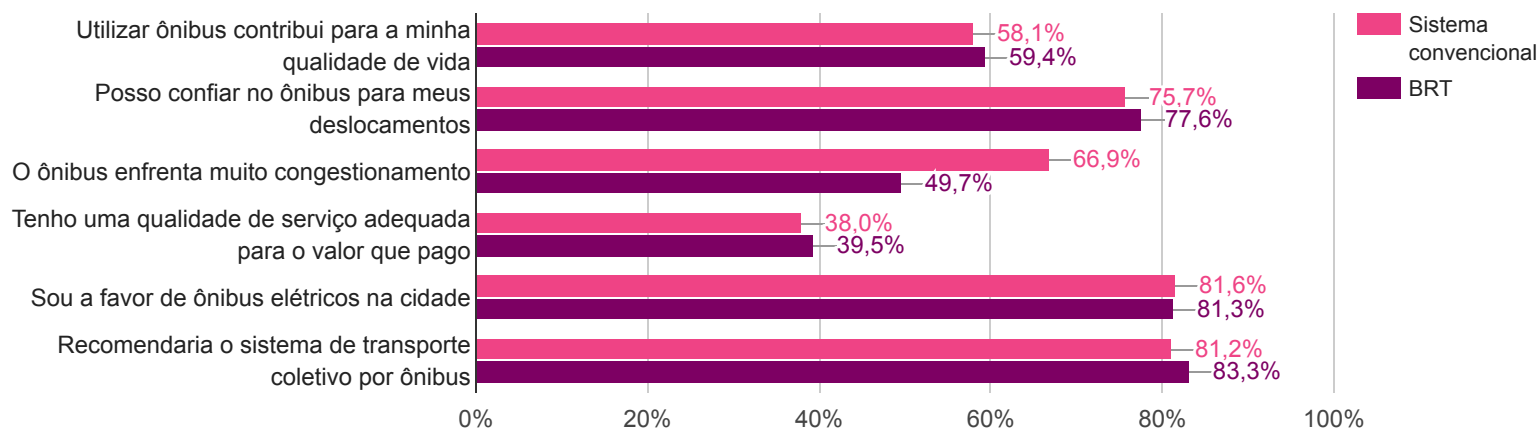


CONCORDÂNCIA

- Nota-se que 67% dos clientes do Sistema convencional concordam que **o ônibus enfrenta muito congestionamento**, contrastando com os 50% dos clientes do BRT que concordam com o mesmo
- Nas demais perguntas, não há grande diferenciação entre porcentagens

Nível de concordância em relação a:★

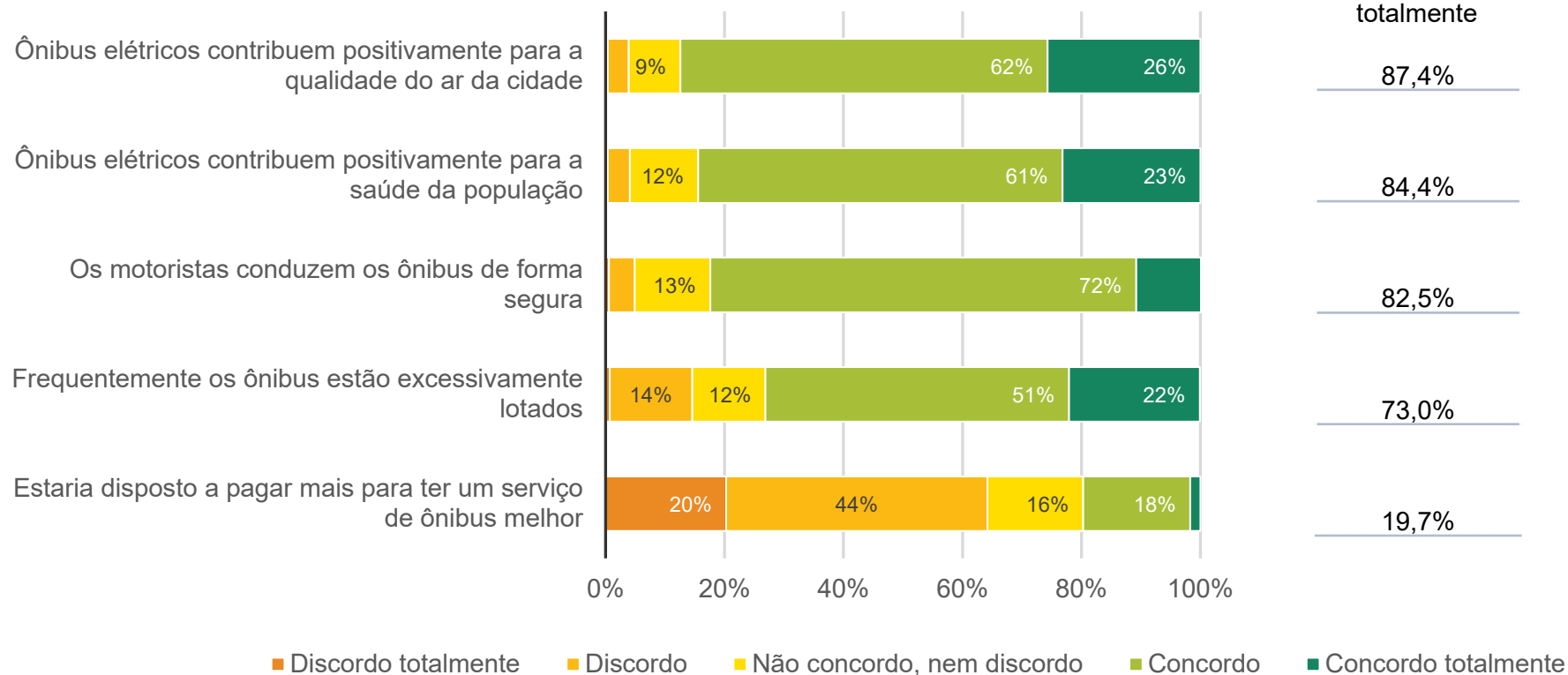
Concordo + Concordo totalmente



CONCORDÂNCIA

- 64,2% dos **clientes discordam ou discordam totalmente** que **estariam dispostos a pagar mais para ter um serviço de ônibus melhor**
- 84,4% dos clientes **concordam ou concordam totalmente** que **ônibus elétricos contribuem positivamente para a saúde da população**
- 87,4% dos clientes **concordam ou concordam totalmente** que **ônibus elétricos contribuem positivamente para a qualidade do ar da cidade**

Nível concordância em relação a:

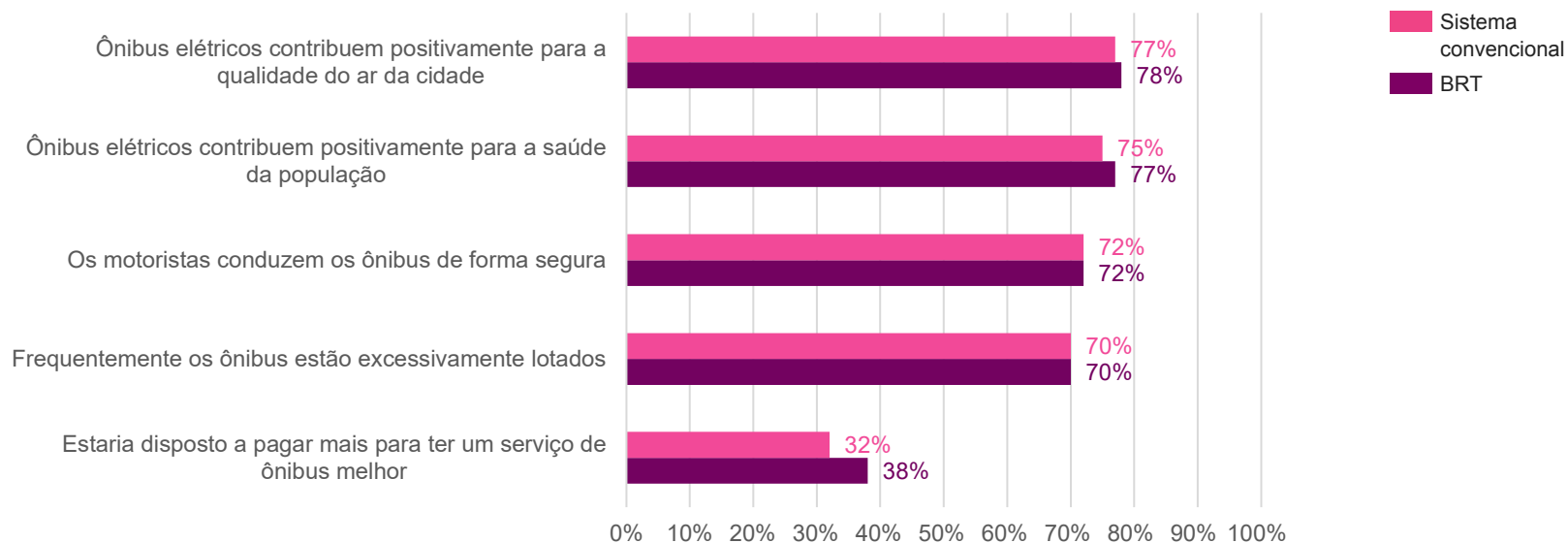


CONCORDÂNCIA

- Observa-se que os clientes do BRT **estariam mais dispostos a pagar mais para ter um serviço de ônibus melhor**

Nível de concordância em relação a:★

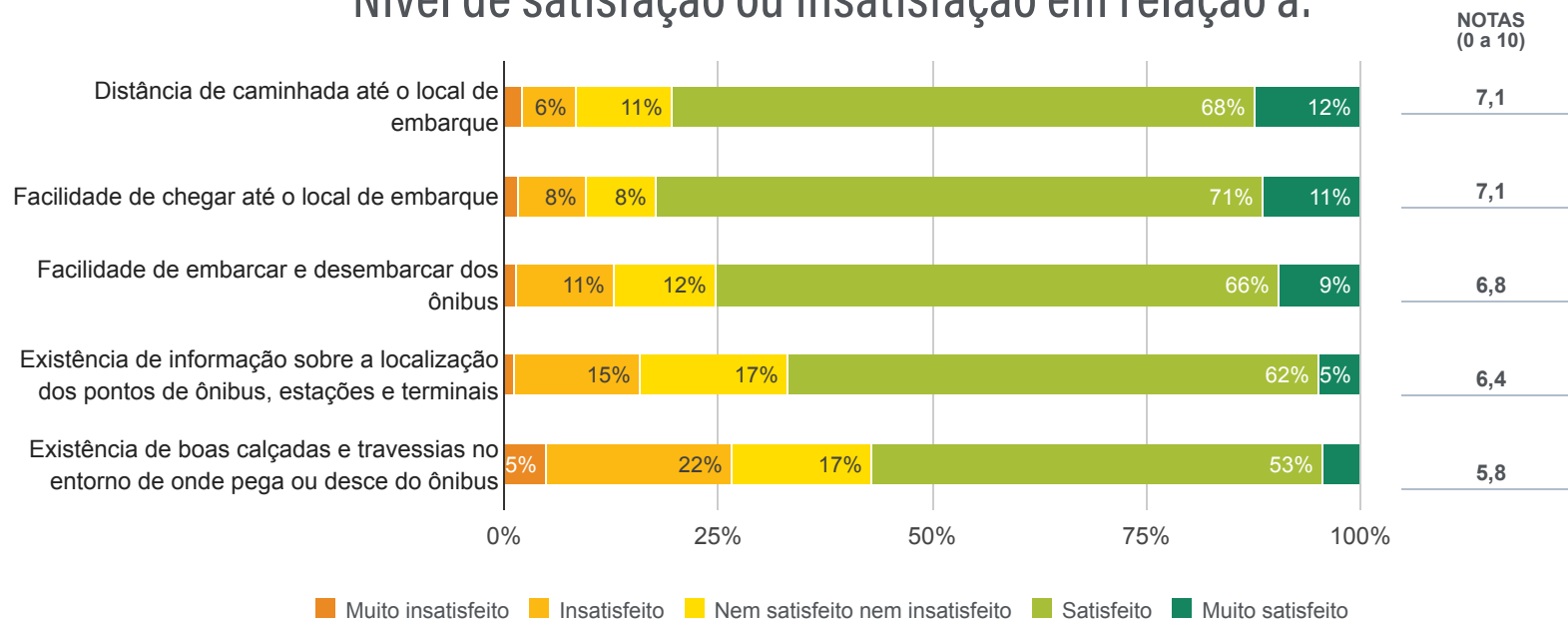
Concordo + Concordo totalmente



ACESSO AO TRANSPORTE

- O elemento de **Acesso ao Transporte** com maior satisfação foi **Distância de caminhada até o local de embarque** (7,1)
- O elemento de **Acesso ao Transporte** com menor satisfação foi **Existência de boas calçadas e travessias no entorno de onde pega ou desce do ônibus** (5,8)

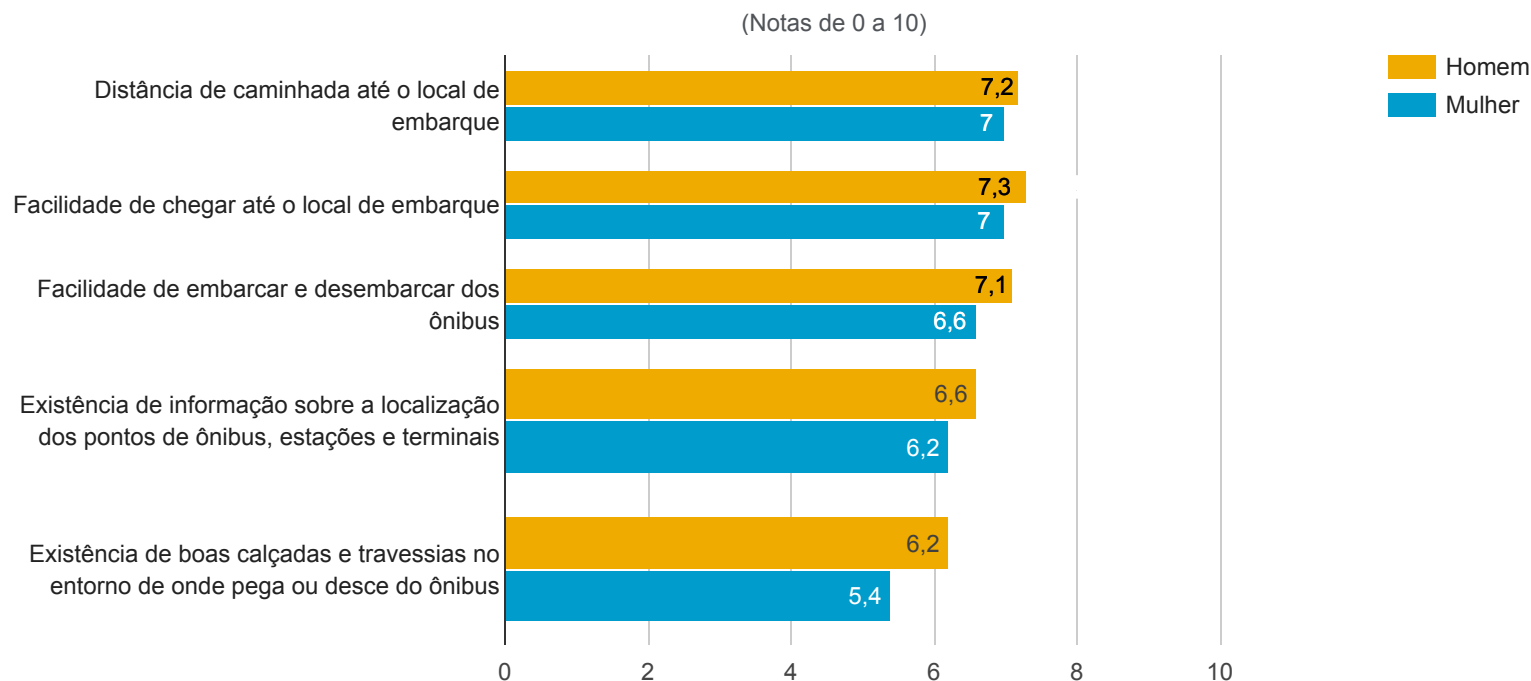
Nível de satisfação ou insatisfação em relação a:



ACESSO AO TRANSPORTE

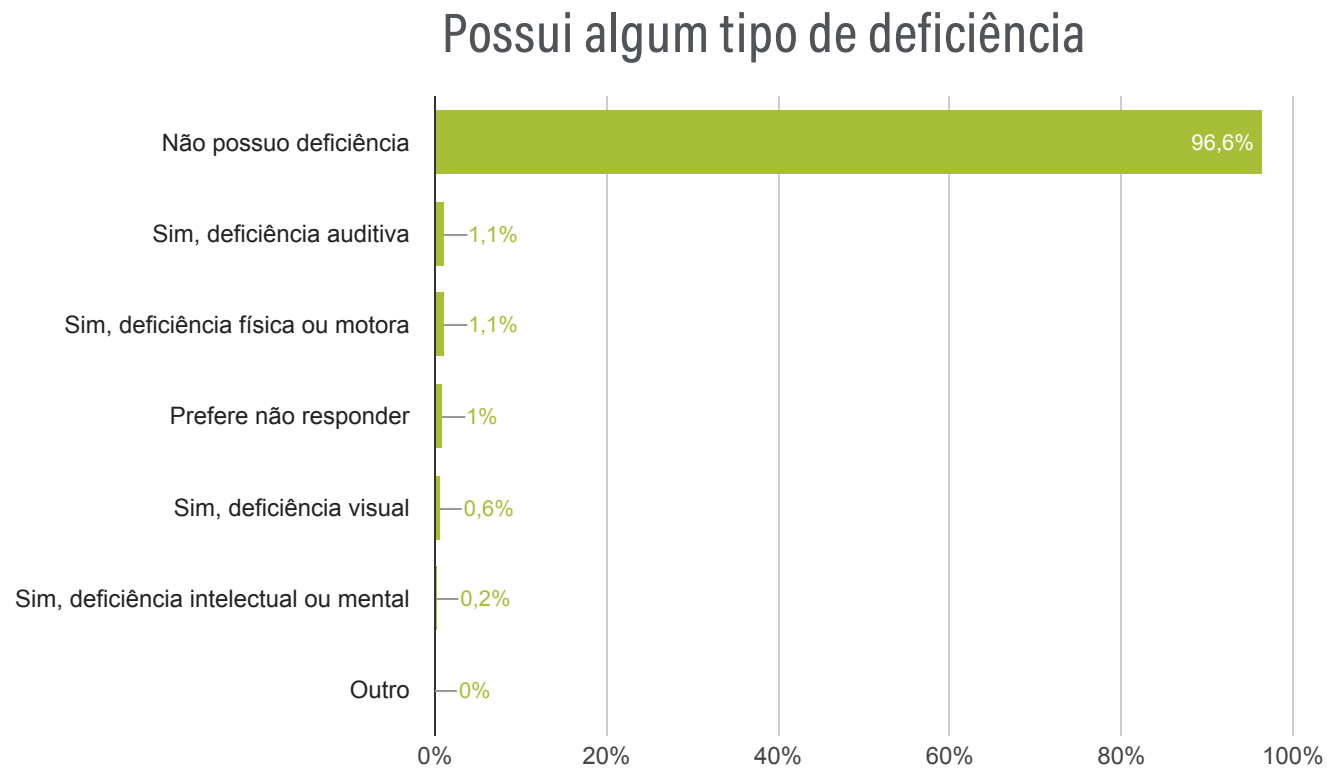
- Ao comparar as notas de satisfação de **Acesso ao transporte** entre homens e mulheres, nota-se que, em todos os critérios, os homens são mais satisfeitos
- O elemento como menor satisfação entre homens e mulheres foi **Existência de boas calçadas e travessias no entorno de onde pega ou desce do ônibus** (6,2 e 5,4, respectivamente)
- A maior diferença nas notas de satisfação de **Acesso ao transporte** entre homens e mulheres é de 0,8 em relação a **Existência de boas calçadas e travessias no entorno de onde pega ou desce do ônibus** (6,2 e 5,4, respectivamente)

Nível de satisfação ou insatisfação em relação a: ★



ACESSO AO TRANSPORTE

- 3% dos clientes possuem algum tipo de deficiência

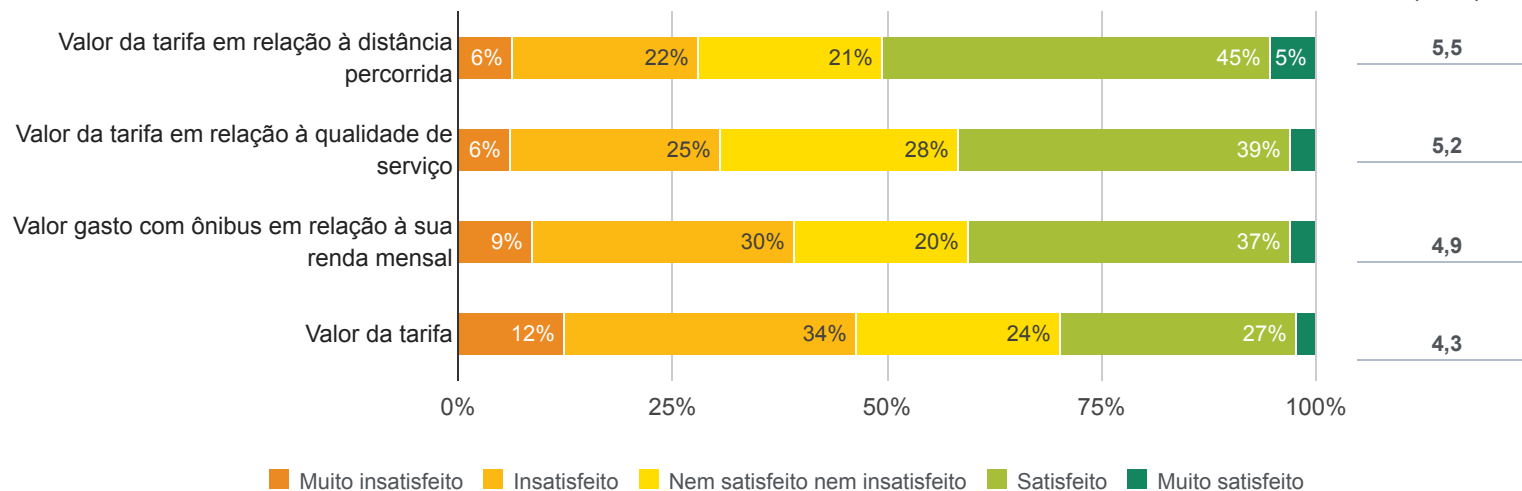


GASTO COM TRANSPORTE

- Em relação ao **Gasto com transporte**, a maior satisfação é com o *Valor da tarifa em relação à distância percorrida* (5,5)
- A menor satisfação é com o *Valor da tarifa* (4,3)

Nível de satisfação ou insatisfação em relação a:

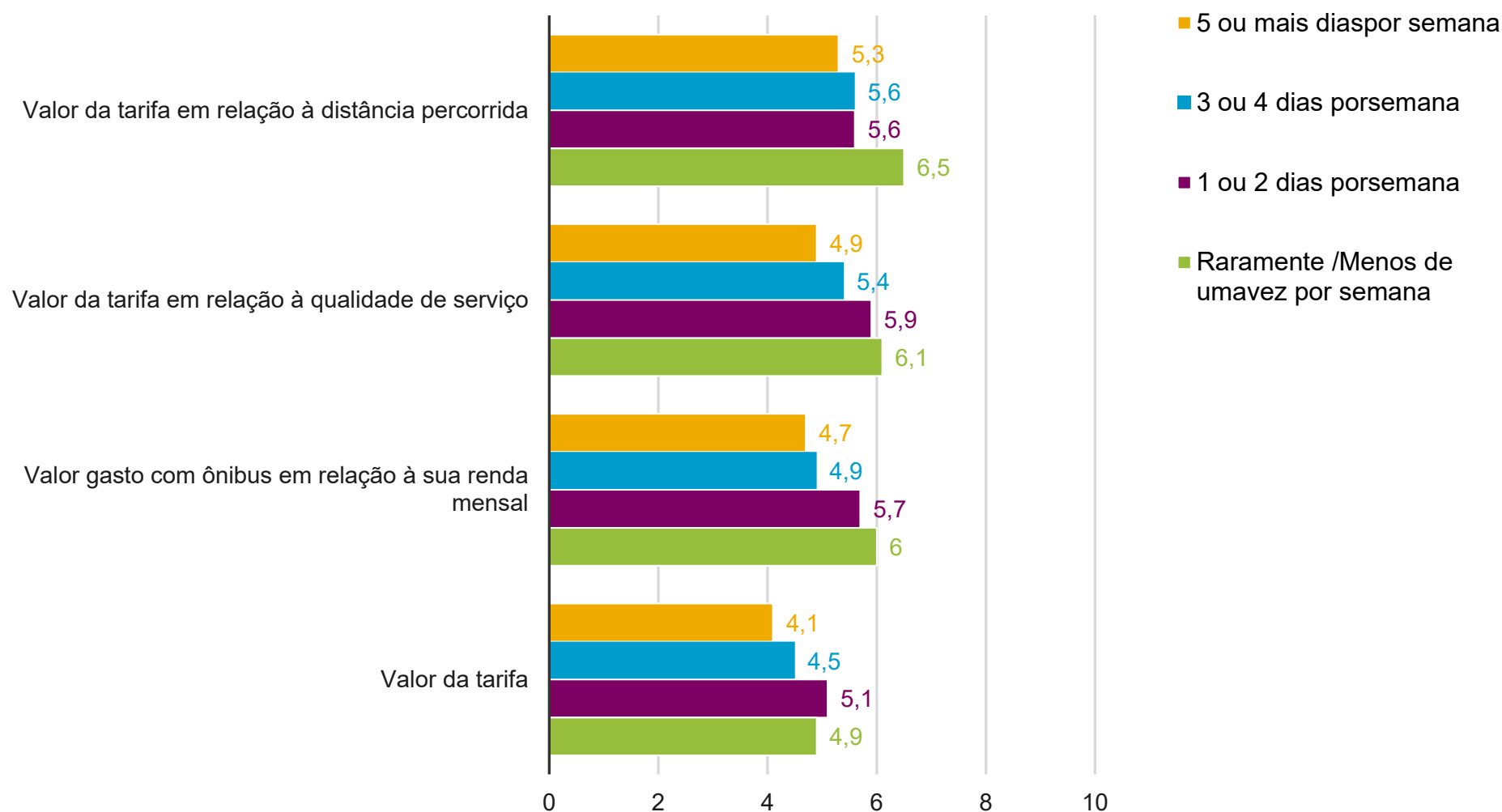
NOTAS
(0 a 10)



GASTO COM TRANSPORTE

- Clientes que utilizam o ônibus com **mais frequência** tendem a estar **mais insatisfeitos** com o gasto com transporte

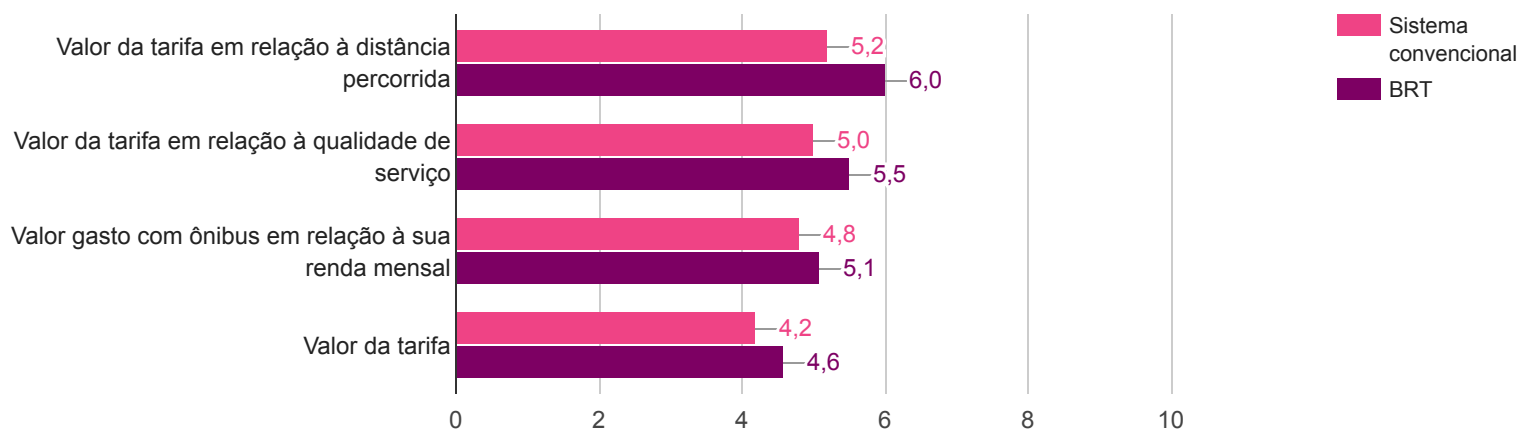
Nível de satisfação ou insatisfação em relação a:



GASTO COM TRANSPORTE

- Os clientes do BRT são mais satisfeitos com o **Valor da tarifa em relação à distância percorrida**
- Os mesmos também são mais satisfeitos com o **Valor da tarifa em relação à qualidade de serviço**

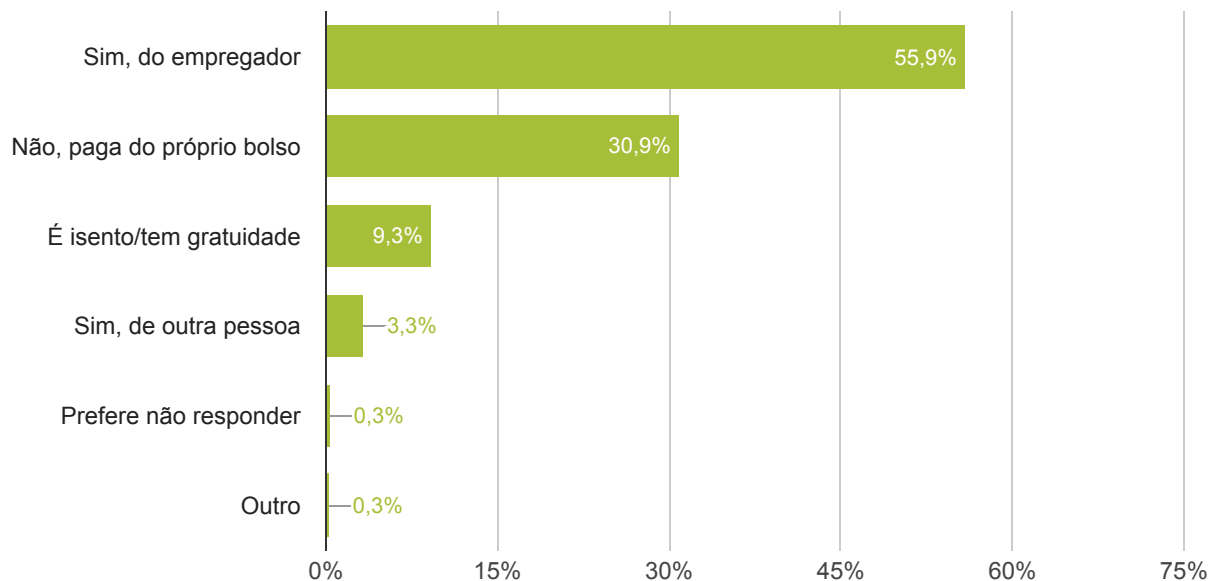
Nível de satisfação ou insatisfação em relação a:★



GASTO COM TRANSPORTE

- Cerca de 55% dos clientes recebem auxílio do empregador para arcar com os custos da tarifa
- Cerca de 30% dos clientes pagam do próprio bolso

Recebe algum auxílio para arcar com os custos da tarifa



OPORTUNIDADES IDENTIFICADAS E PRÓXIMAS ETAPAS

OPORTUNIDADES

- O **Conforto dos pontos de ônibus** foi um dos fatores da qualidade com menor nota de satisfação (5,3). Ações de qualificação voltadas a esse tema são importantes para contribuir com a qualidade do serviço, visto que os pontos de ônibus são o primeiro contato dos clientes com o sistema de transporte coletivo.
 - Ao planejar ações de qualificação voltadas a essa temática, é importante realizar pilotos para prever possíveis melhorias antes que a ação seja implementada em larga escala. Também é importante que as ações de melhoria estejam distribuídas geograficamente, incluindo regiões periféricas, a fim de garantir a qualificação para grupos menos favorecidos.

OPORTUNIDADES

- **Gasto com transporte e Segurança Pública** foram dois dos fatores da qualidade com menor satisfação (5,2 e 4,8, respectivamente).
- No que diz respeito à **Segurança Pública**, destaca-se que a implementação de programas voltados para a segurança das paradas de ônibus pode contribuir significativamente para a melhoria deste aspecto da qualidade. Esses programas podem incluir elementos que aumentam a percepção de segurança dos usuários, como iluminação, câmeras de vigilância e rondas policiais.
 - Boas práticas relacionadas à temática foram desenvolvidas em cidades como Porto Alegre, onde existe uma delegacia especializada em crimes no transporte coletivo. Outras ações mencionadas no Relatório de Boas Práticas incluem a Operação Viagem Segura em Belo Horizonte e as melhorias na segurança dos veículos e terminais em Fortaleza, que também podem ser interessantes.
 - Em relação ao fator **Gasto com transporte**, destacam-se as Boas Práticas que envolvem política tarifárias diferenciadas, como o Passe Livre do Trabalhador e a Meia Tarifa, iniciativas da Região Metropolitana de Goiânia que tornam o transporte mais acessível e incentivam seu uso regular. Já a Meia Passagem aos domingos, implementada em Salvador, também contribuiu para a redução de custos para os usuários.

OPORTUNIDADES

- Em relação ao **Acesso ao Transporte**, a satisfação com a distância de caminhada até o local de embarque é relativamente alta, com nota de 7,1, mas a existência de boas calçadas e travessias no entorno dos pontos de ônibus tem uma nota mais baixa, de 5,8. Portanto, melhorias na infraestrutura ao redor dos pontos de ônibus podem aumentar a satisfação dos usuários e facilitar o acesso ao transporte público.

PRÓXIMAS ETAPAS SUGERIDAS

- A Pesquisa de Satisfação tem por objetivo contribuir para a qualificação do transporte coletivo por ônibus.
- Seus resultados podem compor um diagnóstico do sistema a fim de permitir que técnicos e tomadores de decisão envolvidos com planejamento, gestão e operação do serviço tenham melhor entendimento das percepções dos clientes.
- A partir disso, há potencial para a criação de um processo contínuo de melhoria da qualidade, ilustrado na figura ao lado.



PRÓXIMAS ETAPAS SUGERIDAS

- Buscando facilitar o uso dos resultados como base para qualificação do transporte coletivo, o WRI Brasil disponibiliza, em conjunto deste relatório, um **documento com recomendações de como implementar cada uma das etapas** listadas anteriormente, bem como uma **planilha que elenca pontos importantes a serem considerados durante o mapeamento de ações**.
- **O planejamento de ações de qualificação é uma contrapartida para o apoio do WRI em aplicações futuras da pesquisa.** Não é necessário que esse planejamento seja feito através da planilha, ela busca facilitar esse processo, mas cada cidade/instituição pode adotar as ferramentas que considerar mais pertinentes.
- Independentemente da ferramenta adotada, o WRI Brasil incentiva o planejamento dessas ações de forma a contribuir com a melhoria do transporte coletivo, **promovendo um serviço com cada vez mais qualidade e que atenda às necessidades e desejos da população**.
- O WRI Brasil se coloca à disposição para auxiliar na discussão e interpretação dos resultados da pesquisa, bem como no mapeamento e planejamento de ações.



PESQUISA DE SATISFAÇÃO QUALIÔNIBUS

RELATÓRIO DA PESQUISA DO SISTEMA DE ÔNIBUS
MUNICIPAL DE CURITIBA- 2024

Equipe técnica WRI Brasil

Guillermo Petzhold, Coordenador de Transportes

Mariana Müller Barcelos, Analista Sênior de Eletromobilidade

Henrique Cabral, Analista de Mobilidade Urbana

Lourenço Valentini, Estagiário de Mobilidade Urbana

Ana Luísa Guilherme, Estagiária de Mobilidade Urbana

Edson Guimarães, Estagiário de Mobilidade Urbana

Equipe Curitiba/URBS

Ogeny Pedro Maia Neto, Presidente

Aldemar Venâncio Martins Neto, Diretor de Operações

Claudinei Cristiano Moro, Gestor da área de Fiscalização do Transporte Coletivo

Sérgio Luís de Oliveira, Gestor da área de Operação do Transporte Coletivo

Geovane Ribeiro da Silva, Coordenador da Unidade de Fiscalização do Transporte Coletivo

Clodoaldo Queiroz Valentim, Coordenador do Centro de Controle Operacional

Alex Debortoli, Coordenador da Unidade do Planejamento do Transporte Coletivo