



WRI BRASIL

PESQUISA DE SATISFAÇÃO QUALIÔNIBUS

RELATÓRIO DA PESQUISA DO SISTEMA DE ÔNIBUS
MUNICIPAL DE CURITIBA – 2025/2

Outubro, 2025

Um produto do WRI Brasil

FOTO: JOSÉ FERNANDO OGURA / SMCS



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



WRI BRASIL

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.



WRI BRASIL

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



WRI BRASIL

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



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 2025

- Universo: clientes do sistema de ônibus municipal de Curitiba
- Período de pesquisa: 15 de setembro de 2025 a 26 de setembro de 2025
- Equipe de pesquisa em campo: 49 pesquisadores próprios da URBS (equipe de fiscais de transporte)
 - Treinamento dos pesquisadores: 11 de setembro de 2025 (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 operador 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). Em conversa com a Compasso, o desenho amostral foi construído apenas considerando o erro das variáveis de média.
- Tamanho da amostra: 958 entrevistados
 - Sistema convencional: 703
 - BRT: 255
- 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 – 09:29	31,1%	Pico manhã estendido
09:30 – 15:29	33,6%	Entre pico
16:00 – 19:29	34,9%	Pico tarde estendido
19:30 – 24:00	0%	Não pesquisado

LINHAS PESQUISADAS

- **106** linhas

- Sistema convencional

10	11	166	170	182	183	20	205	206	207	21	211	212	214	216	22
220	226	23	232	236	242	30	304	305	307	321	323	336	338	372	
380	40	465	466	475	50	505	506	507	508	515	528	531	532	533	
535	541	542	545	607	621	623	625	628	630	633	637	639	640	643	
644	650	652	653	654	658	665	674	680	684	685	700	701	702	703	
707	712	721	722	773	779	801	812	816	817	822	826	829	832	860	
870	876	901	912	917	924	X45									

- BRT

203	250	303	350	500	503	602	603
-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----

RESULTADOS

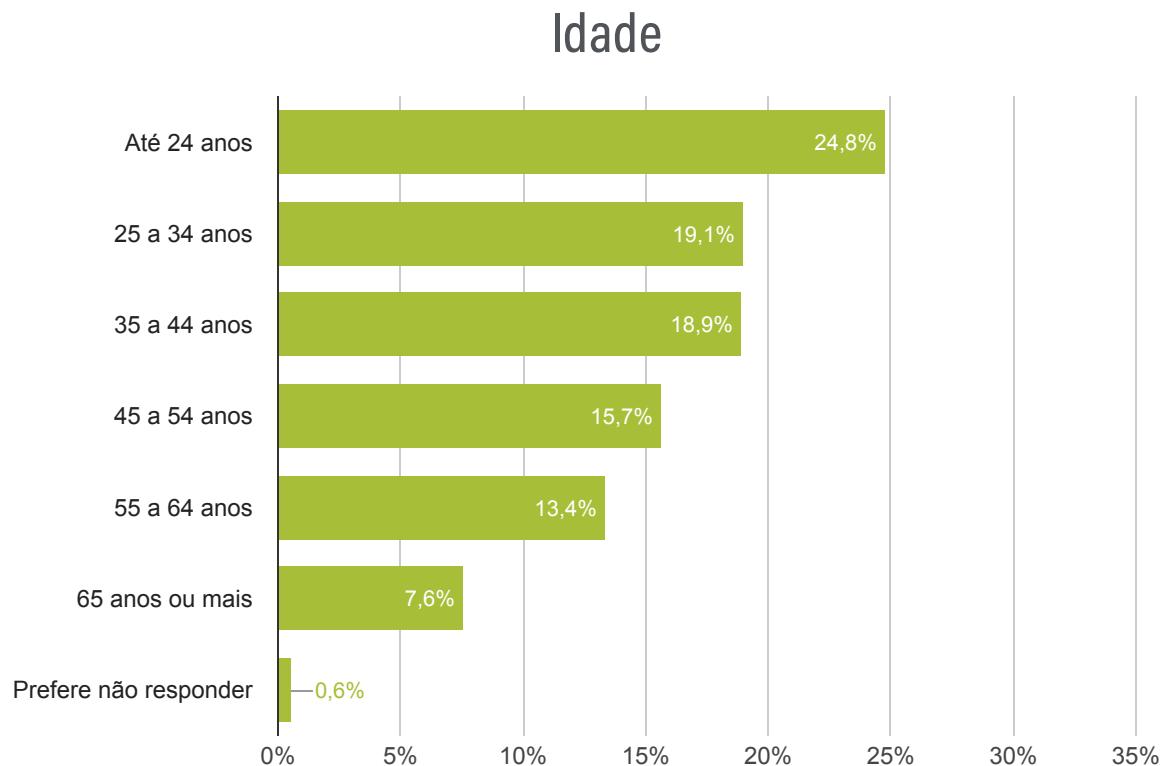
Pesquisa de Satisfação em Curitiba Outubro 2025

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.

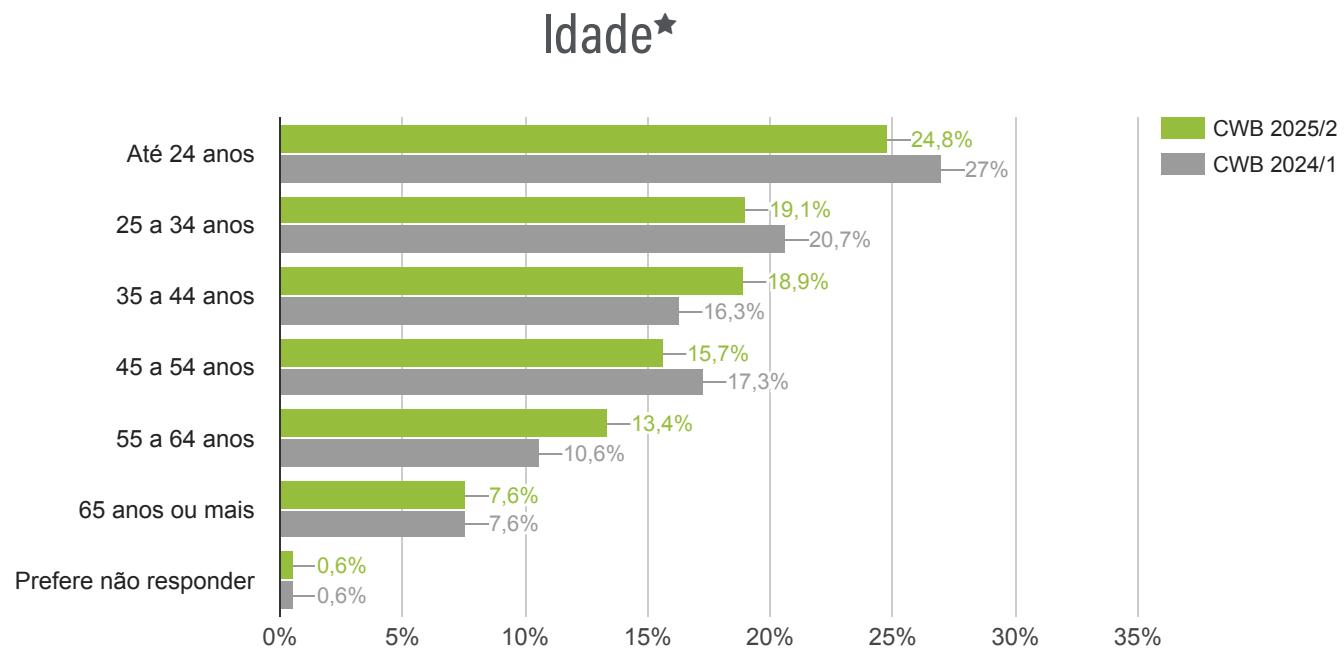
PERFIL DOS CLIENTES

- Aproximadamente 63% dos clientes possuem até 44 anos.



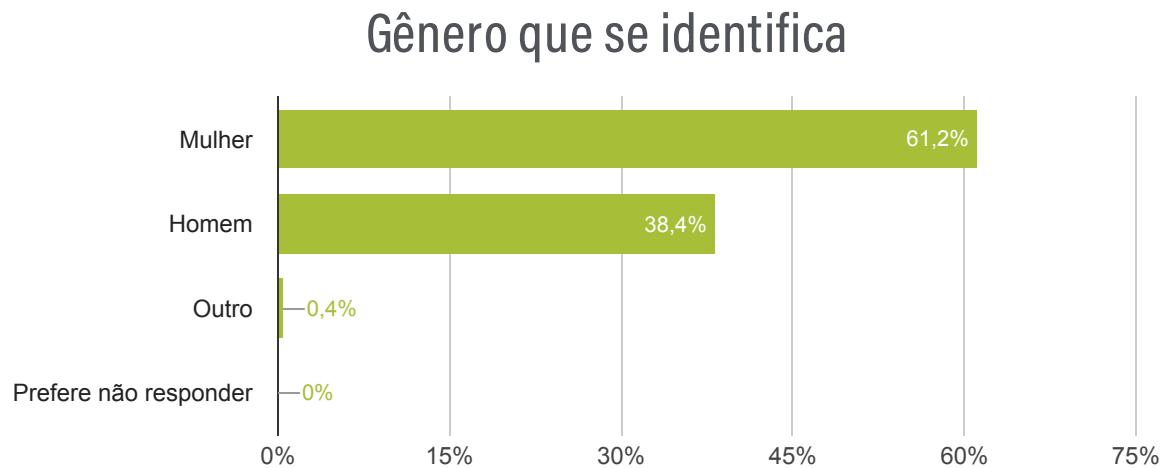
PERFIL DOS CLIENTES

- Na comparação entre as edições dos anos de 2024 e 2025, nota-se um aumento nos clientes na faixa de 55 a 64 anos, passando de 10,6% em 2024 para 13,4% em 2025 (+2,8%).



PERFIL DOS CLIENTES

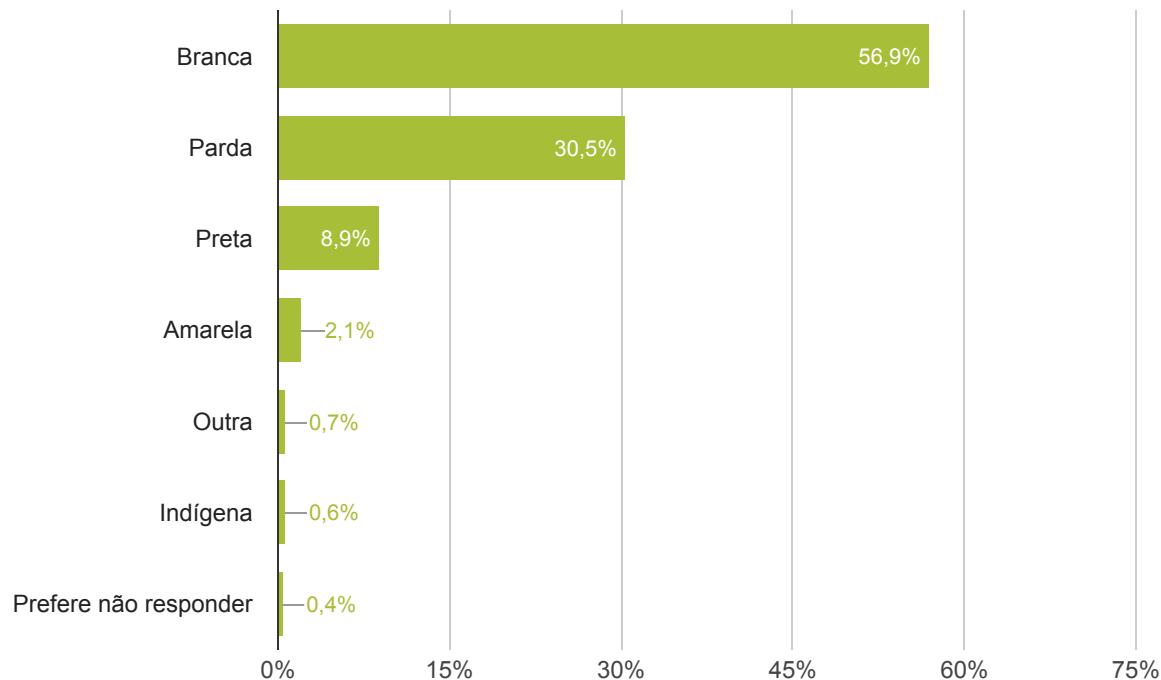
- A maioria dos clientes se identifica com o gênero feminino (61,2%).



PERFIL DOS CLIENTES

- 39,4% dos clientes se declaram pretos ou pardos, enquanto 56,9% se declaram brancos.

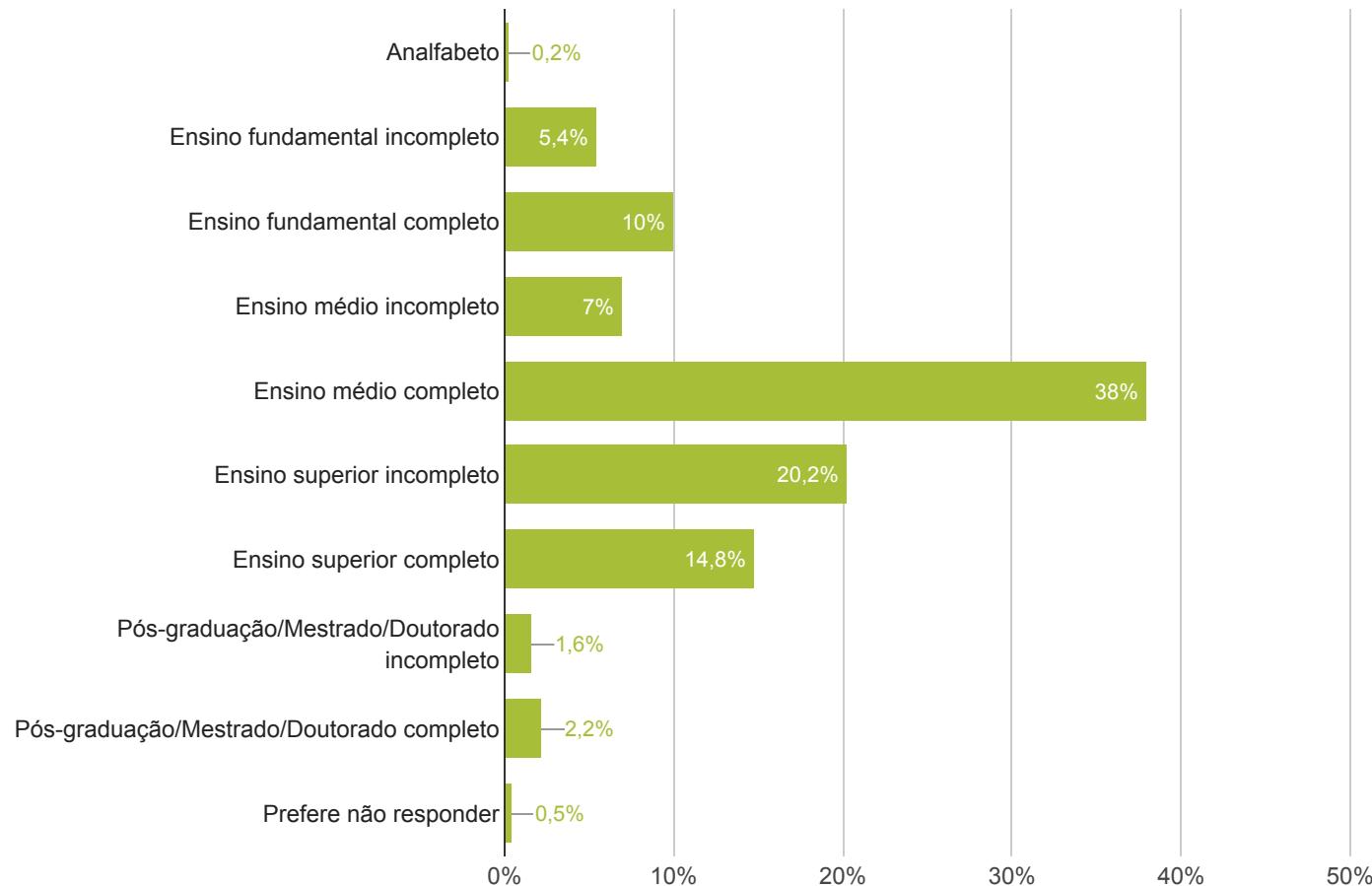
Cor/raça que se identifica



PERFIL DOS CLIENTES

- 60,6% dos clientes possuem escolaridade igual ou inferior a ensino médio completo.

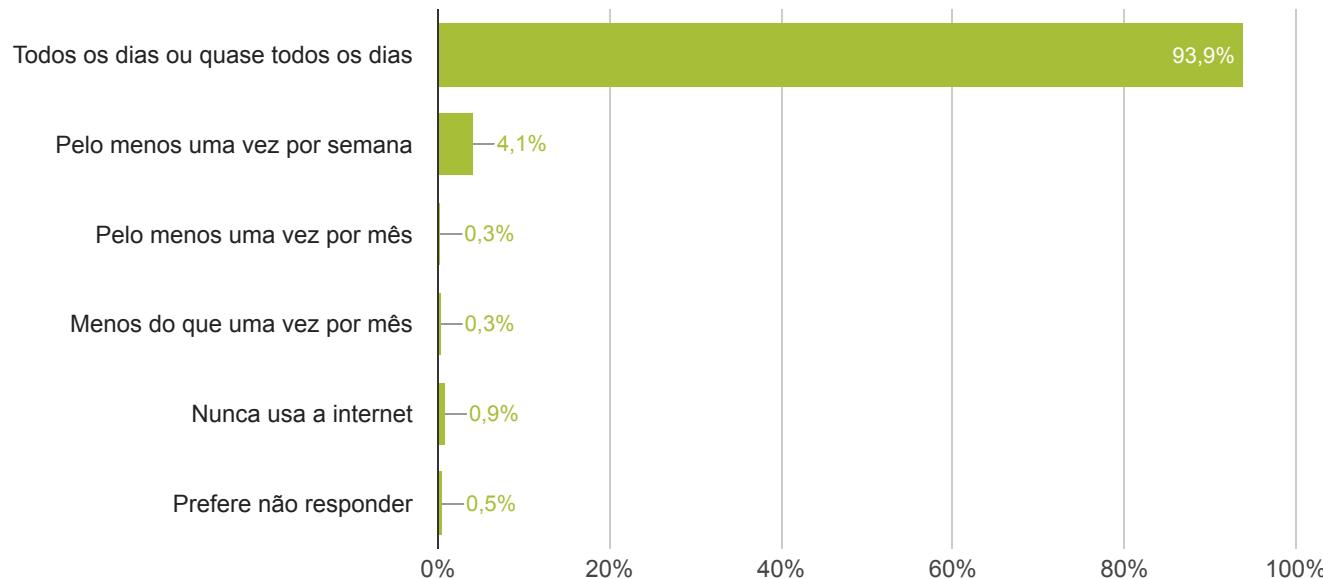
Escolaridade



PERFIL DOS CLIENTES

- Quase 94% dos clientes usam a internet todos os dias ou quase todos os dias e 0,9% dos clientes nunca usam a internet.

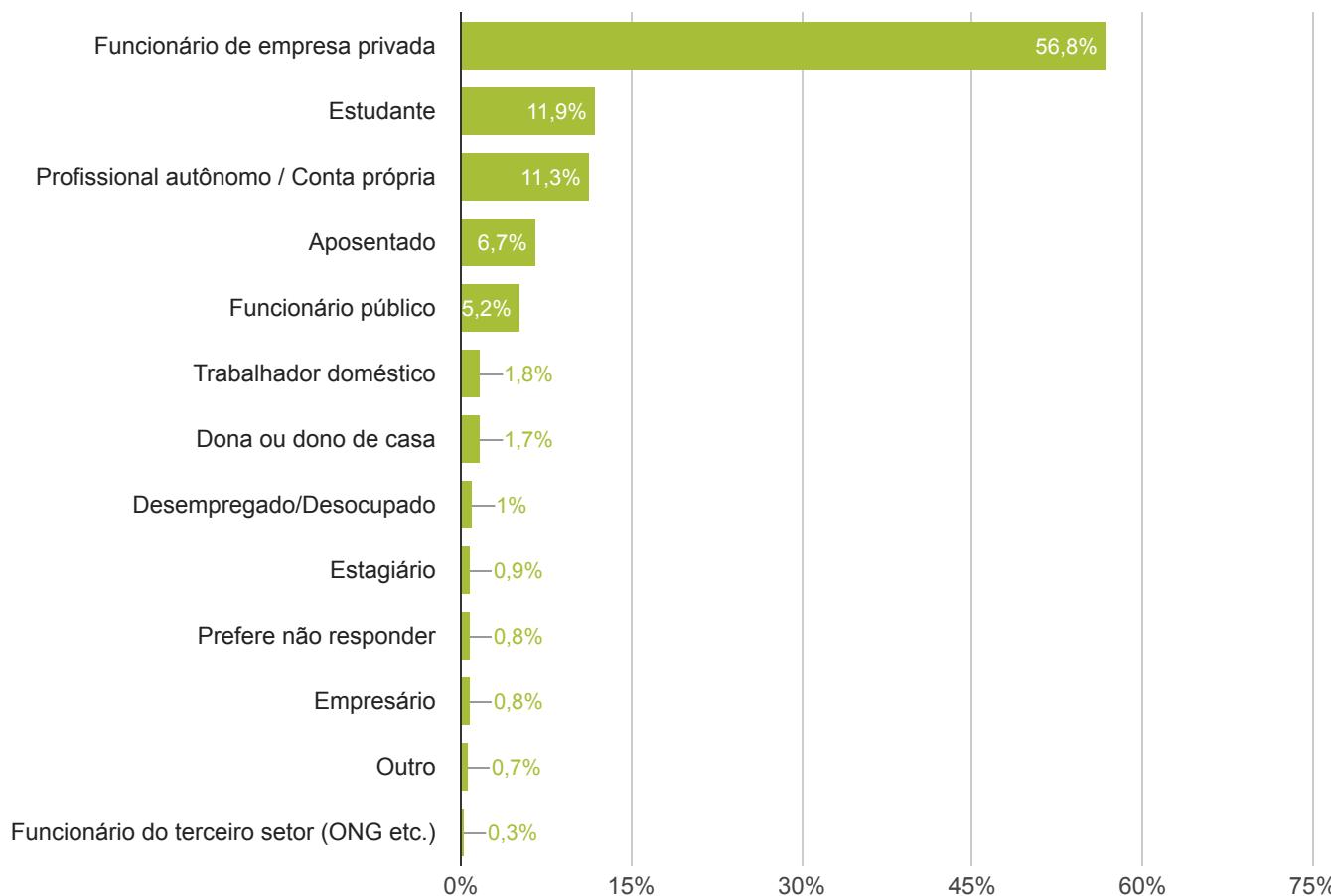
Uso da internet



PERFIL DOS CLIENTES

- A ocupação mais comum entre os clientes é **funcionário de empresa privada** (56,8%), seguido por **estudante** (11,9%), **profissional autônomo** (11,3%) e **aposentado** (6,7%).

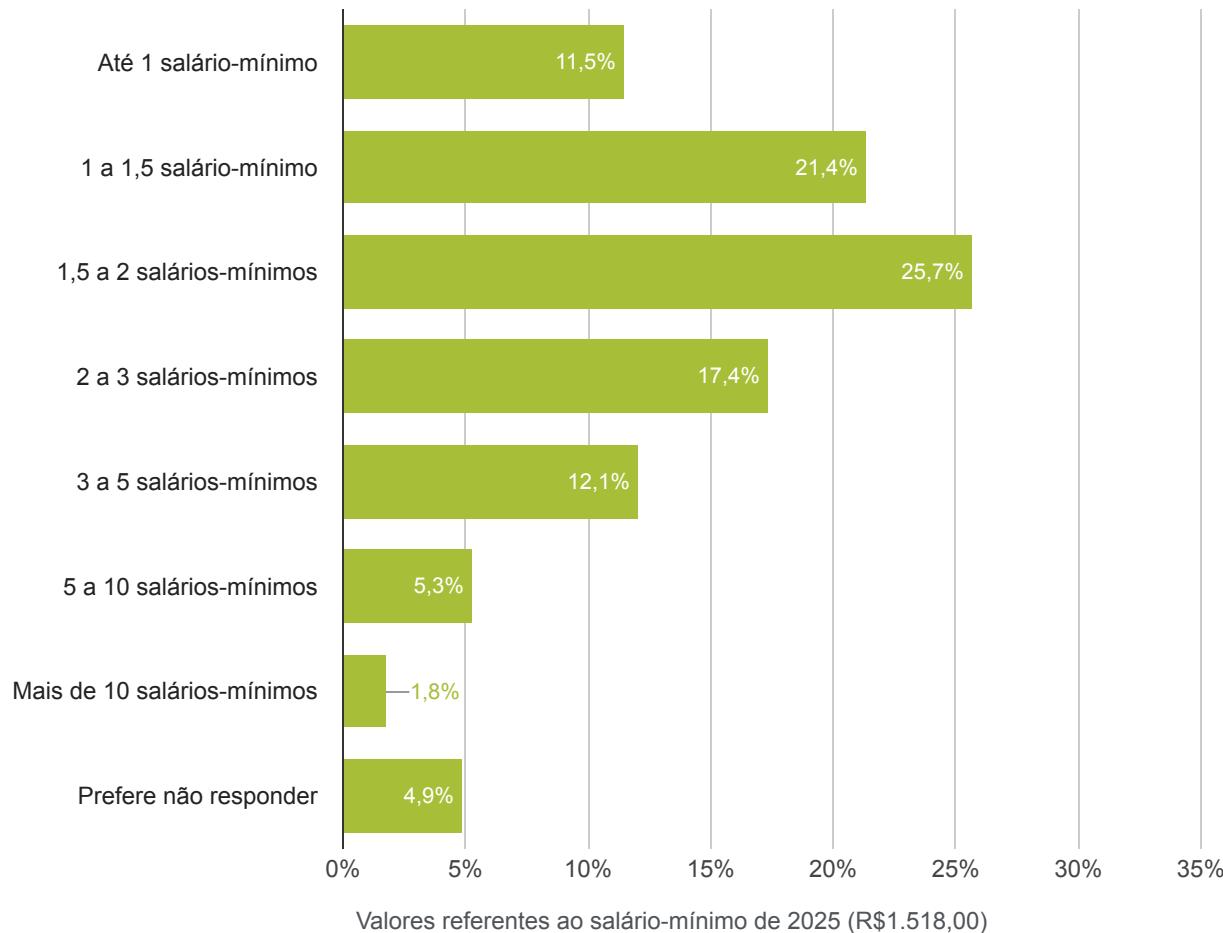
Ocupação



PERFIL DOS CLIENTES

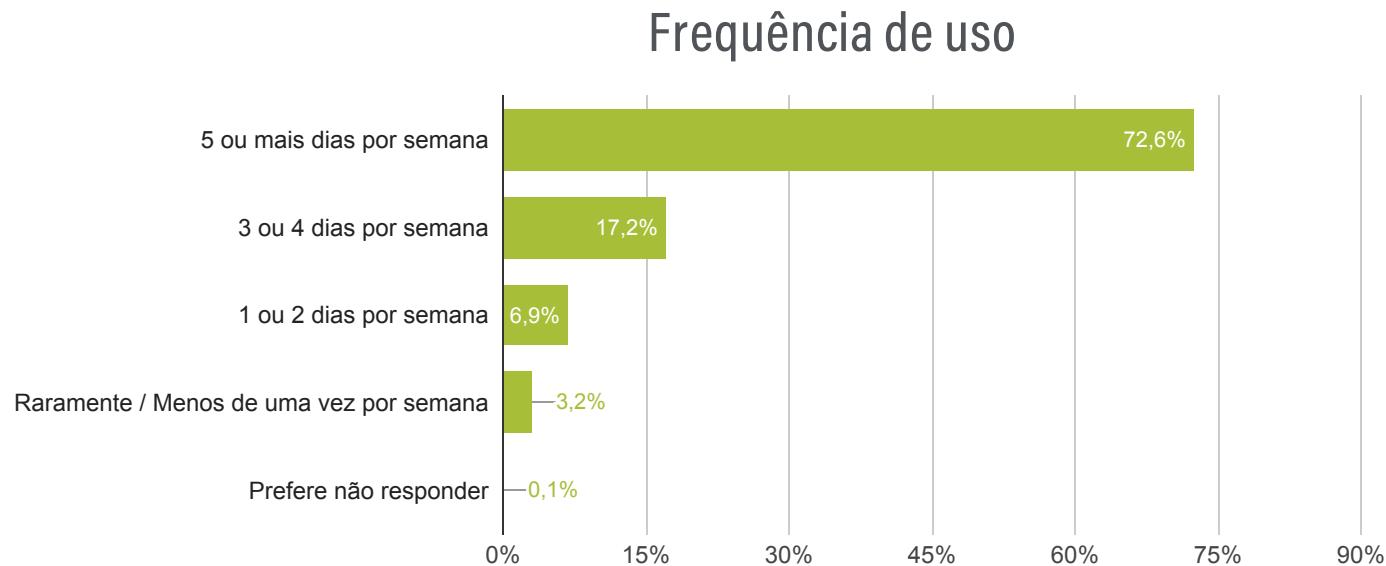
- Quase 59% dos clientes possuem renda familiar de até 2 salários-mínimos.

Renda familiar



PERFIL DE USO

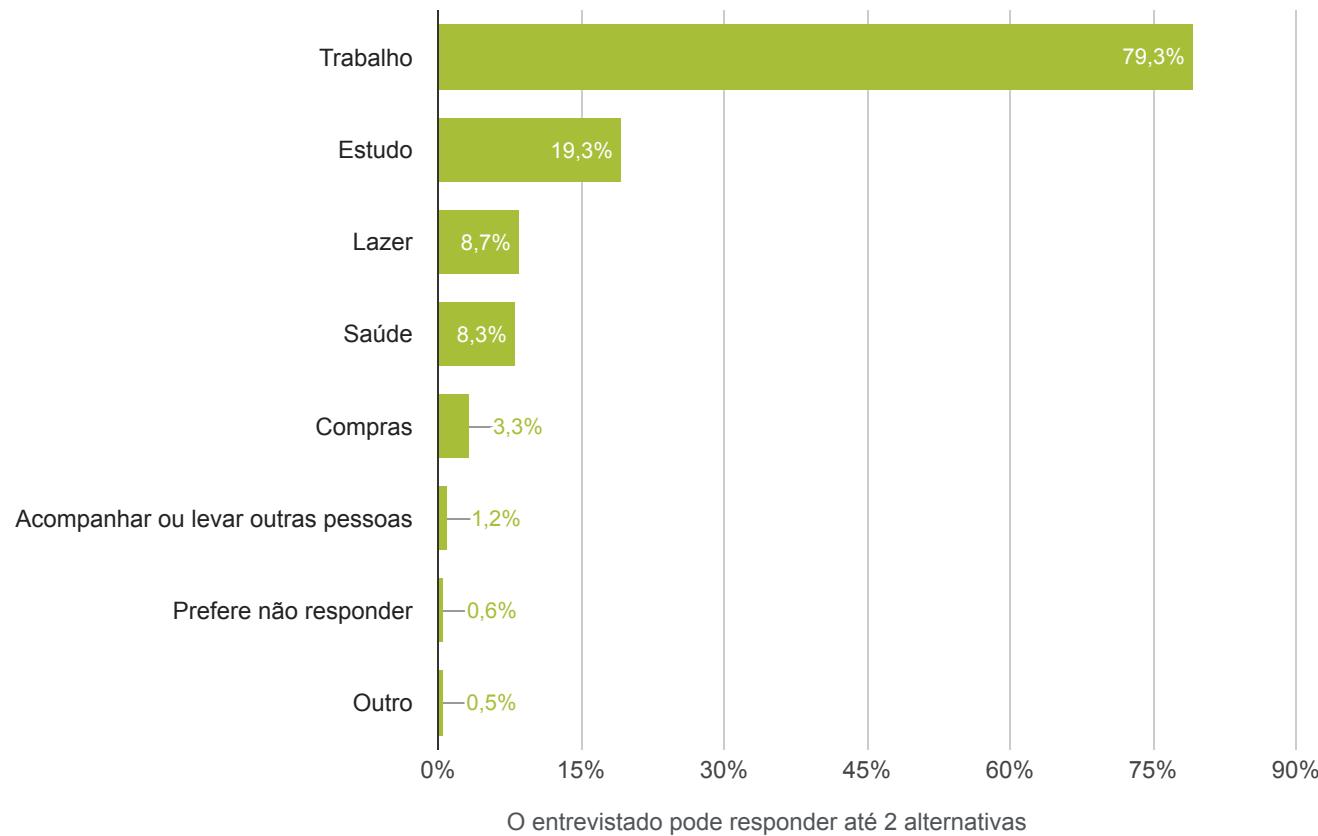
- Quase 73% dos clientes usam o ônibus 5 ou mais dias por semana.



PERFIL DE USO

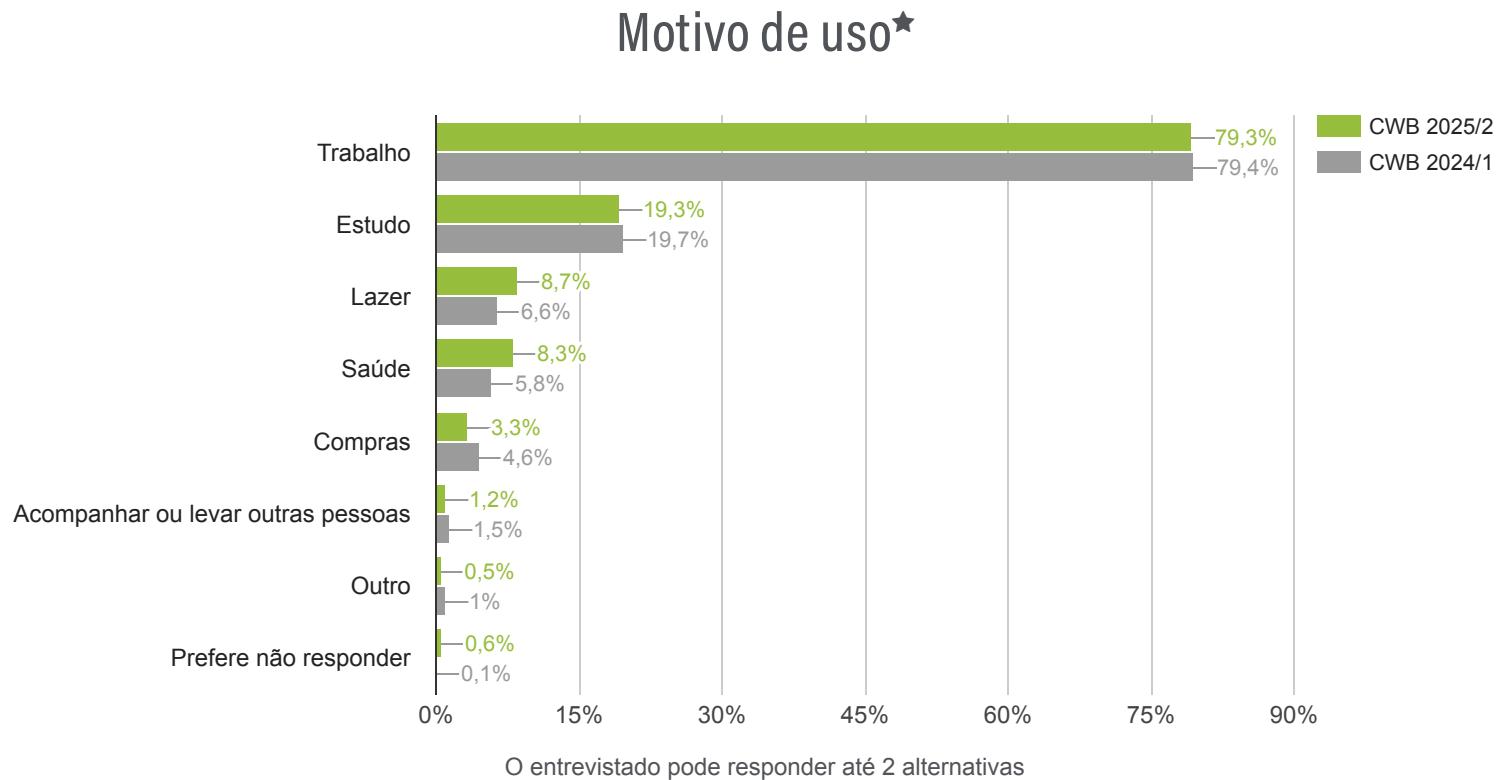
- O motivo de uso mais comum são as viagens a **trabalho** (79,3%), seguido por **estudo** (19,3%).

Motivo de uso



PERFIL DE USO

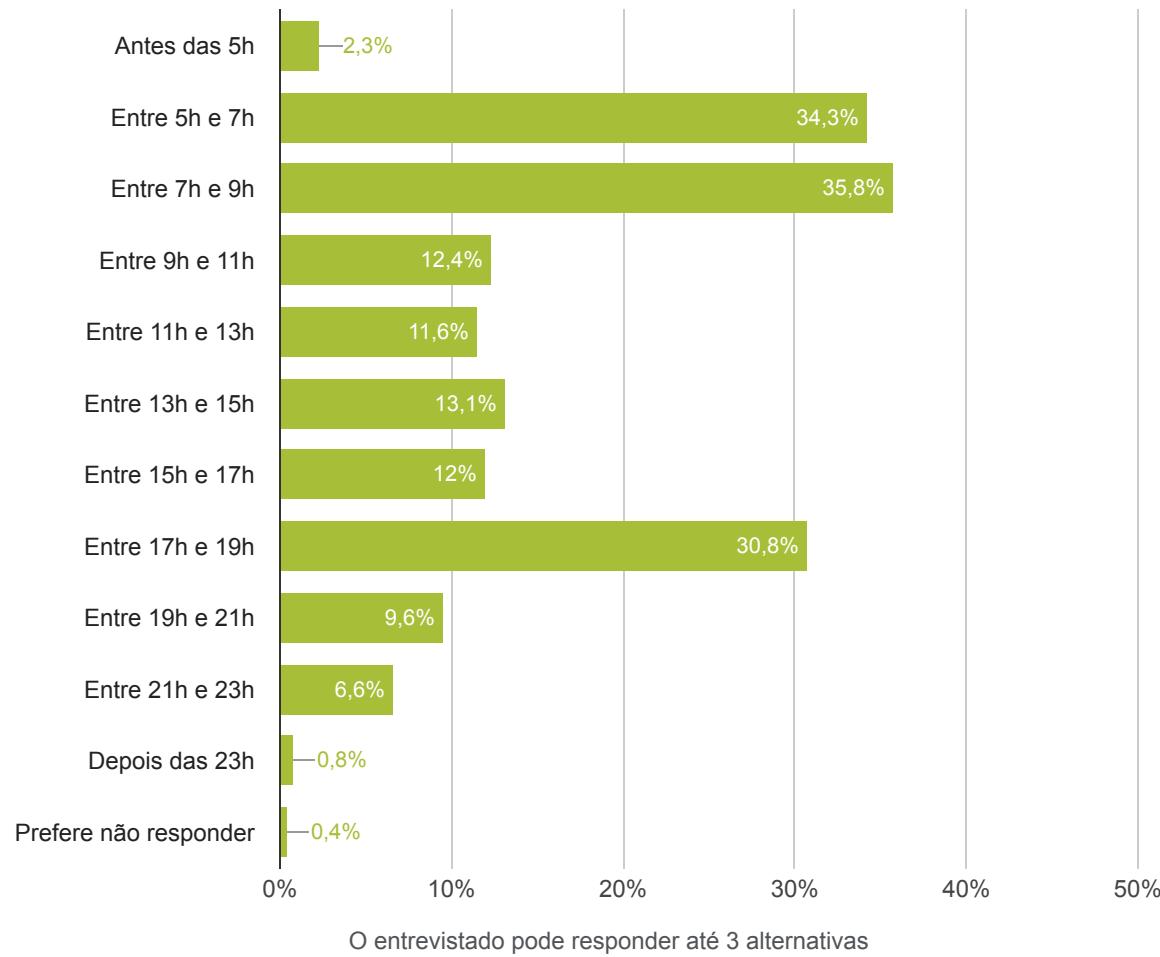
- Na comparação entre as edições dos anos de 2024 e 2025, observa-se que os motivos de uso se mantiveram bastante semelhantes, em especial para trabalho e estudo.



PERFIL DE USO

- Cerca de 70,1% dos clientes utilizam o ônibus entre 5h e 9h.
- Cerca de 30,8% dos clientes utilizam o ônibus entre 17 e 19h.

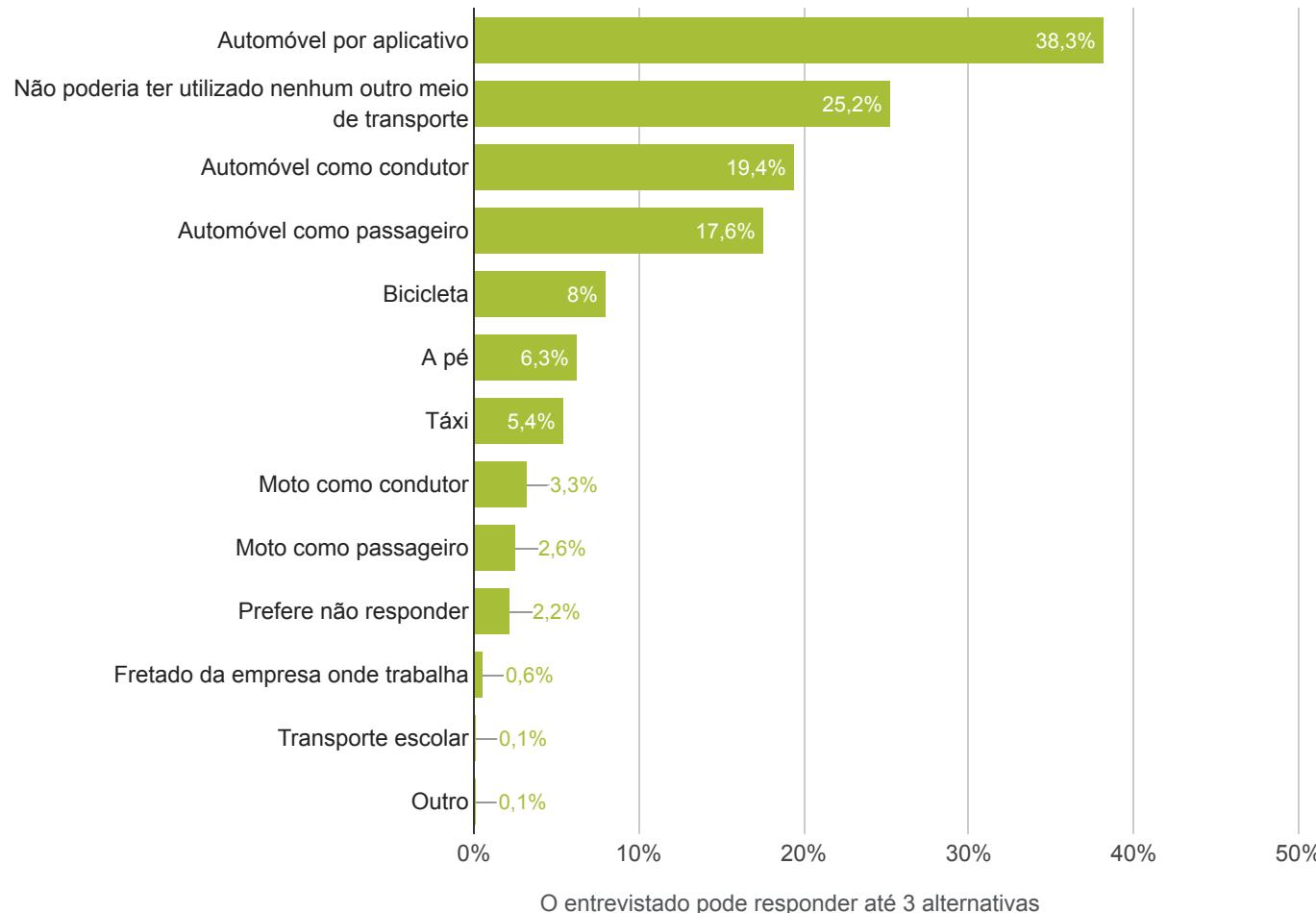
Horário predominante de uso



PERFIL DE USO

- Cerca de 25% dos clientes não poderiam utilizar nenhum modo de transporte no lugar do ônibus para sua viagem mais frequente.
- Para 38,3% o automóvel por aplicativo é a principal alternativa, seguido por automóvel como condutor (19,4%) e automóvel como passageiro (17,6%).

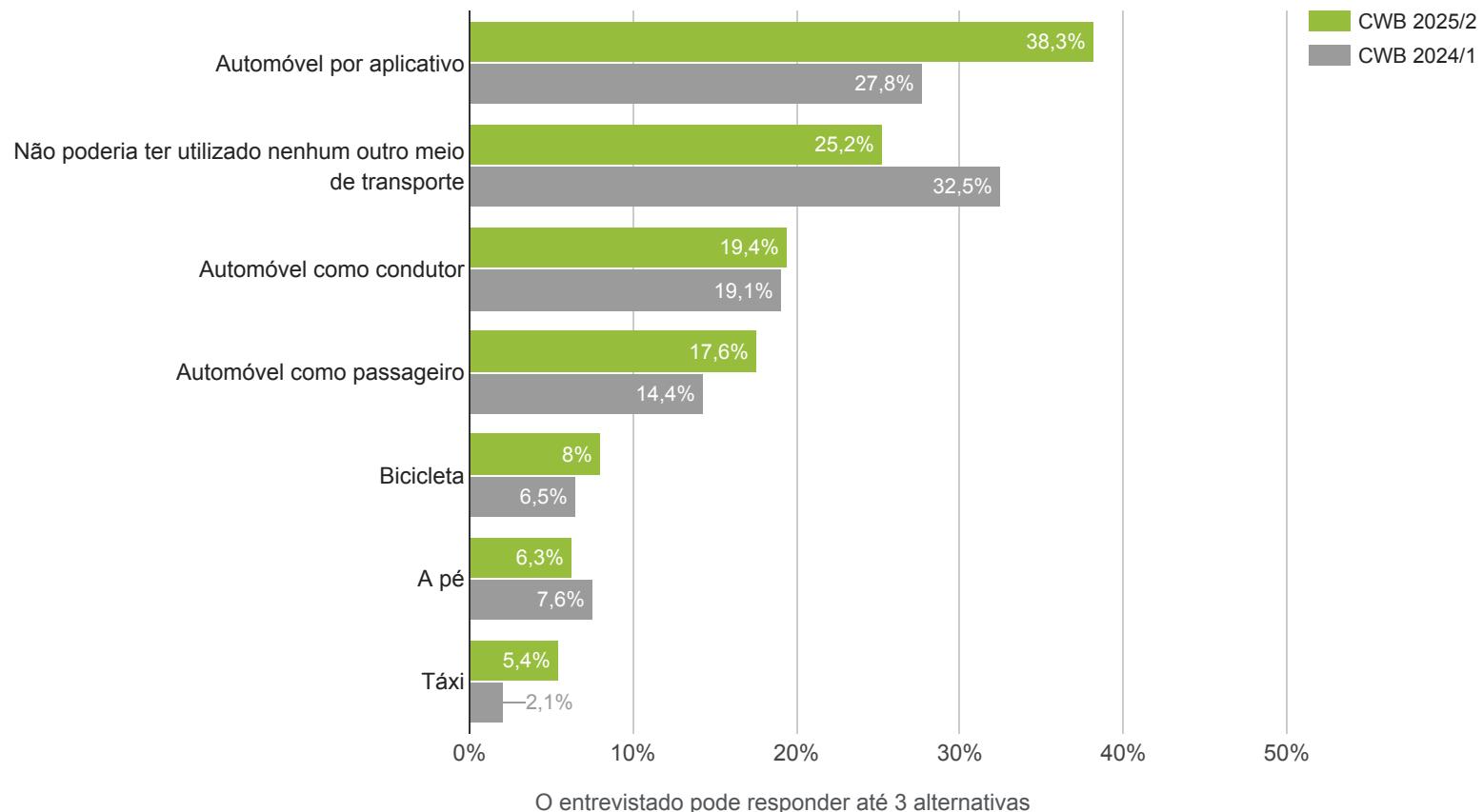
Modos alternativos ao ônibus para a viagem mais frequente



PERFIL DE USO

- Na comparação entre as edições dos anos de 2024 e 2025, nota-se uma redução entre os clientes que não poderiam utilizar outro modo de transporte (-7,3%).
- Nota-se também um aumento entre os clientes que poderiam utilizar automóvel por aplicativo (+10,5%).

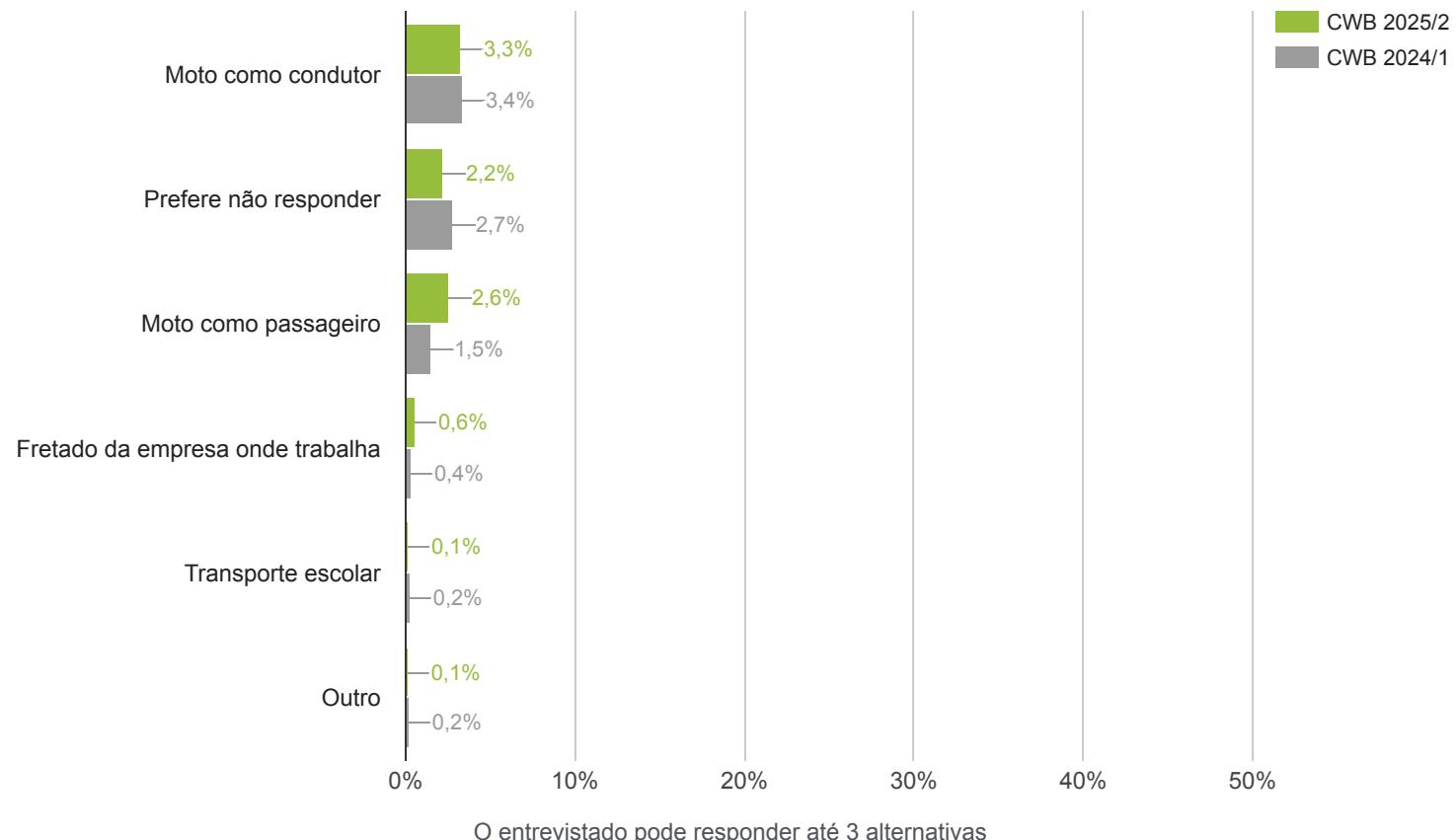
Modos alternativos ao ônibus para a viagem mais frequente ★ (1/2)



PERFIL DE USO

- Na comparação entre as edições dos anos de 2024 e 2025, nota-se uma redução entre os clientes que não poderiam utilizar outro modo de transporte (-7,3%).
- Nota-se também um aumento entre os clientes que poderiam utilizar automóvel por aplicativo (+10,5%).

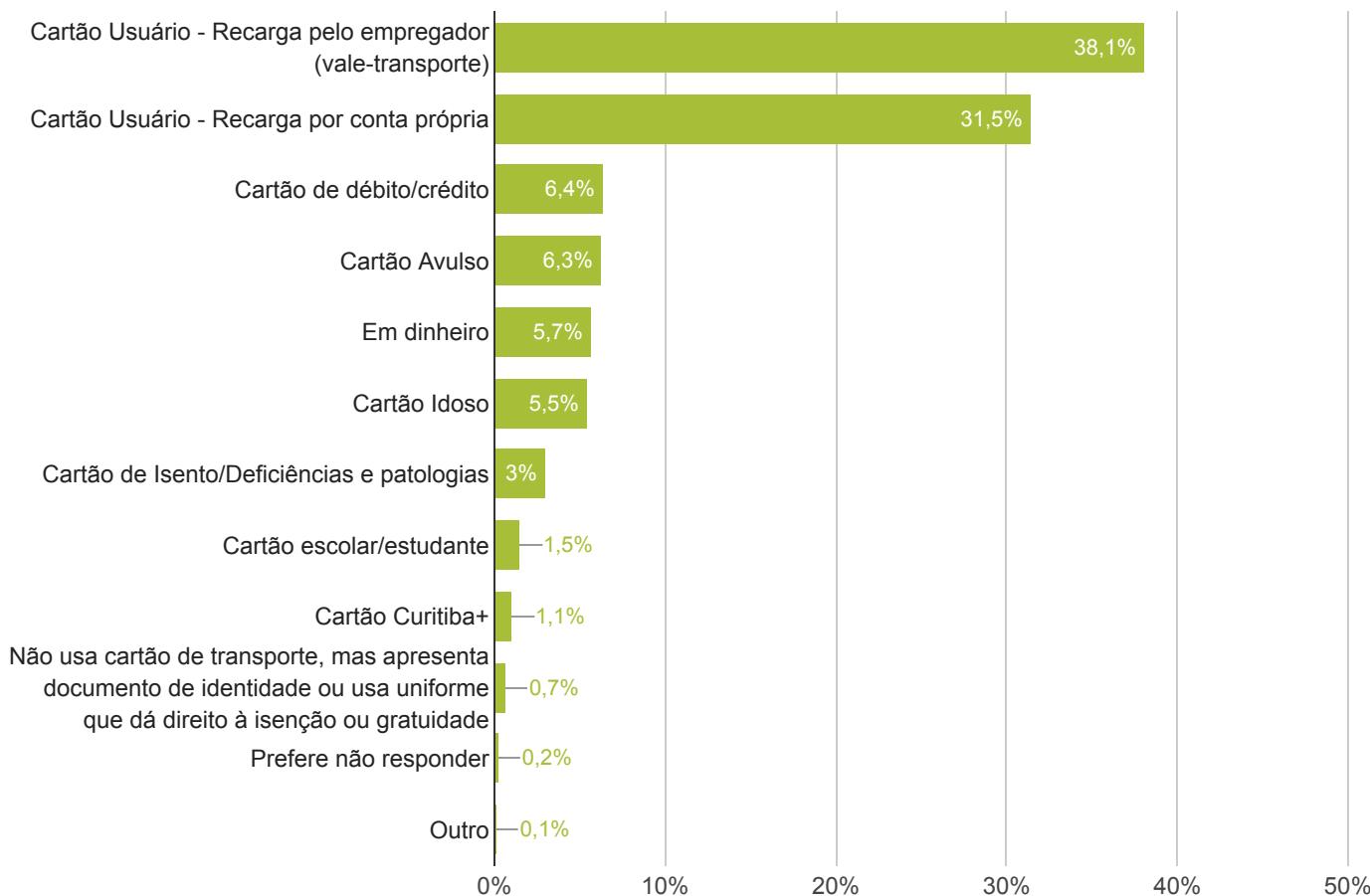
Modos alternativos ao ônibus para a viagem mais frequente ★ (2/2)



PERFIL DE USO

- Cerca de 38,1% dos usuários pagam com Cartão Usuário com recarga pelo empregador enquanto 31,5% pagam com recarga por conta própria.
- Cerca de 6,4% dos usuários realizam os pagamentos com cartão de débito/crédito enquanto 5,7% dos usuários pagam em dinheiro.

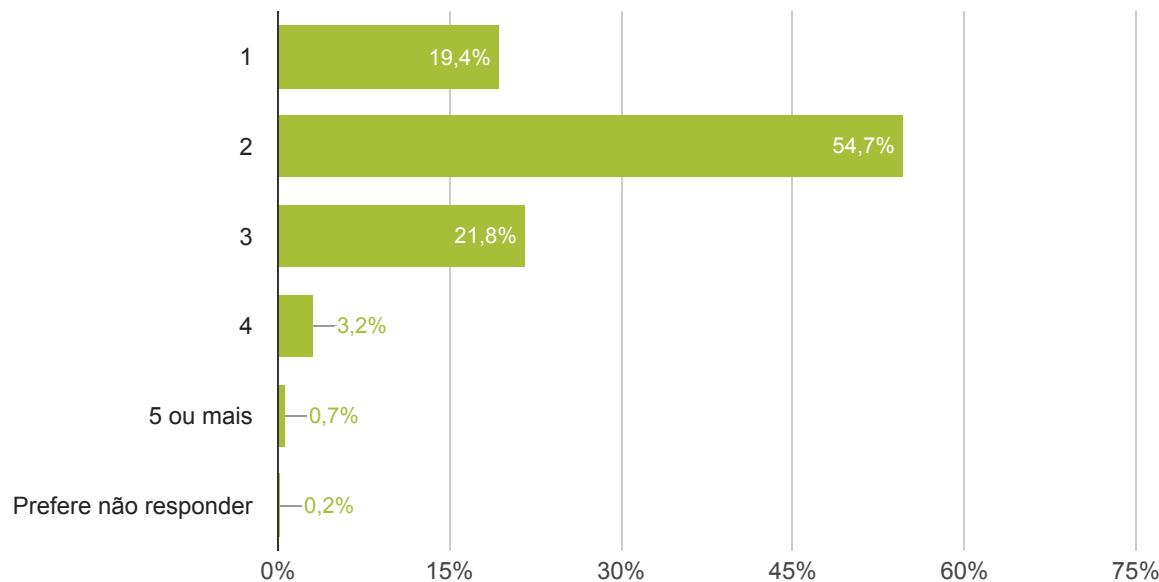
Forma de pagamento mais usual



PERFIL DE USO

- 80,4% dos clientes precisam de mais de um ônibus para chegar ao seu destino.

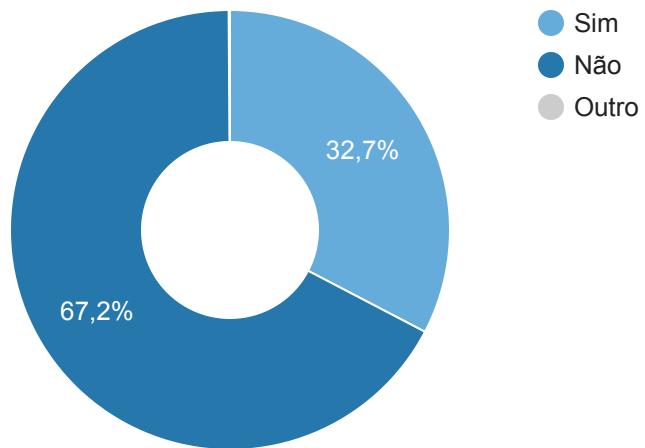
Número de ônibus necessários para chegar ao destino (apenas ida)



PERFIL DE USO

- 67,2% dos clientes utilizam linhas metropolitanas com frequência.

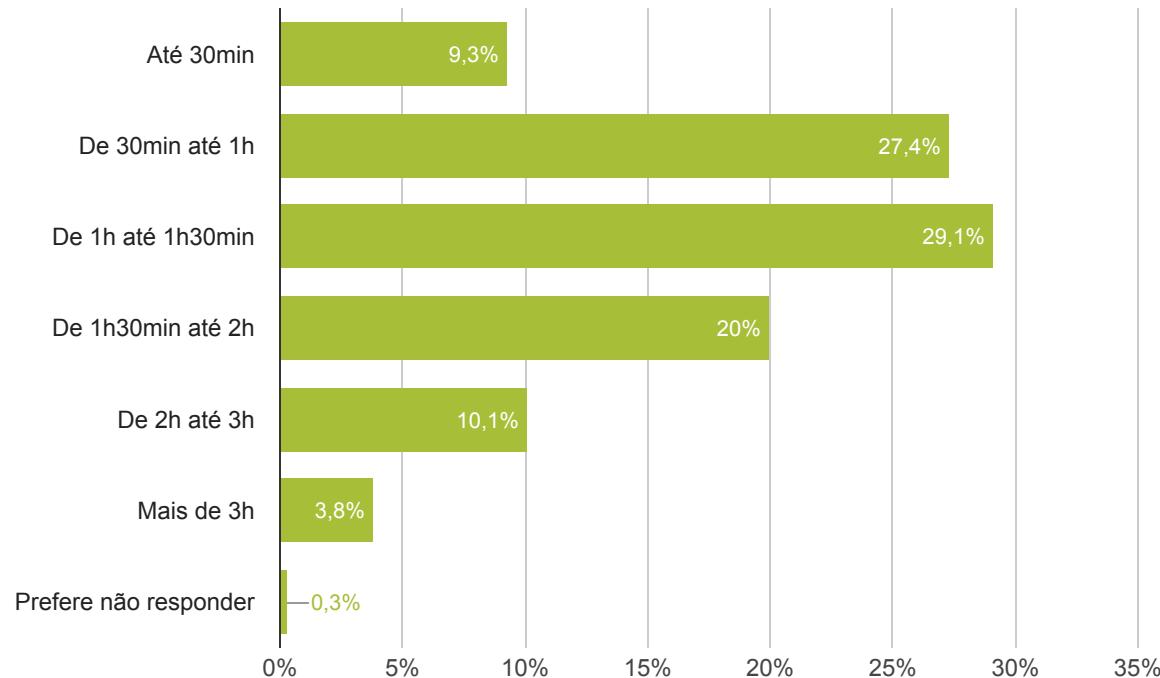
Utiliza linhas metropolitanas frequentemente



PERFIL DE USO

- Estima-se que o tempo médio diário de deslocamento dos clientes seja de 1 hora e 19 minutos (considerando o valor médio de cada intervalo e um valor de 3 horas para a resposta "Mais de 3 horas").
- 36,7% dos clientes gastam até 1h com seus deslocamentos diários.

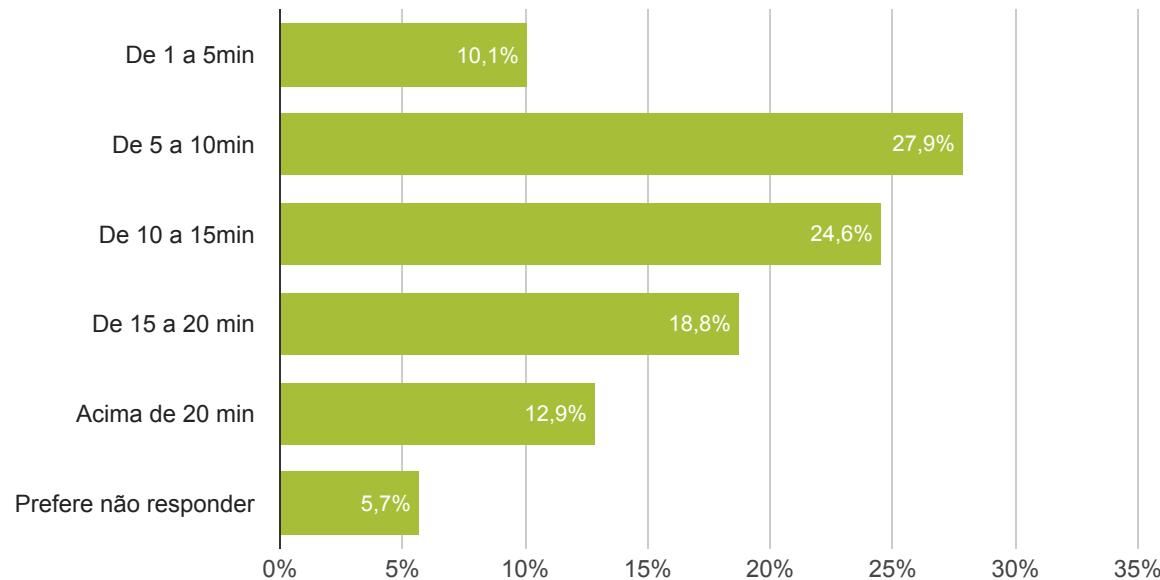
Tempo médio gasto por dia em transporte (considerando todas as viagens e modos de transporte)



PERFIL DE USO

- Quase 30% dos clientes gastam de 5 a 10 minutos na espera entre baldeações.
- 12,9% dos clientes gastam mais de 20 minutos entre baldeações.

Tempo gasto diariamente na espera entre baldeações



SATISFAÇÃO – CÁLCULO DAS NOTAS

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



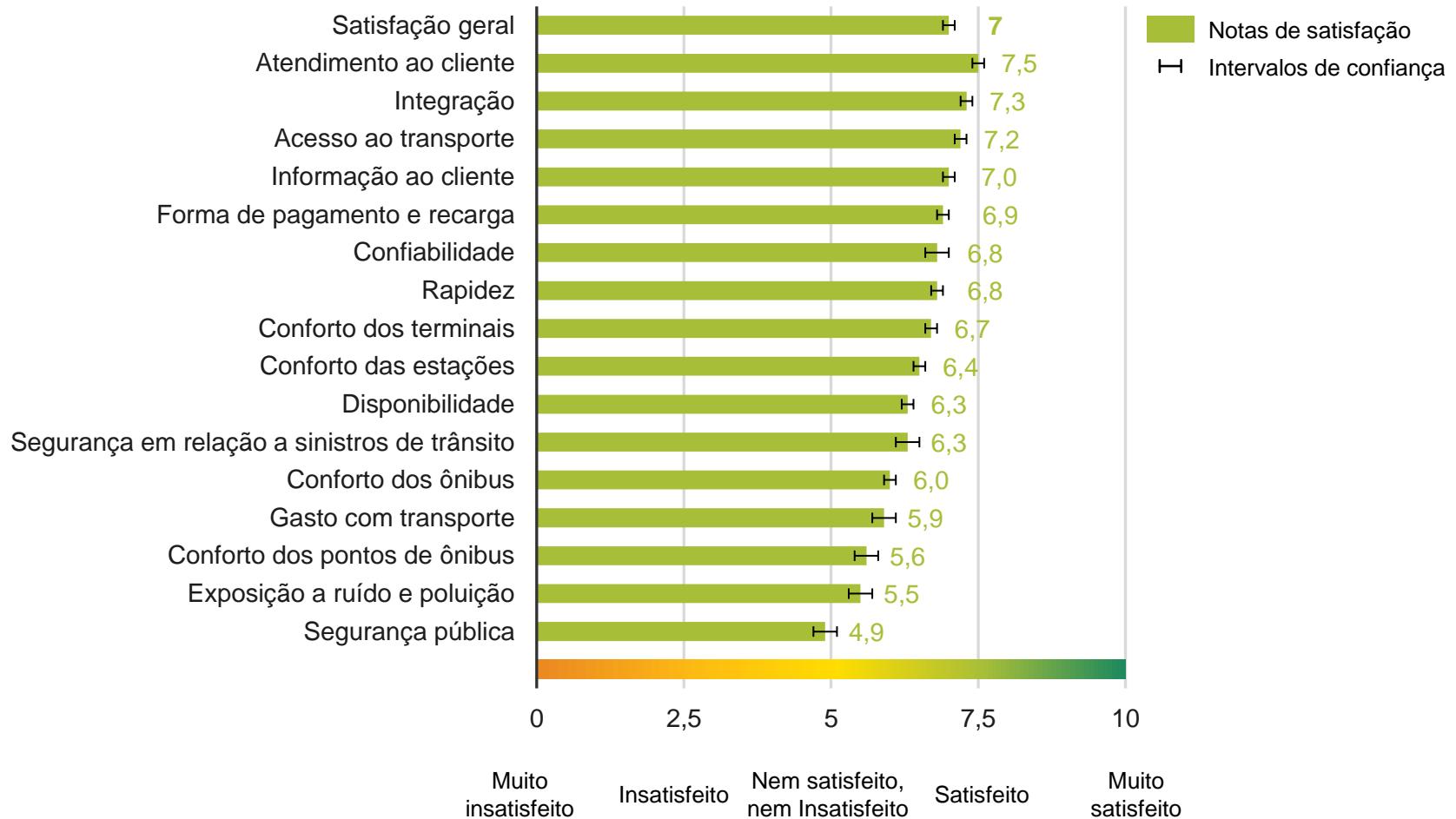
- Para análises, as respostas são transformadas em notas de 0 à 10



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

SATISFAÇÃO

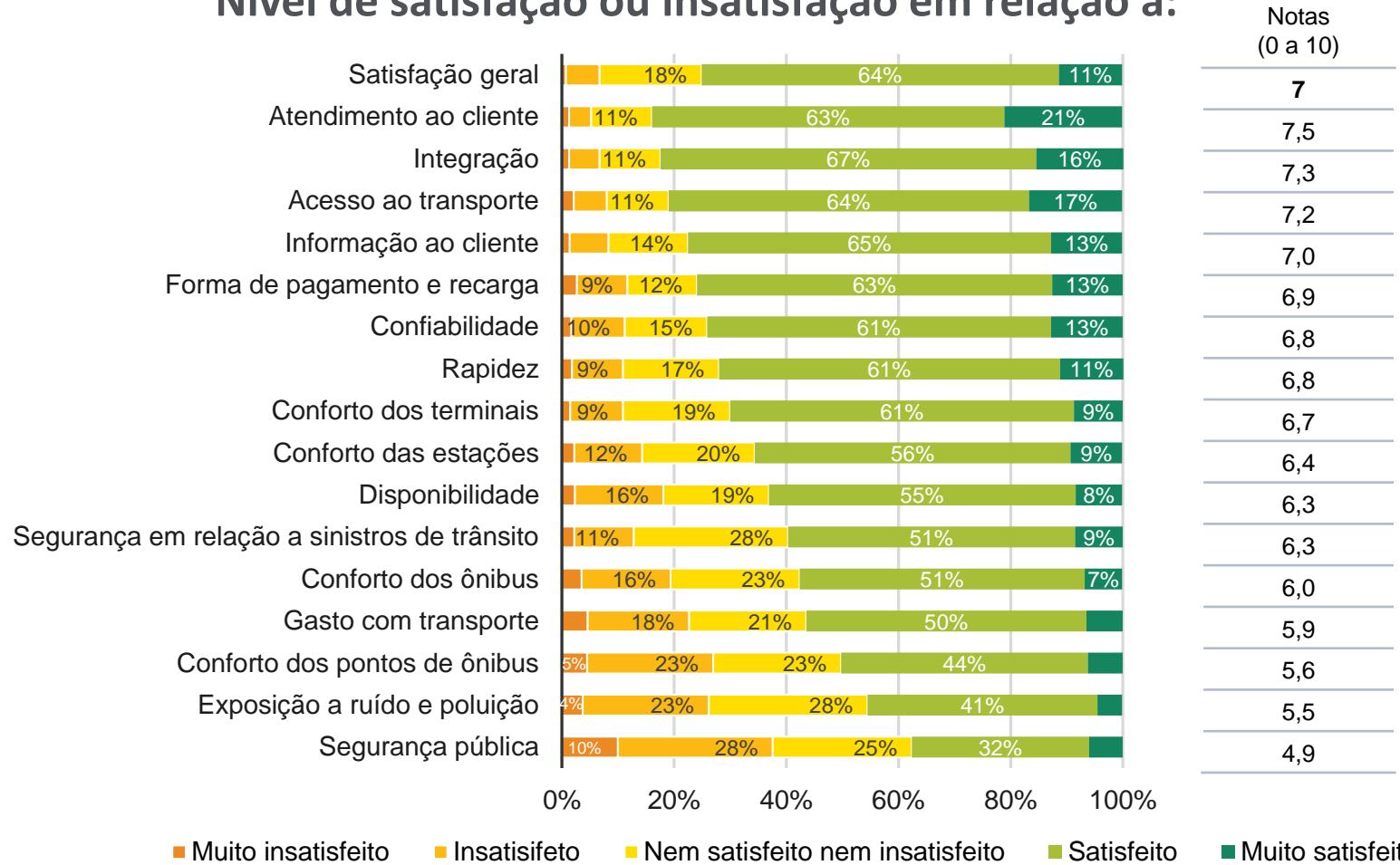
Notas de satisfação e erros amostrais



SATISFAÇÃO

- **Nota de Satisfação Geral:** 7,0
- Os fatores da qualidade com maior satisfação foram: **Atendimento ao cliente (7,5)**, **Integração (7,3)** e **Acesso ao transporte (7,2)**.
- Os fatores da qualidade com menor satisfação foram: **Conforto dos pontos de ônibus (5,6)**, **Exposição a ruído e poluição (5,5)** e **Segurança pública (4,9)**.

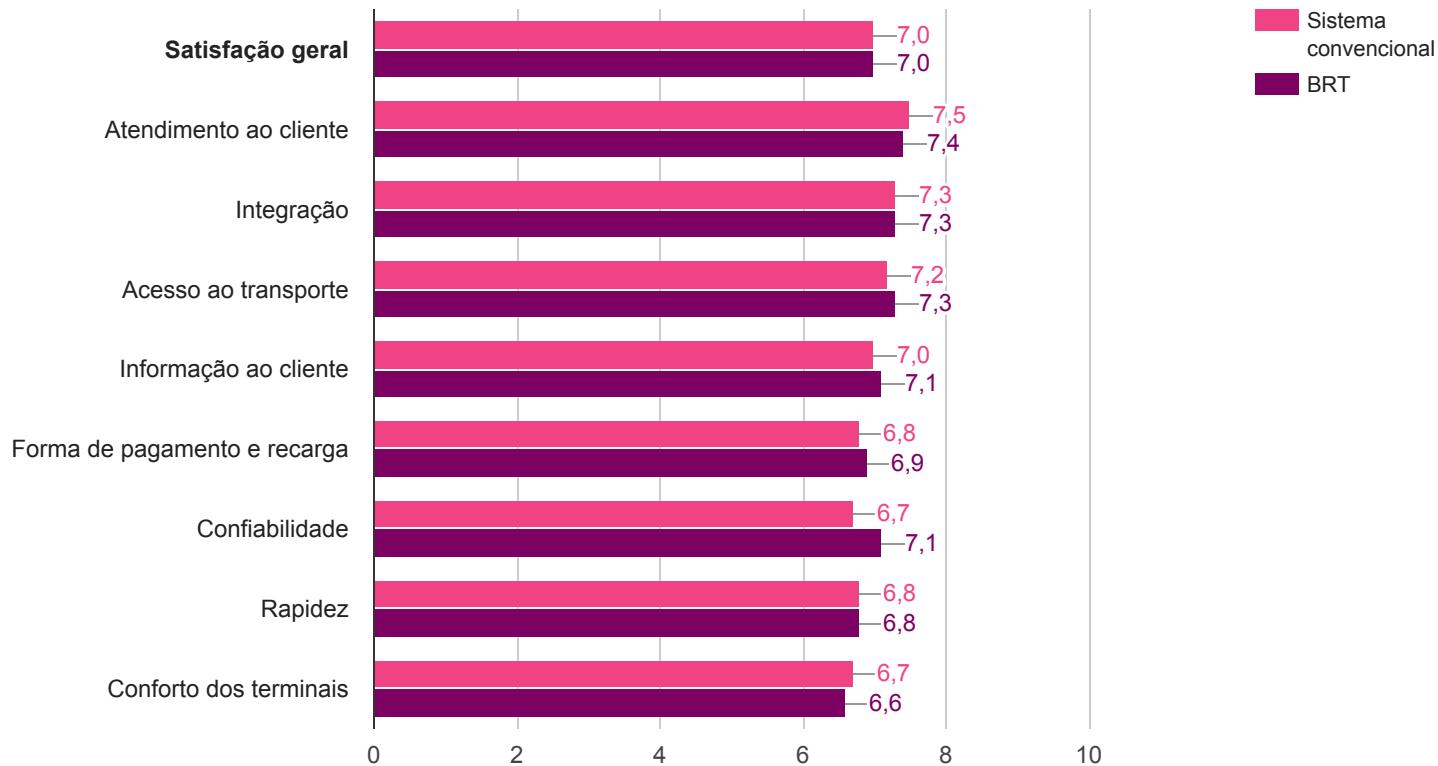
Nível de satisfação ou insatisfação em relação a:



SATISFAÇÃO

- Na comparação entre as linhas do sistema convencional e do BRT, nota-se que a nota de satisfação se mostra semelhante em todos os aspectos;
- Os fatores que apresentaram maior diferença entre a comparação foram: **confiabilidade** (0,4) e **disponibilidade** (0,3), ambos com nota maior nas linhas do BRT.

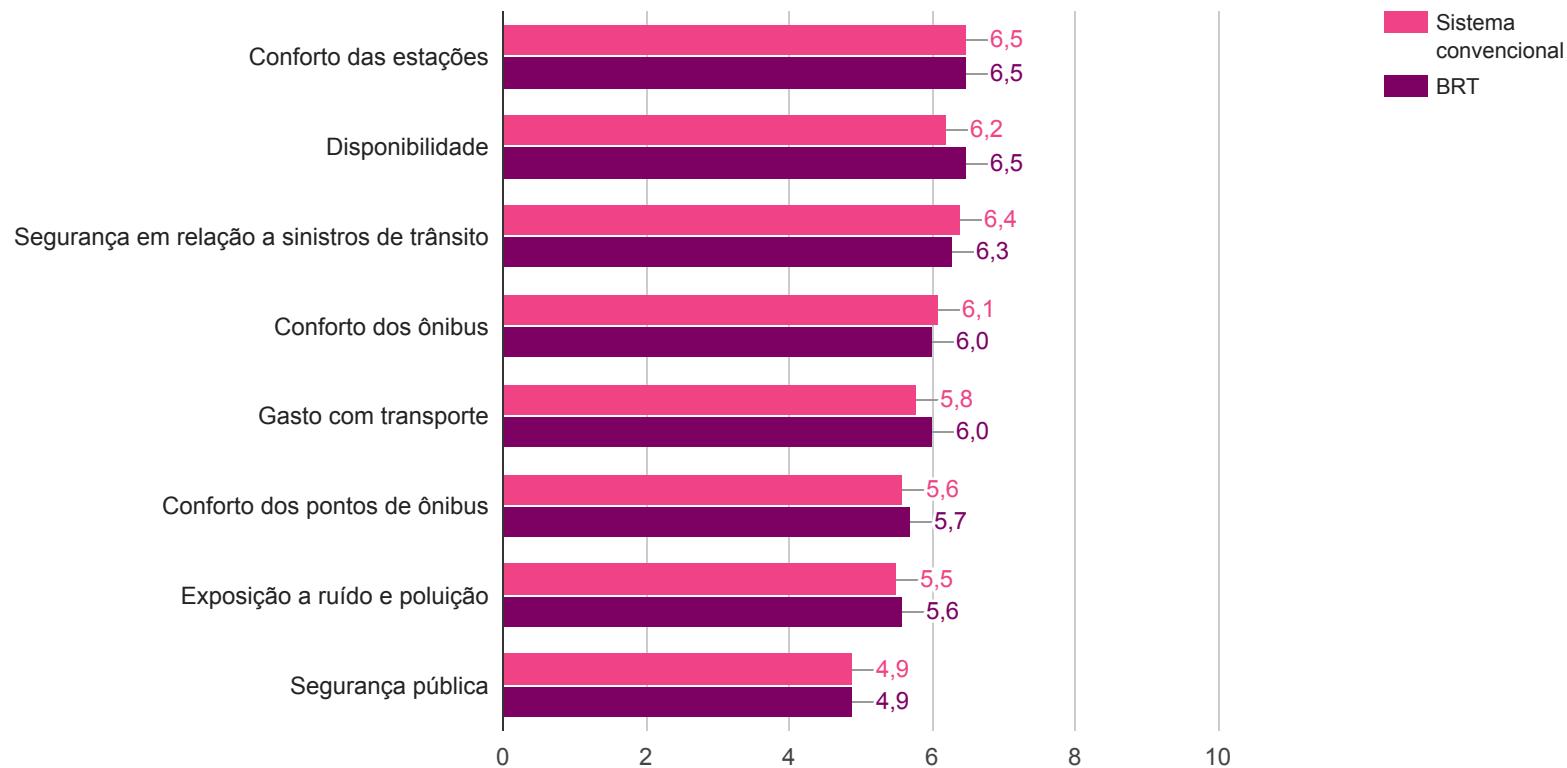
Nível de satisfação ou insatisfação em relação a: ★ (1/2)



SATISFAÇÃO

- Na comparação entre as linhas do sistema convencional e do BRT, nota-se que a nota de satisfação se mostra semelhante em todos os aspectos;
- Os fatores que apresentaram maior diferença entre a comparação foram: **confiabilidade** (0,4) e **disponibilidade** (0,3), ambos com nota maior nas linhas do BRT.

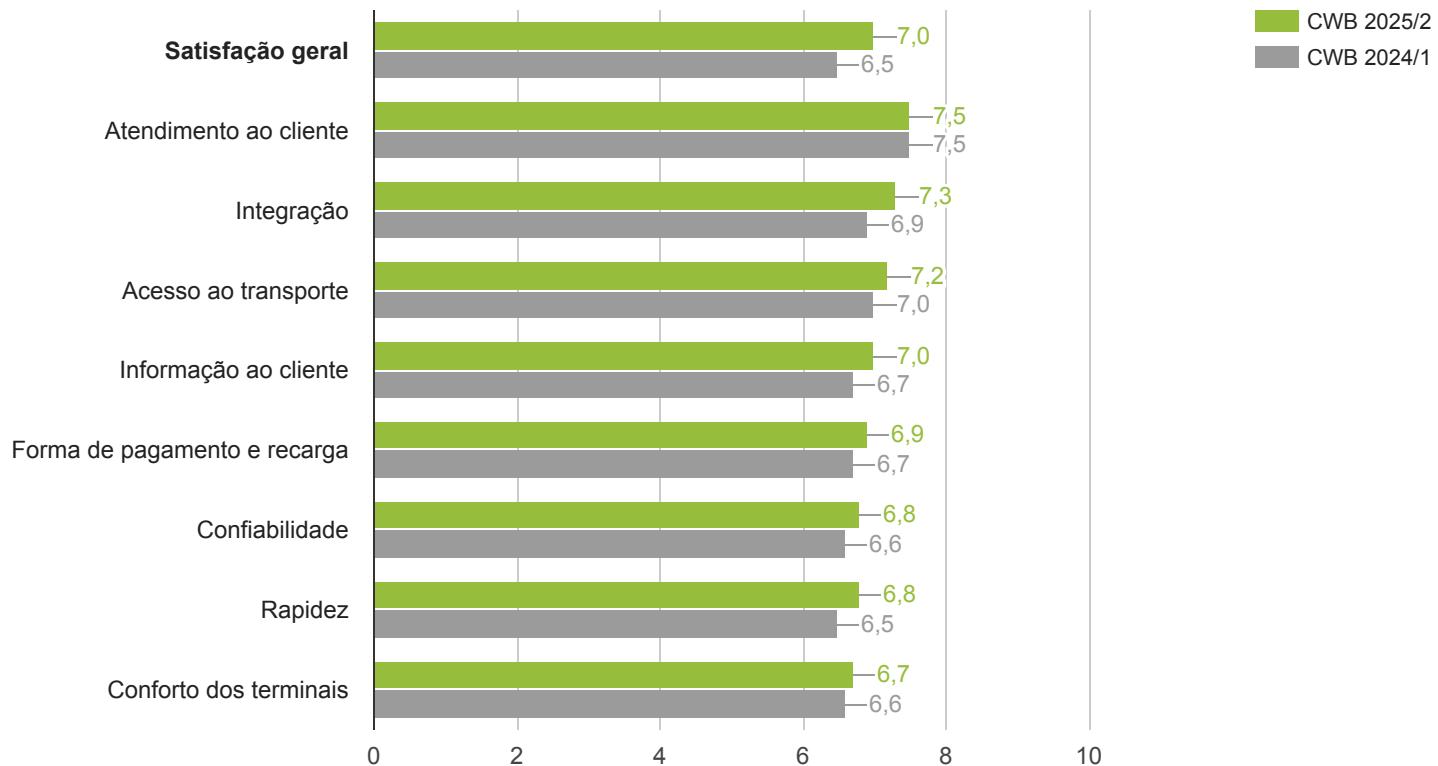
Nível de satisfação ou insatisfação em relação a: ★ (2/2)



SATISFAÇÃO

- Na comparação entre os anos de 2024 e 2025, nota-se que a satisfação geral apresenta aumento quando comparada a 2024 (+0,5).
- Gasto com transporte foi o fator que apresentou a maior variação entre 2024 e 2025 (+0,7).

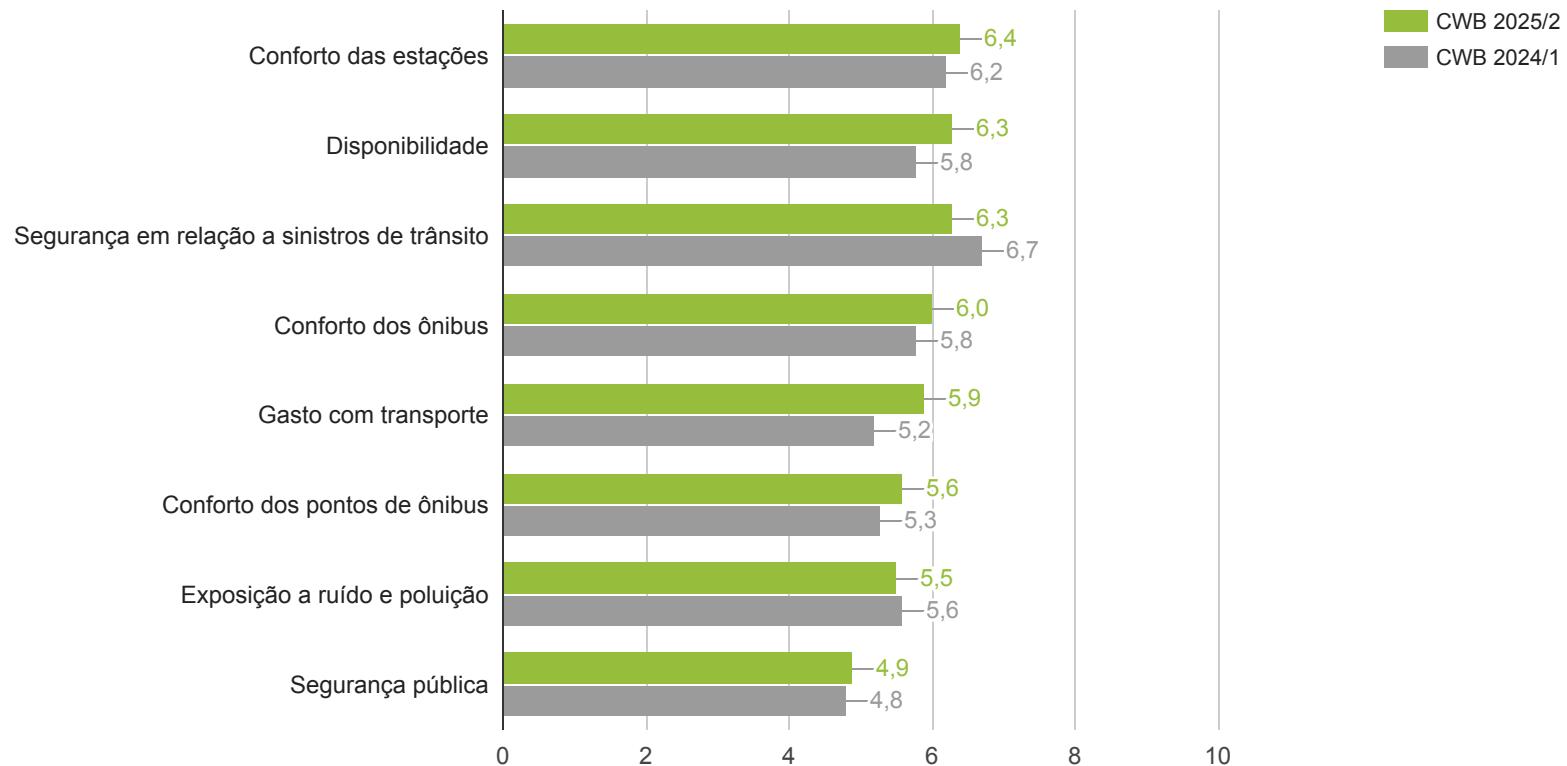
Nível de satisfação ou insatisfação em relação a: ★ (1/2)



SATISFAÇÃO

- Na comparação entre os anos de 2024 e 2025, nota-se que a satisfação geral apresenta aumento quando comparada a 2024 (+0,5).
- Gasto com transporte foi o fator que apresentou a maior variação entre 2024 e 2025 (+0,7).

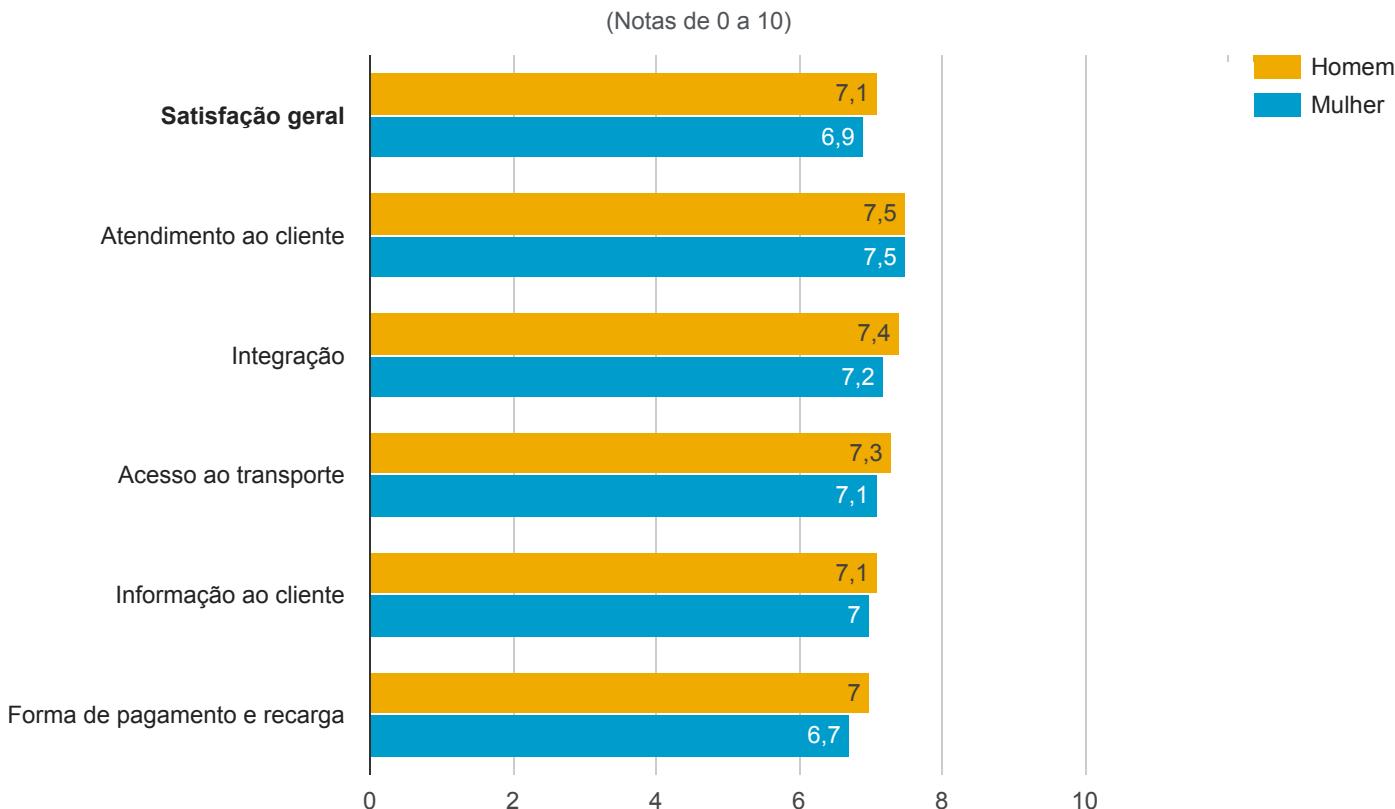
Nível de satisfação ou insatisfação em relação a: ★ (2/2)



SATISFAÇÃO

- Ao comparar as notas de satisfação entre homens e mulheres nota-se que, de maneira geral, a nota de satisfação é mais alta entre homens para a maioria dos fatores.
- Os fatores de qualidade que apresentaram as maiores diferenças foram: **Disponibilidade** (0,4), **Conforto dos ônibus** (0,3), **Exposição ao ruído** (0,3) e **Segurança Pública** (0,3).

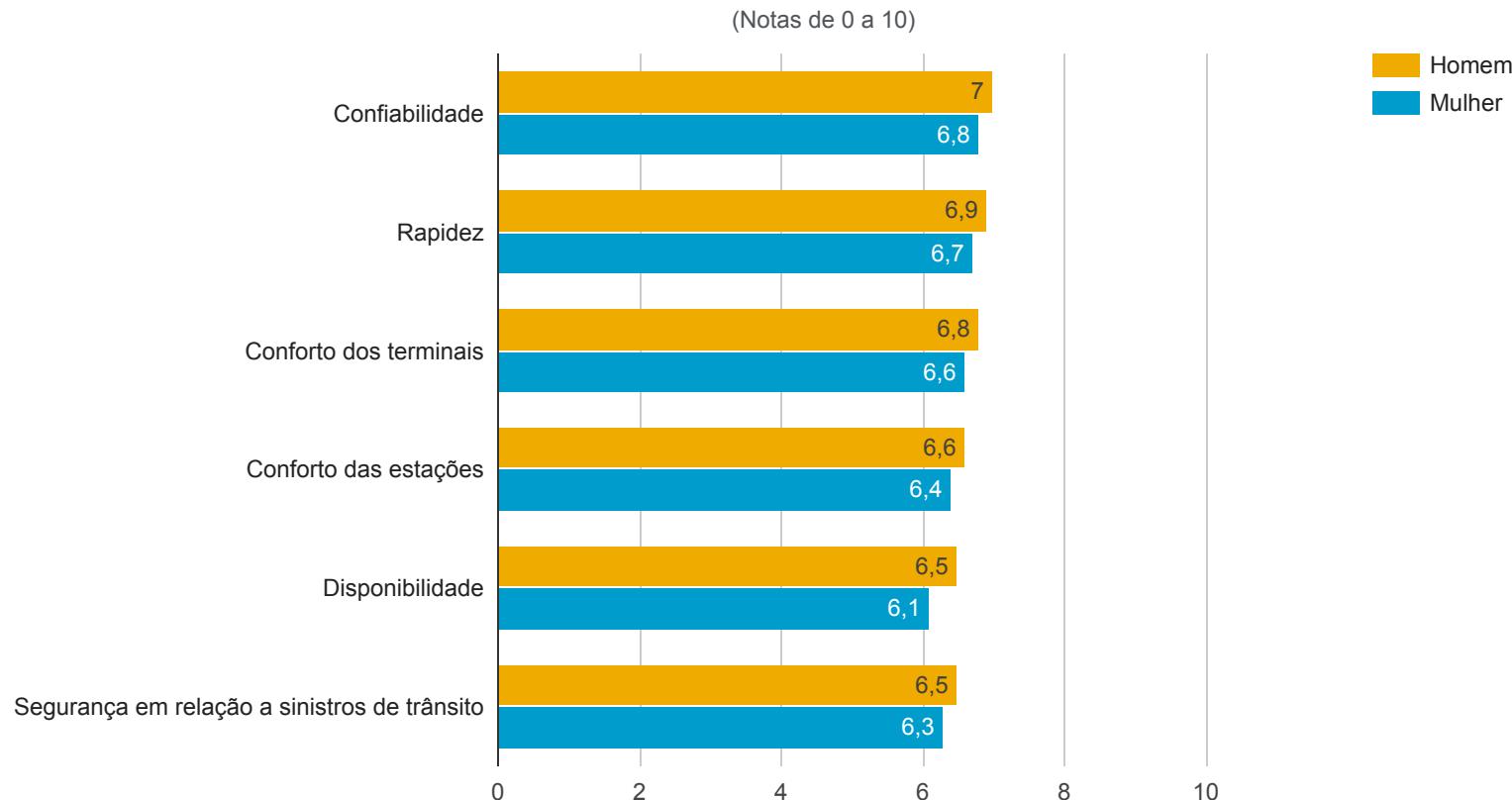
Nível de satisfação ou insatisfação em relação a: ★ (1/3)



SATISFAÇÃO

- Ao comparar as notas de satisfação entre homens e mulheres nota-se que, de maneira geral, a nota de satisfação é mais alta entre homens para a maioria dos fatores.
- Os fatores de qualidade que apresentaram as maiores diferenças foram: **Disponibilidade (0,4)**, **Conforto dos ônibus (0,3)**, **Exposição ao ruído (0,3)** e **Segurança Pública (0,3)**.

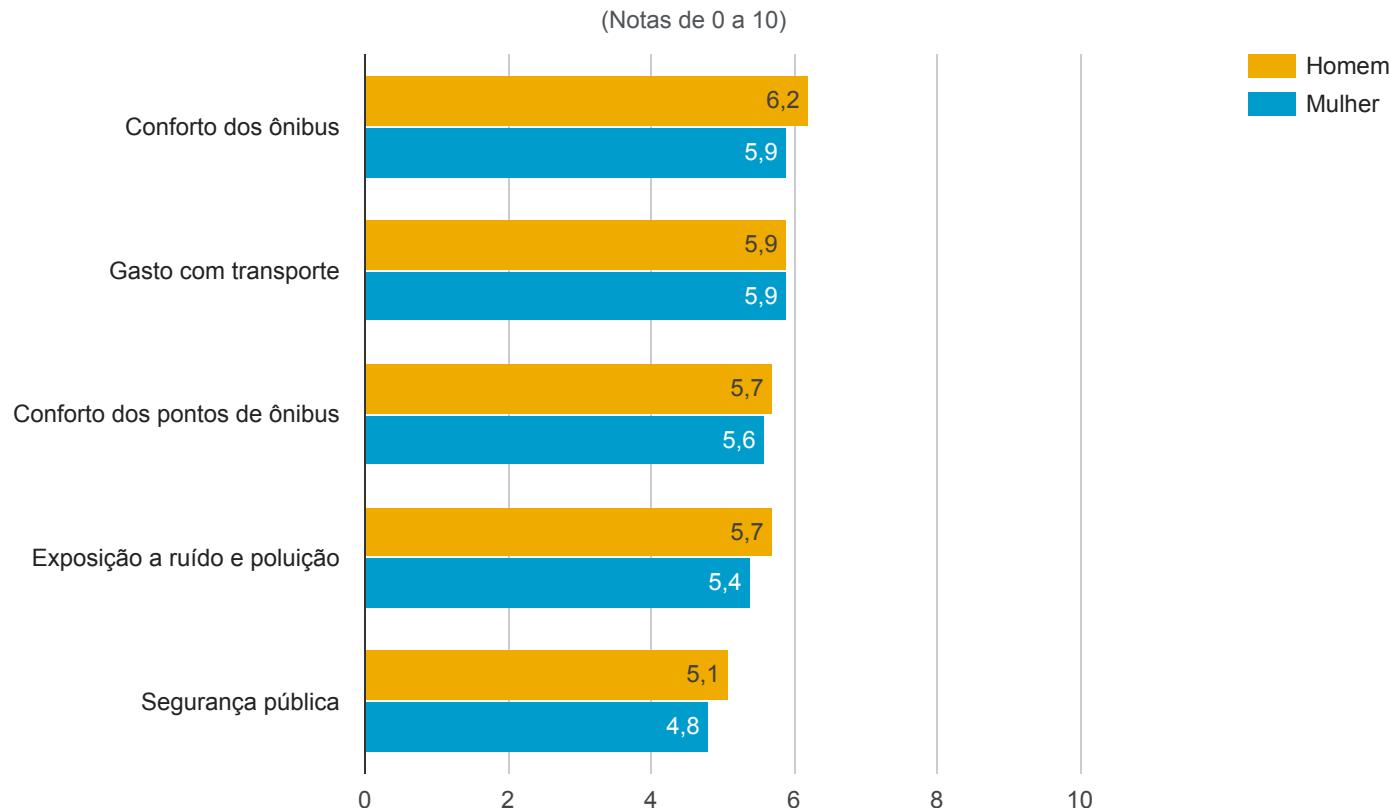
Nível de satisfação ou insatisfação em relação a: ★ (2/3)



SATISFAÇÃO

- Ao comparar as notas de satisfação entre homens e mulheres nota-se que, de maneira geral, a nota de satisfação é mais alta entre homens para a maioria dos fatores.
- Os fatores de qualidade que apresentaram as maiores diferenças foram: **Disponibilidade** (0,4), **Conforto dos ônibus** (0,3), **Exposição ao ruído** (0,3) e **Segurança Pública** (0,3).

Nível de satisfação ou insatisfação em relação a: ★ (3/3)

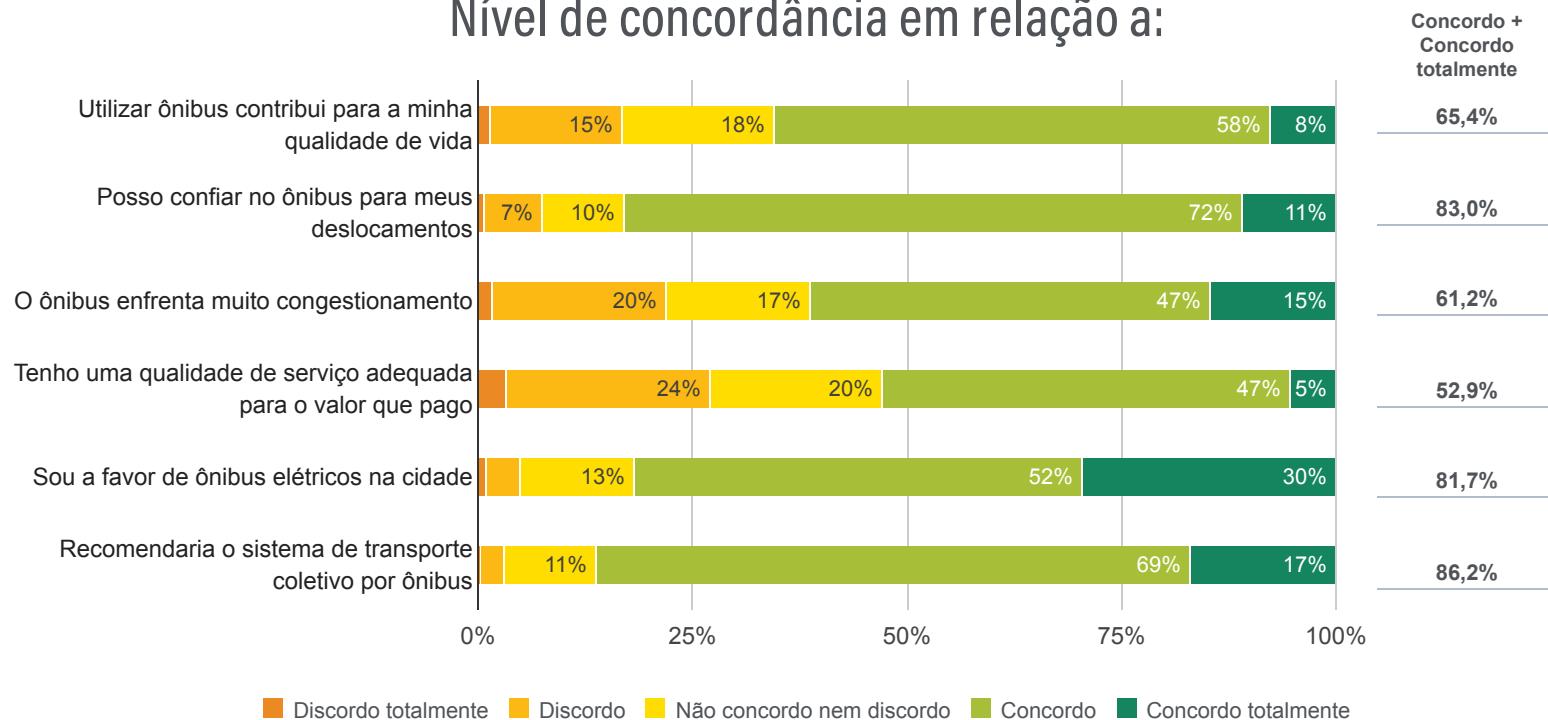


★ Gráfico personalizado de comparação. Gênero que se identifica

CONCORDÂNCIA

- Cerca de 81,7% dos clientes são a favor de ônibus elétricos na cidade.
- Mais de 86% dos clientes recomendariam o sistema de transporte coletivo por ônibus.
- Mais de 61% dos clientes concordam que o ônibus enfrenta muito congestionamento.
- Cerca de 52,9% dos clientes concordam que há uma qualidade de serviço adequada para o valor que paga.

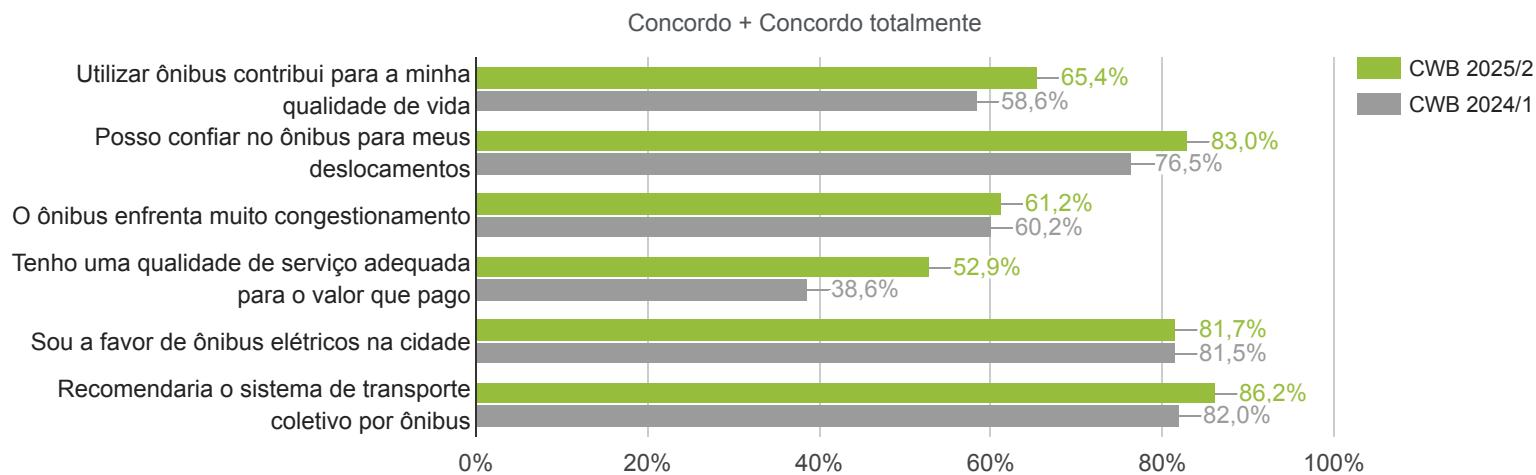
Nível de concordância em relação a:



CONCORDÂNCIA

- Na comparação entre os anos de 2024 e 2025, nota-se um aumento na concordância de todas as afirmações analisadas.

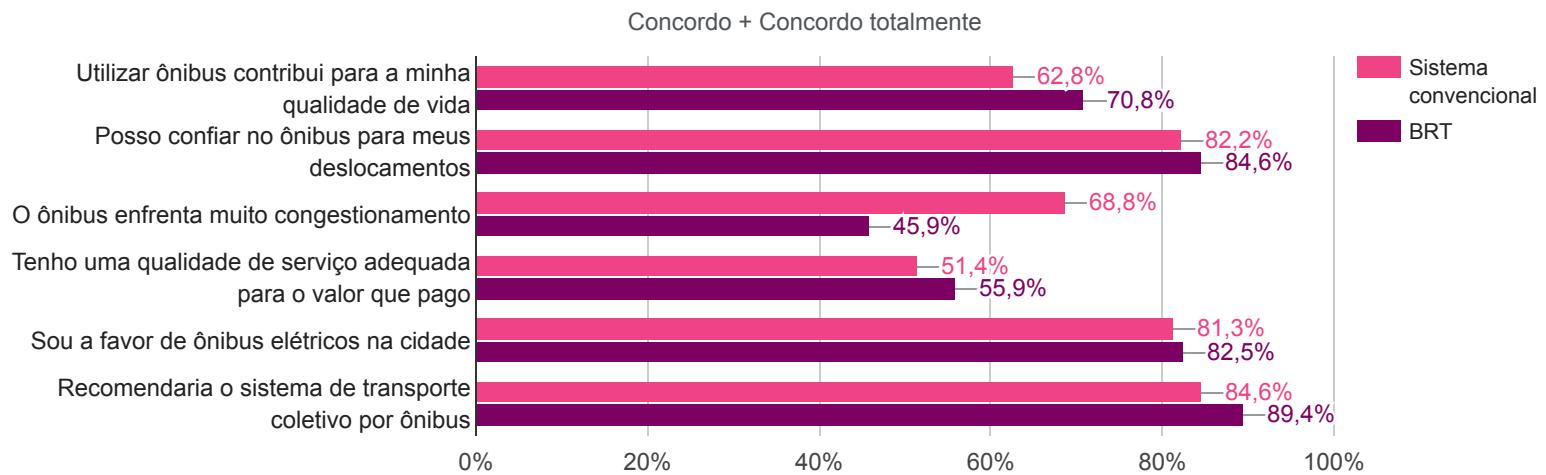
Nível de concordância em relação a:★



CONCORDÂNCIA

- Nota-se que 68,8% dos clientes do sistema convencional concordam que o ônibus enfrenta muito congestionamento, contrastando com os 45,9% dos clientes do BRT que concordam com o mesmo.
- Observa-se que 62,8% dos clientes do sistema convencional concordam que utilizar ônibus contribui para a minha qualidade de vida, contrastando com os 70,8% dos clientes do BRT que concordam com o mesmo.

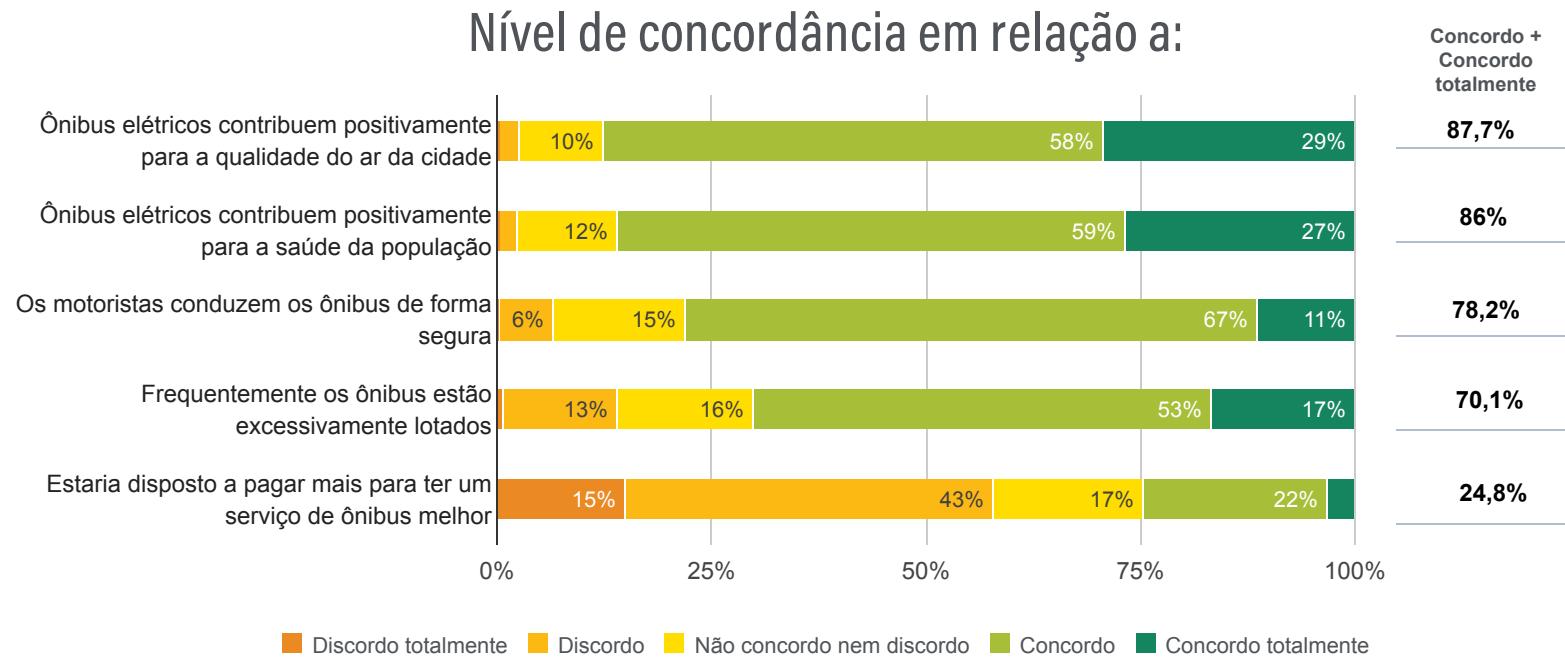
Nível de concordância em relação a:★



CONCORDÂNCIA

- 87% dos clientes concordam que o ônibus elétricos contribuem positivamente para a qualidade do ar da cidade.
- 86% dos clientes concordam que os ônibus elétricos contribuem positivamente para a saúde da população.
- 70% dos clientes acreditam que frequentemente os ônibus estão excessivamente lotados.

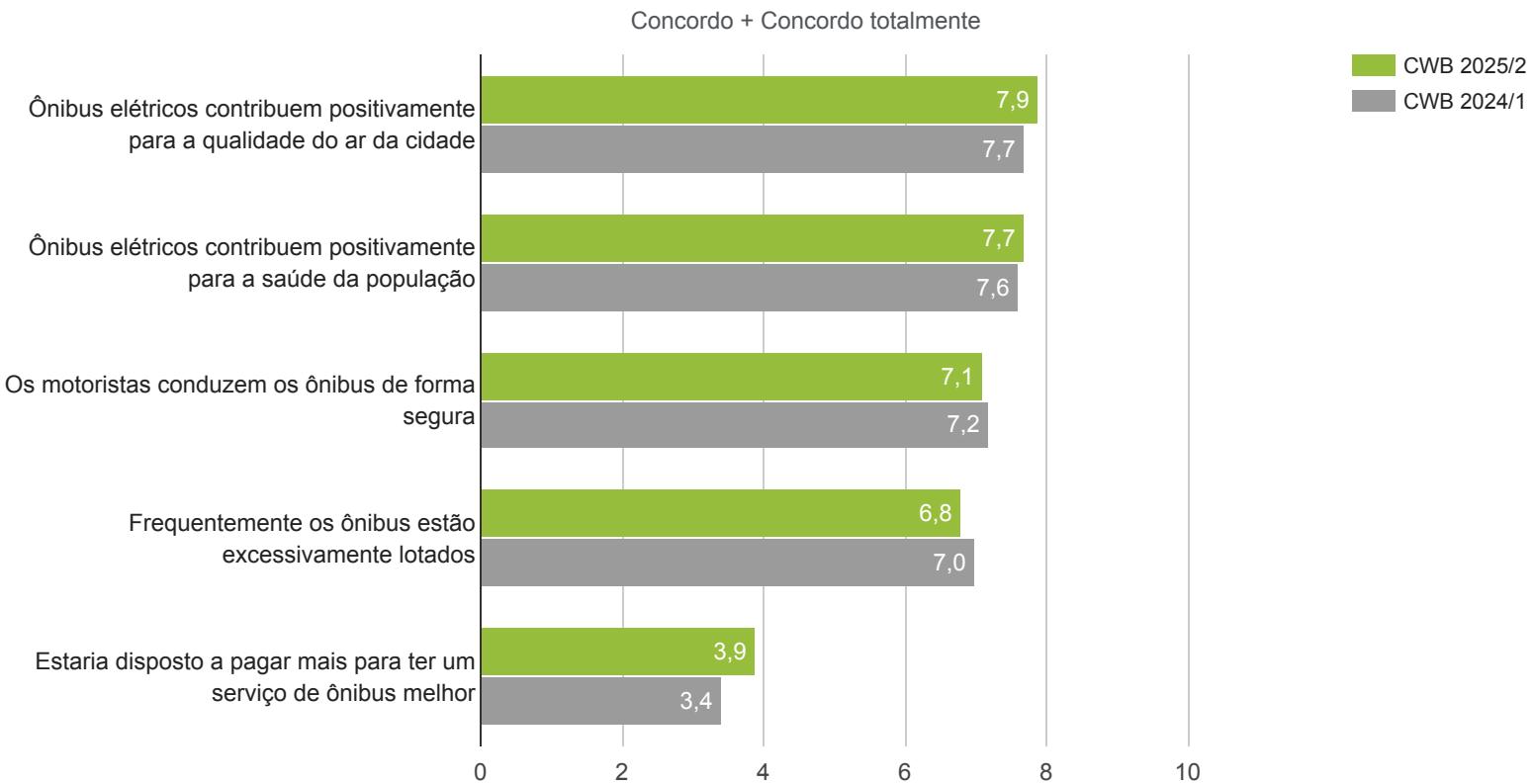
Nível de concordância em relação a:



CONCORDÂNCIA

- Na comparação entre os anos de 2024 e 2025, nota-se uma redução nos itens **Os motoristas conduzem os ônibus de forma segura** (-0,1) e **Frequentemente os ônibus estão excessivamente lotados** (-0,2).

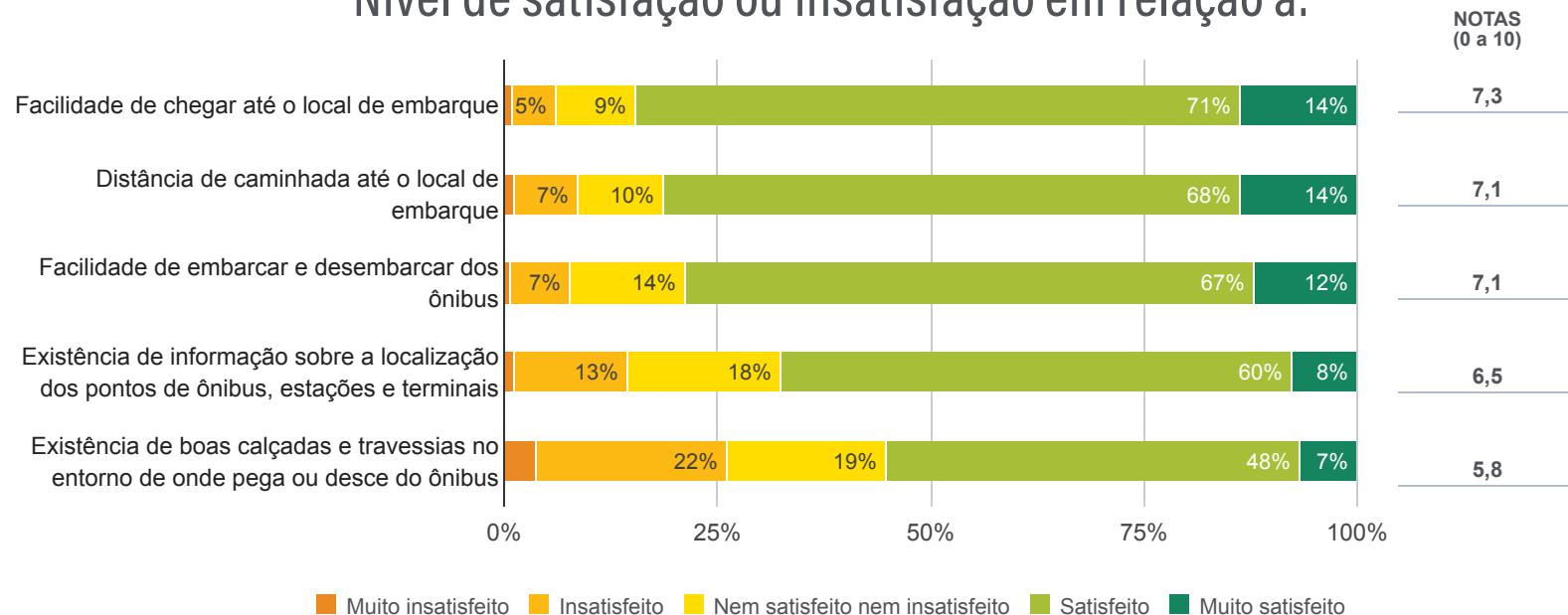
Nível de concordância em relação a:★



ACESSO AO TRANSPORTE

- O aspecto de Acesso ao Transporte com maior satisfação foi **Facilidade de chegar até o local de embarque** (7,3).
- O aspecto 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).

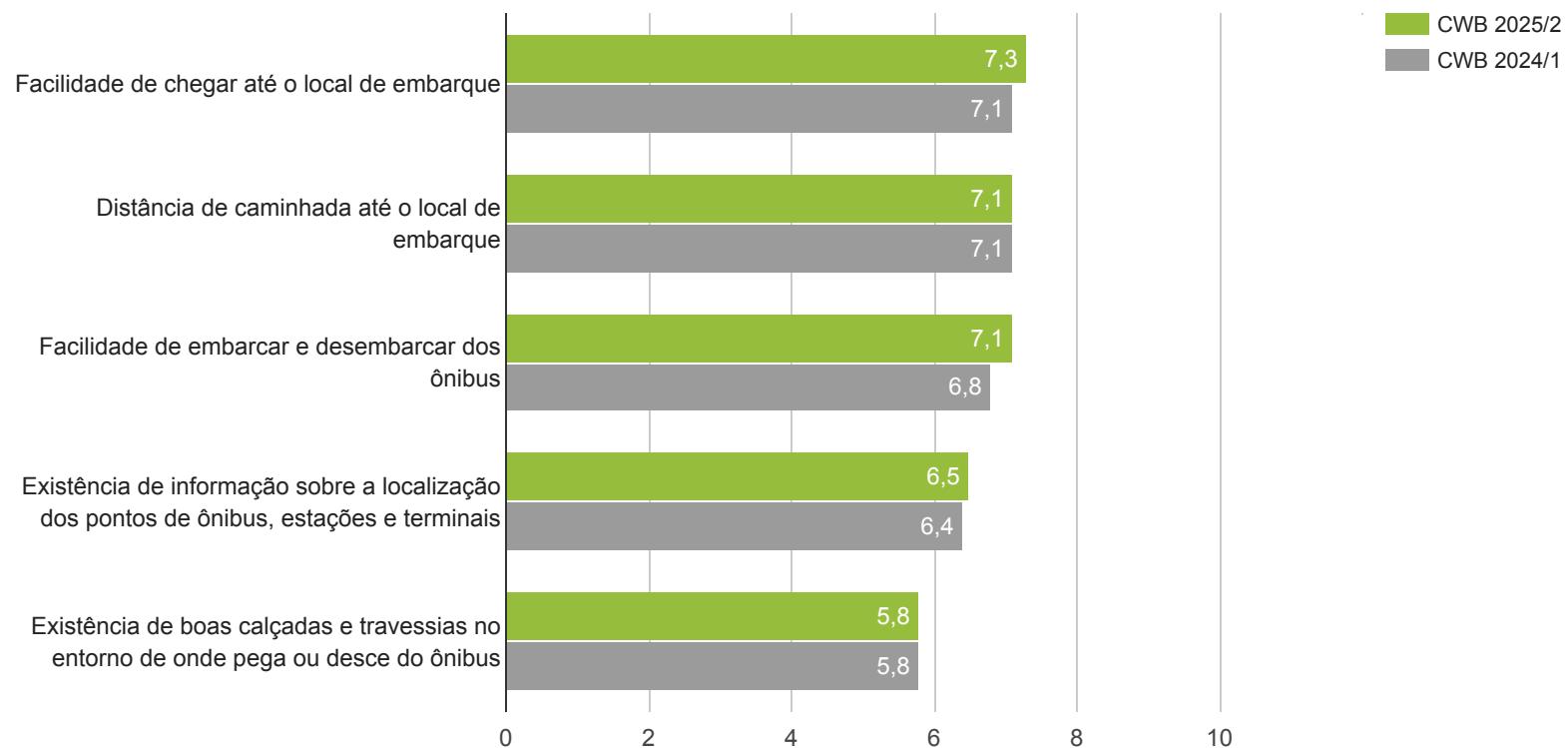
Nível de satisfação ou insatisfação em relação a:



ACESSO AO TRANSPORTE

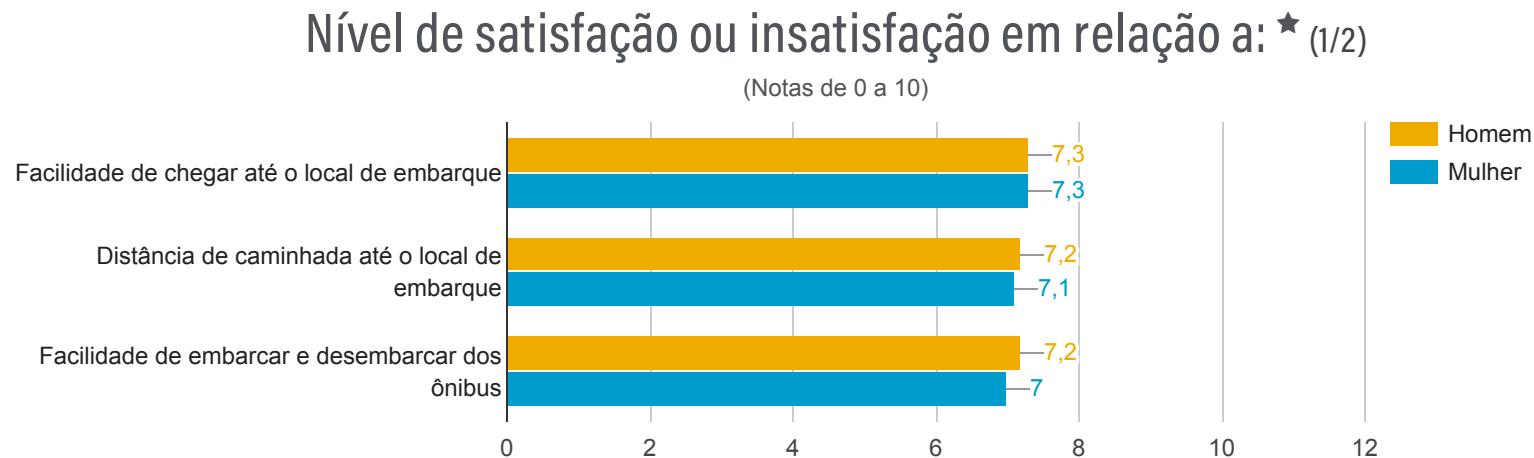
- Na comparação entre os anos de 2024 e 2025, nota-se que a avaliação se mostrou semelhante para todos os fatores entre os dois anos.

Nível de satisfação ou insatisfação em relação a:★



ACESSO AO TRANSPORTE

- Ao comparar o nível de satisfação entre homens e mulheres, nota-se que, em todos os fatores, homens e mulheres atribuíram avaliações semelhantes.
- O aspecto como menor satisfação entre homens e mulheres foi **Existência de boas calçadas e travessias no entorno de onde pega ou desce do ônibus** (5,9 e 5,7, respectivamente).

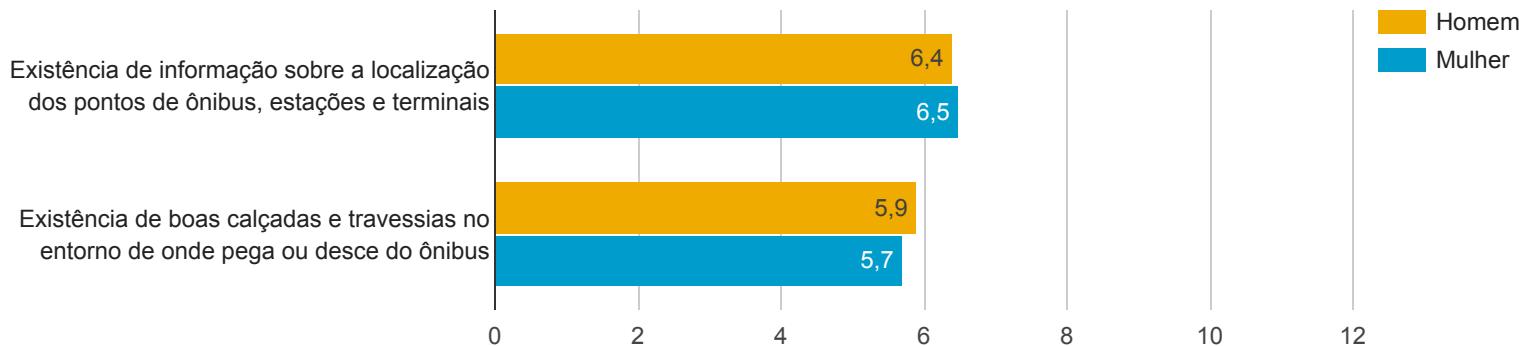


ACESSO AO TRANSPORTE

- Ao comparar o nível de satisfação entre homens e mulheres, nota-se que, em todos os fatores, homens e mulheres atribuíram avaliações semelhantes.
- O aspecto como menor satisfação entre homens e mulheres foi **Existência de boas calçadas e travessias no entorno de onde pega ou desce do ônibus** (5,9 e 5,7, respectivamente).

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

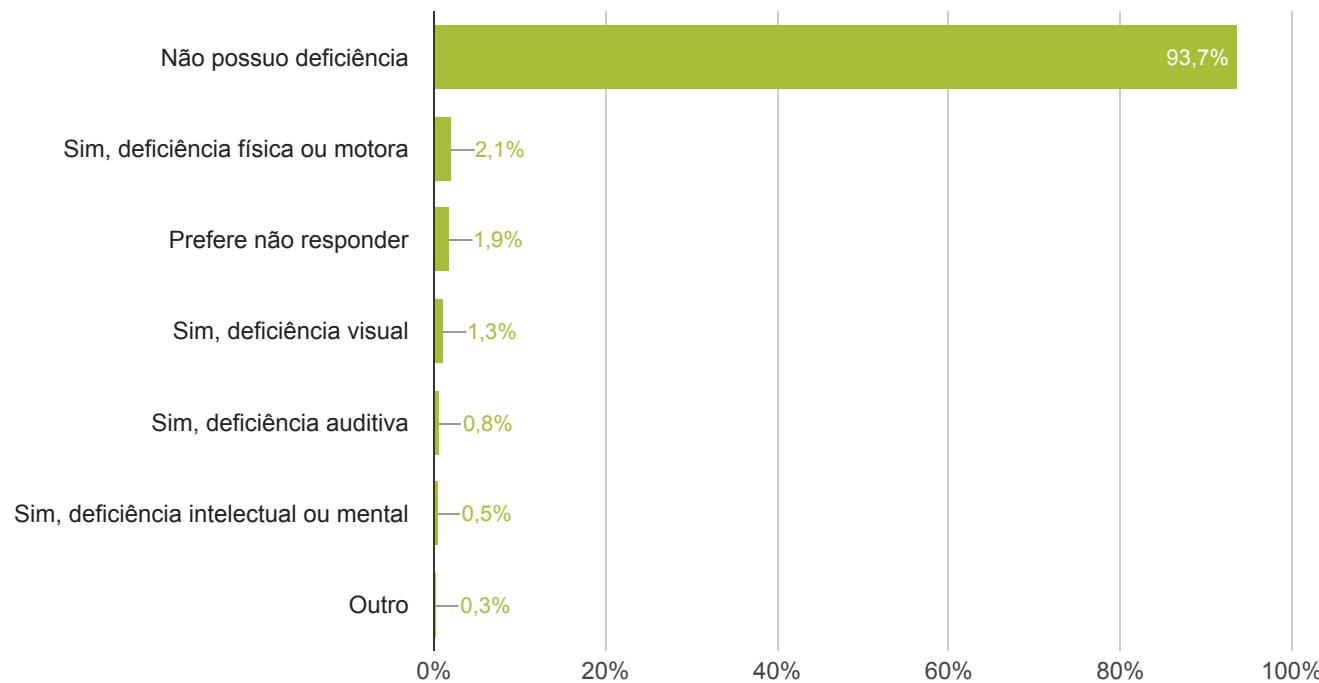
(Notas de 0 a 10)



ACESSO AO TRANSPORTE

- 5% dos clientes possuem algum tipo de deficiência.

Possui algum tipo de deficiência

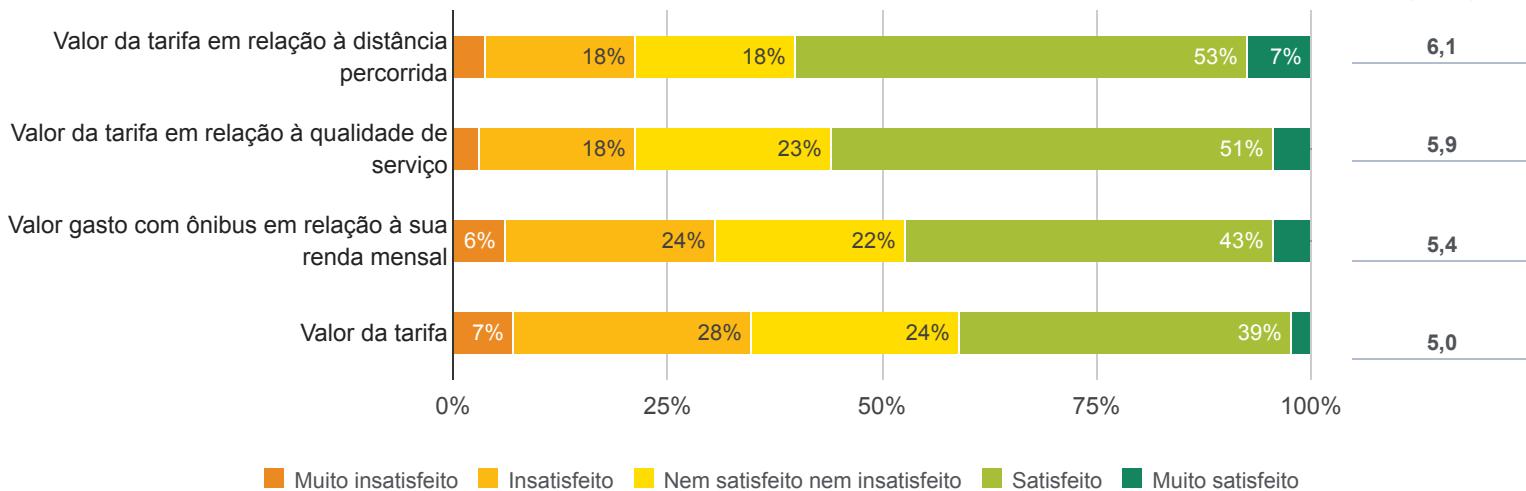


GASTO COM TRANSPORTE

- O item melhor avaliado é de **Valor da tarifa em relação à distância percorrida** (6,1).
- O item com menor satisfação pelos usuários é o **Valor da tarifa** (5,0).

Nível de satisfação ou insatisfação em relação a:

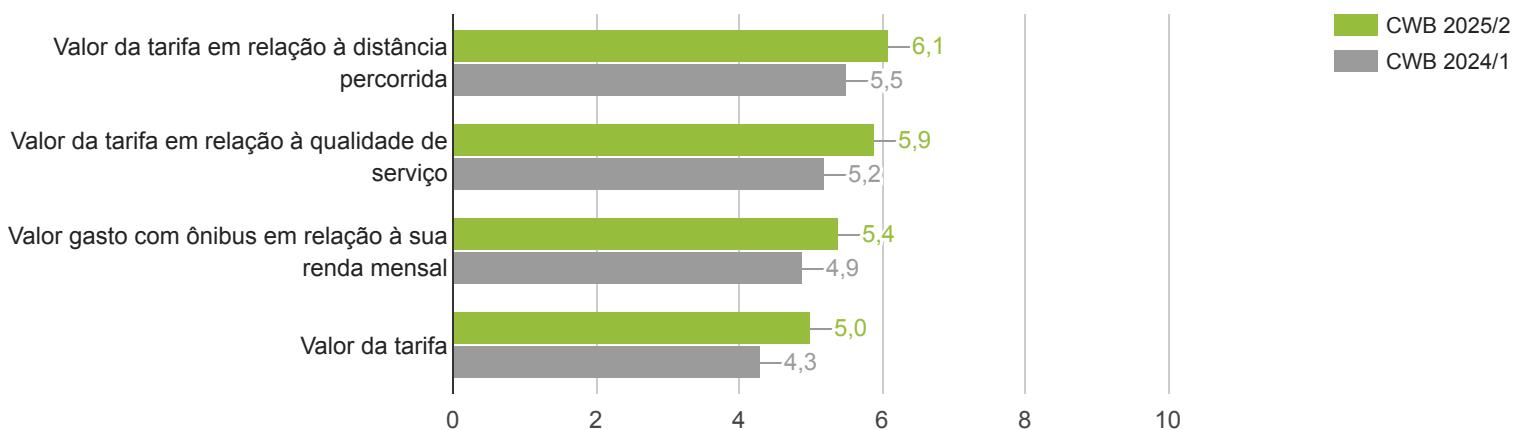
NOTAS
(0 a 10)



GASTO COM TRANSPORTE

- Na comparação entre os anos de 2024 e 2025, nota-se um aumento na satisfação de todos os aspectos analisados.

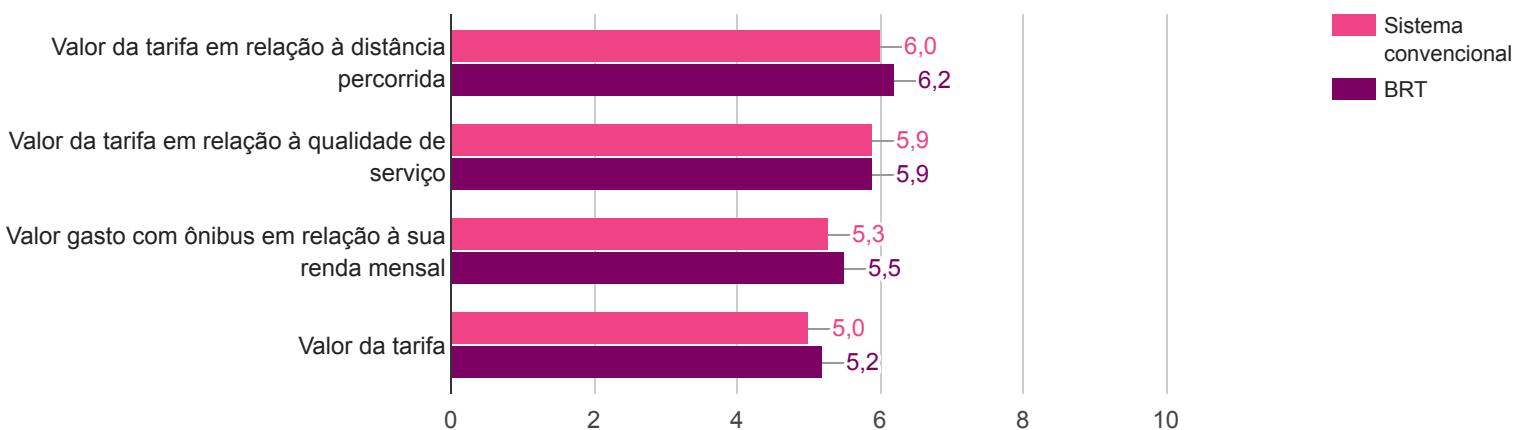
Nível de satisfação ou insatisfação em relação a:★



GASTO COM TRANSPORTE

- Os clientes do BRT são mais satisfeitos com nos aspectos: **Valor da tarifa em relação à distância percorrida** (+0,2), **Valor da tarifa** (+0,2) e **Valor gasto com ônibus em relação a sua renda mensal** (+0,2).

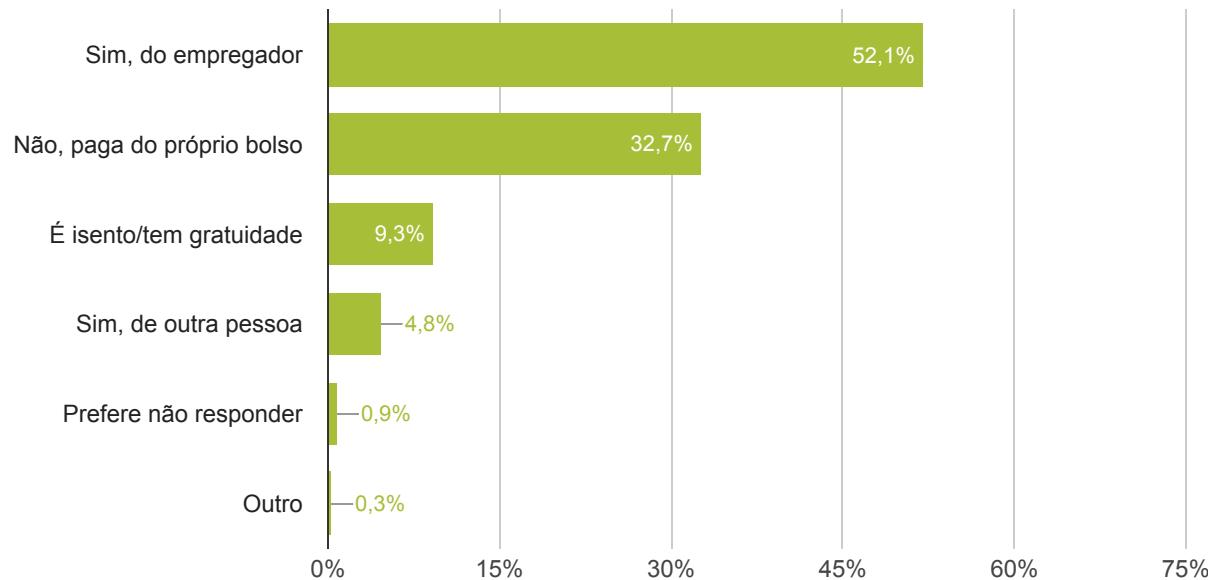
Nível de satisfação ou insatisfação em relação a:★



GASTO COM TRANSPORTE

- Cerca de 52,1% dos clientes recebem auxílio do empregador para arcar com os custos da tarifa.
- Cerca de 32,7% 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 (5,6). 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

- **Segurança pública** foi o fator de qualidade com menor nota de satisfação (4,9).
 - No que diz respeito a esse fator, 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. Recomenda-se a continuidade das ações voltadas à melhoria contínua da segurança pública no transporte coletivo da cidade, como a recente criação da Patrulha de Proteção ao Transporte Coletivo, que realiza rondas nas canaletas dos biarticulados e nos terminais de ônibus.
 - 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 de considerável interesse

OPORTUNIDADES

- **Exposição a ruído e poluição** ficou como segundo fator da qualidade com menor nota de satisfação (5,5).
 - Assim como no ano de 2024, aproximadamente 82% dos clientes são favoráveis a adoção de ônibus elétricos, de forma que a inclusão desta tecnologia pode contribuir com a melhoria da satisfação com esse fator da qualidade. A inclusão desta tecnologia proporciona uma viagem com menos ruído e trepidação, além de contribuir para a redução da emissão de poluentes.
 - O WRI Brasil se coloca à disposição para discutir a temática.

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 – 2025/2

Equipe técnica WRI Brasil

Cynthia Blank, Analista de Mobilidade Urbana

Juliano Hahn, Estagiário de Mobilidade Urbana

Edson Guimarães, Estagiário de Mobilidade Urbana

Equipe técnica Curitiba/URBS

Ogeny Pedro Maia Neto, Presidente

Sérgio Luís de Oliveira, Diretor de Mobilidade Urbana

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

Alex Debortoli, Gestor da Área de Operação do Transporte Coletivo

Edson Luis Bianchi Cândido, Coordenador da Unidade de Pesquisa e Coleta de Dados Operacionais

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

Clodoaldo Queiroz Valentim, Coordenador da Unidade de Gestão de Riscos