



Para ser relevante.

www.fdc.org.br



Programa de Pós-graduação em Gestão de Negócios

PROJETO APLICATIVO 2022

Prof. Marcos Leão

SEST SENAT | Serviço Social do Transporte
Serviço Nacional de
Aprendizagem do Transporte

ITL | Instituto de
Transporte
e Logística

**Programa de Pós-graduação em Gestão de Negócios –
FUNDAÇÃO DOM CABRAL**

**MARKETING E MERCADO – UM MODELO QUE DESENVOLVA E PROMOVA A
MELHORIA DO DESEMPENHO DO SEGMENTO DE TRANSPORTE URBANO DE
PASSAGEIROS DE MANAUS**

Betuel Pereira de Oliveira

Ederson Bruno de Azevedo Repolho

Jessica Carla Nascimento da Silva

Otacílio Negreiros Neto

Renata Nascimento Cóvas

MANAUS-AM

2022

Betuel Pereira de Oliveira
Ederson Bruno de Azevedo Repolho
Jessica Carla Nascimento da Silva
Otacílio Negreiros Neto
Renata Nascimento Cóvas

**MARKETING E MERCADO – UM MODELO QUE DESENVOLVA E PROMOVA A
MELHORIA DO DESEMPENHO DO SEGMENTO DE TRANSPORTE URBANO DE
PASSAGEIROS DE MANAUS**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à
Fundação Dom Cabral como requisito parcial para
a obtenção de grau de Especialista no Programa
de Pós-graduação em Gestão de Negócios –
FDC / SEST SENAT.

Orientador: Prof. Marcos Eugênio Vale Leão

MANAUS-AM

2022

AGRADECIMENTOS

Aos nossos familiares pelo apoio e compreensão em todos os momentos difíceis que enfrentamos no caminho de nosso aperfeiçoamento profissional.

RESUMO

O transporte coletivo de passageiros em Manaus, capital do Amazonas, enfrenta grandes desafios em função do crescimento populacional, pessoas que migraram de outros estados ou países próximos, em busca de oportunidades para sobrevivência em todos os aspectos das necessidades humanas. Decorrentes disso, o surgimento das grandes distâncias que precisam ser cobertas pelo sistema de transporte como, a expansão da cidade para assentamentos que tem origem na busca por moradias, empreendimentos imobiliários, loteamentos etc. Embora exista essa necessidade, toda a infraestrutura para atender a demanda está sendo afetada por conta dos transportes clandestinos, uber, mototáxi entre outros, que têm se expandido na cidade, fenômeno que encontrou espaço no mercado em virtude do período pandêmico, bem como, por oferecer valores atrativos e rapidez. Nessa urgência é preciso buscar soluções para atrair as pessoas para o uso de um transporte público coletivo que seja capaz de oferecer uma logística rápida com conforto e segurança. Este projeto teve por objetivo geral, propor um modelo que promovesse a melhoria do desempenho das empresas do setor e, como objetivos específicos, avaliar o desempenho atual das empresas desse segmento na capital do Estado, bem como, apontar os principais elementos de influência para a queda da demanda; levantar práticas de sucesso em relação ao desempenho de empresas de Transportes Urbano de Passageiros. A pesquisa utilizada teve por base a abordagem bibliográfica, as legislações de trânsito, o Plano de Mobilidade Urbana de Manaus-2015, entre outras literaturas de apoio. O projeto se mostrou viável a partir da criação de dois aplicativos, um para acelerar a logística da empresa, o outro para uso dos passageiros apresentando pacotes de bônus e outros serviços de alcance rápido. O projeto se mostrou viável e obteve aceitação em consulta ao público de seu interesse.

Palavras-chave: Transporte Coletivo Urbano de Passageiros. Tecnologia e Inovação. Aplicativos. Rapidez. Segurança.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1-Integração do Canvas com o Plano de Negócios	24
Figura 2-Análise SWOT	25
Figura 3- Quatro fatores da análise SWOT	25
Figura 4-O posicionamento da marca pode ser simbolizado por um funil	29
Figura 5-Elementos definidos a partir do posicionamento da marca	29
Figura 6-Relação entre a Análise das Demonstrações Financeiras e as Decisões de Investimentos	33
Figura 7-Estrutura de Governança Corporativa da SPTrans	57
Figura 8-Framework proposta de valor para o transporte público urbano de manaus	64

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1-Distribuição da população de Manaus por Zona (2010).....	45
Gráfico 2-Custos anuais dos impactos da mobilidade.....	48
Gráfico 3-Comparativo Manaus- 2015 / Curitiba -2021	50

LISTA DE QUADROS

Quadro 1-Linhas, Frotas e Viagens das Empresas nos Dias Úteis	49
Quadro 2-Stakeholders identificados	60

LISTA DE TABELAS

Tabela 1-Mobilidade nas cidades com mais de 60 mil habitantes em 2011.	47
Tabela 2-Distribuição Regional e Tipológica das Linhas do Transporte Coletivo do Serviço Convencional.....	50
Tabela 3- Estimativa de preço para banco de dados	698

LISTA DE SIGLAS

ACOP	Acordo Operacional de Transportes Coletivos
BRT	Bus Rapid Transit
CCO	Centro de Controle Operacional
CNT	Confederação Nacional do Transporte
EgIA	Avaliação de Impacto da Igualdade
ESG	Governança ambiental, social e corporativa
IMMU	Instituto Municipal de Mobilidade Urbana (IMMU)
PIM	Polo Industrial de Manaus
SINETRAM	Sindicato das Empresas de Transportes de Passageiros do Estado do Amazonas
SP Trans	São Paulo Transporte Cia.
TfL	Transport for London
WRI	World Resources Institute

SUMÁRIO

1 RESUMO EXECUTIVO	13
2 BASES CONCEITUAIS.....	16
2.1 O transporte de passageiros e a mobilidade urbana: oportunidades e ameaças	16
2.2 A construção da proposta de valor: estratégias, ferramentas e metodologias...	22
2.3 Branding e a construção de um re-posicionamento de mercado.....	28
2.4 Estudo de viabilidade para novos Projetos: principais análises e indicadores de atratividade.....	30
3 METODOLOGIA DE PESQUISA.....	344
3.1 Pesquisa Descritiva	344
3.2 Estratégia da Pesquisa: Pesquisa Qualitativa	366
3.3 Método de Pesquisa: Estudo de Campo	366
3.4 Instrumentos de Coleta de Dados:	37
3.4.1 Benchmarking	377
3.4.2 Levantamento documental:	388
3.4.3 Levantamento bibliográfico:	388
3.5 Métodos de Pesquisa para análise da situação atual:	399
3.5.1 Pesquisa Documental, Pesquisa Bibliográfica, Entrevistas.....	399
4 LEVANTAMENTO E ANÁLISE DE INFORMAÇÃO DO SETOR.....	399
4.1 Análise do Setor.....	399
4.1.1 O Transporte urbano em Manaus.....	433
4.1.2 Fatores que influenciam a queda de demanda pelos serviços de transporte urbano por ônibus de passageiros em Manaus	466
4.2 Benchmarking / Realidades Organizacionais	511
4.2.1 Práticas de sucesso na retomada de demanda em serviços de transporte urbanos rodoviários de passageiros	533
4.3 Ideia conceito do modelo para estimular o crescimento da demanda, melhorar o desempenho e otimizar tempo do usuário final no Transporte Urbano de Passageiros em Manaus	588
4.4 Avaliar a percepção dos principais stakeholders sobre a ideia conceito.....	60
5 DESENVOLVIMENTO DA PROPOSTA DE SOLUÇÃO.....	633
5.1 Revisão do Framework do modelo de valor.....	633
5.1.1 Detalhamento do Framework	644
5.2 Análise de viabilidade para o Modelo.....	666
5.2.1 Viabilidade Técnica	666
5.2.2 Viabilidade Estratégica	677
5.2.3 Viabilidade Operacional.....	677

5.2.4 Viabilidade Financeira.....	688
5.3 Plano de implementação do projeto	699
5.3.1 Cronograma de execução do Projeto	71
6 Conclusões e recomendações.....	72
REFERÊNCIAS	74
APÊNDICE - ENTREVISTA REFERENTE AS IDEIAS CONCEITOS PARAMELHORIA DO TRANSPORTE PUBLICO DA CIDADE DE MANAUS-AMAZONAS.....	80
ANEXO – População por Zona em Manaus.....	13

1 RESUMO EXECUTIVO

A realização deste projeto aplicativo surgiu a partir da reflexão do serviço oferecido e da demanda no Transporte Urbano de Passageiros de Manaus, o tema está delimitado na perspectiva da promoção da melhoria e do desempenho das empresas que operam no setor.

Para a construção da proposta, o benchmarking foi utilizado na análise estratégica do setor, bem como, para avaliar as realidades organizacionais pesquisadas e suas demandas. Outro conceito utilizado foi branding, com efeito, quando orientado ao consumidor, constrói vantagens competitivas e sustentáveis, possibilitando ao segmento elaborar um reposicionamento de mercado.

As políticas públicas estão consubstanciadas em todos os seguimentos da sociedade, sendo assim, compõem o elemento essencial para o desenvolvimento deste tema. Em destaque a Lei nº 2428, de 07 de maio de 2019, que apresenta a estrutura organizacional do Instituto Municipal de Mobilidade Urbana (IMMU) com finalidades vinculadas diretamente à Casa Civil, sendo esta uma integrante da Administração Indireta do Poder Executivo, com personalidade jurídica própria, autonomia administrativa e financeira. Entre as suas atribuições destaca-se:

XIII - elaborar políticas públicas voltadas ao transporte público de passageiros urbano e ao pleno exercício do poder de polícia administrativa dos setores que lhes são afetos;

XV - planejar, implantar e operar as conexões intermodais de transporte;

XVII - intervir no serviço de transporte coletivo urbano, na forma do regulamento respectivo, de modo a evitar a descontinuidade do serviço de transporte, em atendimento aos princípios constitucionais que norteiam os serviços públicos;

XXI - analisar e autorizar os polos geradores de viagens, com vistas à adequação de projetos que causem impactos na infraestrutura do transporte coletivo. (LEI Nº 2428, DE 07 DE MAIO DE 2019 *grifo nosso*)

Das políticas públicas para o transporte de passageiros, a segurança, a valorização do tempo e o conforto do usuário desses serviços devem estar sempre antes de qualquer implantação de mobilidade urbana, a exemplo da implantação de conexões intermodais, ou seja, uso das melhores alternativas modais de transporte em trechos e, principalmente garantir a continuidade dos serviços. Nesse contexto, é essencial estudar por meio de planejamento estratégico o funcionamento dos Polos Geradores de Viagens citados na legislação do IMMU para construir propostas sociais

de humanização dos serviços oferecidos, considerando que, é a partir desses polos que se observa o perfil dos usuários.

Para Lima Júnior e Gualda (1995) o desequilíbrio entre a oferta e a demanda de forma cíclica ao longo do dia é sazonal e ao longo do ano acarreta custos altos de imobilização de capital, com reflexos evidentes na produtividade da operadora. A elaboração do modelo de melhoria das empresas de Transportes Urbano de Passageiros de Manaus pressupõe viabilidade econômica e planejamento estratégico diante de fatores de sazonalidade como períodos letivos, datas festivas, ocasiões que preconizam aumento do fluxo de usuários do sistema.

As demandas por transportes, são naturalmente resultantes de outras demandas, sendo assim, ao observarmos a população economicamente ocupada em Manaus (IBGE, 2019) que corresponde a 23,7%, ou seja, 518.306 mil habitantes, podemos vislumbrar o impacto no sistema viário na cidade se não estiver preparada para atender esse número de usuários, levando em conta que Manaus só dispõe de um único modal como transporte coletivo urbano, que são os ônibus e, nenhuma estrutura de ciclovias ou transporte alternativo para grandes distâncias.

Os deslocamentos tanto por transportes coletivos como por veículos particulares, sem uma infraestrutura adequada, são a causa de inúmeros problemas sociais e ambientais. Daí refletirmos (LIMA JUNIOR e GUALDA,1995) sobre a atividade de transporte como parte de uma cadeia de eventos, cujo interesse está no cliente, que é parte do resultado final dessa cadeia.

A qualidade dos serviços que remetem a padrões nesse segmento como, pessoal treinado, veículos confortáveis, e no caso de Manaus, com boa condição de isolamento térmico e ar condicionado, por conta do verão amazônico, são questões pontuais que já deveriam ser superadas em condições contratuais para operacionalização das empresas na cidade.

Em Manaus o sistema de transporte coletivo opera de forma privada com nove empresas subsidiadas com repasse mensal que em 2019 era de R\$ 22 milhões, a capital tem a segunda tarifa mais cara do país, a despeito do quadro de isolamento pandêmico, foram mantidos até o final de 2021 o repasse para manutenção da meia-passageira estudantil e das gratuidades. (MESQUITA, 2022).

Ainda é uma questão sensível para as empresas de transporte em Manaus, a adesão espontânea a novos paradigmas mundiais de qualidade, como ESG Governança ambiental, social e corporativa.

Diante das peculiaridades do serviço de transporte coletivo em Manaus, e com a notícia recente de que o Governo do Estado anunciou repasse de R\$ 34,9 milhões para a Prefeitura de Manaus adquirir 12 ônibus elétricos, novas perspectivas podem oxigenar o mercado, e nesse contexto aquecer a competitividade, atraindo novos investidores para o segmento (MARQUES, 2022).

Com base em potenciais possibilidades de marketing e valorização do mercado, com substancial melhoria dos serviços, este projeto levantou alguns modelos de valor que apontam microssoluções, partindo da análise do posicionamento de stakeholders internos e externos, abordando ações estratégicas sociais com base em outros modelos que tiveram bons resultados em outras cidades. Ressaltando que as propostas aqui elaboradas têm o foco voltado para a realidade da cidade de Manaus.

O projeto será apresentado em 5 capítulos. O Capítulo 2 apresenta as Bases conceituais com os recortes de conhecimentos utilizados para sustentar as análises e propostas do projeto. No Capítulo 3, Metodologia contendo as referências para a concepção do projeto, instrumentos de coletas de dados com base em conceitos como benchmarking e métodos de pesquisa. O Capítulo 4 apresenta o levantamento e análise do setor do transporte urbano de Manaus e os fatores que influenciam a queda da demanda, além de apresentar exemplos de práticas de sucesso e o conceito embrionário da ideia de sucesso mais a percepção dos stakeholders. Finalizando com o Capítulo 5 do desenvolvimento da proposta de solução com os detalhamentos necessários para a viabilização do projeto, bem como, as conclusões e recomendações finais.

2 BASES CONCEITUAIS

2.1 O transporte de passageiros e a mobilidade urbana: oportunidades e ameaças

No cotidiano das pessoas existe uma premissa ligada ao aproveitamento do tempo, em muitas sociedades urbanas ‘tempo é dinheiro’. Diante dessa premissa, podemos observar a importância de todos os elementos de infraestrutura social ofertados para facilitação da mobilidade das pessoas. Nas cidades, o sistema de transporte de passageiros foi criado para facilitar o deslocamento das pessoas, com o objetivo de garantir uma melhor qualidade de vida para as populações, além de possibilitar uma diminuição no tempo gasto com percursos diários (VOLPATTO et. al., 2019).

O transporte público é para muitos o único recurso de mobilidade no espaço urbano para o acesso às instituições de educação, saúde e lazer e aos meios de produção. Segundo Henri Lefebvre, “o espaço urbano é o espaço social, construído material e simbolicamente por meio das relações que estabelecemos uns com os outros.” (LEFEBVRE *apud* SILVEROL, 2019, p.37).

Para que se tenha a dimensão da importância da mobilidade para a sociedade, deve-se ressaltar que, a qualidade do sistema de transporte público de passageiros é um dos itens mensuráveis para qualidade de vida das pessoas, bem como, um indicador do nível de desenvolvimento econômico e social das cidades.

Por conta do crescimento populacional nas cidades, os espaços físicos vão se expandindo formando uma trama que resulta em conurbação, que significa o encontro de tecidos urbanos de cidades diferentes, “definida por uma rede urbana de maior extensão, marcada por uma densa conectividade e fluxos de transportes, pessoas, mercadorias, serviços, entre outros.” (SILVEROL, 2019, p.41).

A velocidade do crescimento populacional, não é a mesma com que o poder público administra o cenário urbano das cidades, os problemas se agravam diante das condições sociais de sobrevivência nas áreas urbanas, exige das populações em vulnerabilidade social que se desloquem em busca de moradias sem ônus, pessoas desempregadas, sem qualquer fonte de renda ou vivendo na informalidade. Diante disso, a mobilidade urbana passa por problemas de infraestrutura, em geral, o poder

público começa a operar no modo emergencial ou provisório e este paliativo passa do substituto ao permanente em pouco tempo, sem soluções efetivas.

A mobilidade urbana possui múltiplos conceitos, entretanto, a chamada Lei de Mobilidade Urbana, Lei n. 12.587, de 3 de janeiro de 2012, aponta para propostas e soluções aos problemas gerados pelo grande número de veículos individuais e os seus impactos ambientais, sociais e discriminatórios que se evidenciam nas cidades brasileiras. Composta com 28 artigos, esta lei tem abrangência nacional, portanto, o Plano de Mobilidade deve ser compatível com os planos diretores, e quando couber, com os planos de desenvolvimento urbano integrado e com os planos metropolitanos de transporte e mobilidade urbana, conforme Lei nº14.000 incluída em 2020.

A Lei de Mobilidade Urbana preconiza a integração dos diferentes modais de transporte como, ônibus, trens e metrô, proposta que assimila a diminuição de custos para os usuários, além de possibilitar, em menos tempo, a cobertura de longos trajetos ligando as zonas de uma cidade. Com isso, alcança parte da população que reside em áreas distantes e precisa se deslocar para lugar de trabalho, estudo entre outras.

Em capitais como São Paulo o modelo de integração em ônibus oferece gratuidade na segunda tarifa no prazo de 3 horas, em outros modais, um desconto na segunda tarifa.

A Política Nacional de Mobilidade Urbana tem por objetivos:

- Reduzir as desigualdades e promover a inclusão social;
- Promover o acesso aos serviços básicos e equipamentos sociais;
- Proporcionar melhoria nas condições urbanas da população no que se refere à acessibilidade e à mobilidade;
- Promover o desenvolvimento sustentável com a mitigação dos custos ambientais e socioeconômicos dos deslocamentos de pessoas e cargas nas cidades;
- Consolidar a gestão democrática como instrumento e garantia da construção contínua do aprimoramento da mobilidade urbana. (MINISTÉRIO DAS CIDADES, 2013, p.9).

A acessibilidade é um conceito intrínseco à mobilidade, um termo que remete a possibilidade de autonomia nos deslocamentos, além das outras vertentes que designam acessibilidade como parte das políticas inclusivas para promoção da equidade. Nesse sentido, a acessibilidade oportuniza a interação entre as atividades cotidianas, no “deslocamento propiciado pelo uso do sistema de transporte”. (VOLPATTO, 2019, p.28).

Além disso, os sistemas de transporte públicos precisam estar fundamentados nos princípios da acessibilidade universal, atender as normas que estabelecem critérios para que os espaços se tornem acessíveis:

O espaço acessível, relacionado à autonomia nos deslocamentos, é aquele que pode ser alcançado por qualquer pessoa, inclusive aquelas com mobilidade reduzida. Assim, a acessibilidade universal é a possibilidade e a condição de alcance para a utilização de edificações, do espaço e de equipamentos urbanos com segurança e autonomia, conforme aponta a norma NBR 9050/2004 da Associação Brasileira de Normas Técnicas (VOLPATTO, 2019, p.28).

As ameaças ao transporte público de passageiros, se relacionam com fatores de desigualdade espacial, ocorre quando as condições atuais de transporte e trânsito têm sua “acessibilidade distribuída espacialmente de forma desigual no território e consumida de forma diferenciada.” (VOLPATTO, 2019, p.28).

Outro fator que se tornou uma ameaça, foi o incentivo a sociedade de consumo para adquirir transporte individual em detrimento a não priorização do transporte público, em virtude disso, o aumento de veículos trafegando nas vias desponta como um dos maiores problemas de mobilidade urbana.

Observa-se em meio ao elevado padrão de consumo um subjacente modelo de segregação espacial, o “sistema de transporte passa a contribuir para o problema da exclusão social, quando reproduz o modelo de segregação espacial, de concentração e de disponibilidade na área central e de indisponibilidade na periferia”.(VOLPATTO, 2019, p.29).

O tempo de deslocamento no transporte público também está relacionado às condições do trânsito e à infraestrutura das vias, pontos de embarque, estado de conservação dos transportes públicos, tudo que efetivamente possa interferir no tempo necessário para se cumprir um percurso e chegar ao lugar de destino. Os longos tempos de caminhada até o ponto de parada estão relacionados à limitada cobertura espacial das linhas e de pontos de transporte público, além disso, a ausência e precariedade das calçadas que conduzem aos pontos de embarque e desembarque prejudicam a mobilidade urbana.

O transporte público que opera na clandestinidade, cooperativas de taxi que ofertam o serviço ponto a ponto em grupos de pessoas por uma taxa acessível, são situações que podem interferir na demanda do transporte público.

Outra ameaça, do ponto de vista da demanda, é o home office que surgiu com força após o período de isolamento na pandemia do Covid-19, a mobilidade urbana

corporativa passou a avaliar a produtividade de seus colaboradores na perspectiva do aproveitamento do tempo e na qualidade de vida.

As oportunidades no segmento de transporte público urbano se delineiam em parte, pela perspectiva de solucionar problemas diante do colapso do serviço, bem como, pela necessidade de criar alternativas viáveis e compatíveis com a otimização dos custos da mobilidade urbana e para a minimização dos impactos ambientais, a exemplo do VLT.

O Light Rail Vehicle ou Veículo Leve sobre Trilhos - VLT é um modal que se destaca por sua versatilidade, é um trem de dimensões reduzidas e apesar de não comportar os mesmos volumes de passageiros em relação ao trem urbano e ao metrô, apresenta algumas vantagens tais como; movidos a energia elétrica ou biodiesel, pode carregar até quatro vezes mais pessoas que um ônibus, silenciosos, possuem controle automatizado, param diante de um obstáculo, velocidade reduzida em áreas de pedestres, por outro lado, pode chegar até 80km/h ou mais dependendo do lugar por onde trafega, como túneis ou lugares com pequenos muros de concreto.

O VLT possui elevado nível de conforto com piso baixo ao nível da calçada possibilitando melhor acessibilidade. Esteticamente pode ter diferentes designs, trilhos em meio a lugares gramados, asfalto ou concreto, apresenta também altíssimo rendimento energético com o melhor custo x benefício.

Denominado transporte verde, o VLT é um veículo sustentável. A engenharia desse modal ressalta que o leito gramado proporciona um aumento na permeabilidade do solo, contribuindo com a redução dos efeitos das enchentes, ou seja, em regiões tropicais oportuniza a redução das ilhas de calor, possibilitando temperaturas mais agradáveis e um índice de umidade mais adequado, sem contar a vantagem com a redução da poluição causada por veículos movidos a combustíveis fósseis. (MACEDO, 2020).

A eletromobilidade é outra oportunidade no segmento de transportes públicos a ser considerada a partir da análise de multicritérios no processo de tomada de decisão, no que se refere ao carregamento de trólebus em movimento para substituir ônibus a diesel em linhas específicas.

Além disso, defende-se que o contexto local deve ser examinado, incluindo características dos sistemas de transporte público já existentes, avaliando a substituição dentro de um cenário adequado considerando a análise de custo-benefício. (WOLEK; JAGIELLO; WOLANSKI, 2021).

Segundo o Movimento Respira São Paulo (2016), a eletrificação do transporte público herda a história dos bondes elétricos, advindos destes, os ônibus elétricos híbridos, elétricos com célula de hidrogênio, com super-capacitores e o elétrico com baterias.

Entre as oportunidades, é importante frisar que o investimento em veículos sustentáveis pode absorver um conjunto de práticas sustentáveis como o Environmental, Social and Governance (ESG), que em português é traduzido como Ambiental, Social e Governança (ASG).

O ESG surgiu em 2004 com o propósito de regular os investimentos das grandes corporações por meio de avaliações sustentáveis, o acrônimo vai além da visão ambiental, absorve a visão social e se fortalece a partir da governança, assim sendo, “tornou-se um filtro na hora de tomar decisões em governanças corporativas” (TELLES, 2022, p.52).

O acordo entre a ONU e o Banco Mundial, deveria produzir instrumentos reguladores nos meios financeiros que fossem sensíveis à preservação do meio ambiente.

No entanto, a adoção de uma abordagem de investimento ESG é constantemente confundida com filantropia e promoção da consciência social, que estão mais ligadas a técnicas de investimento de integração socialmente responsável (SRI) e investimento em organizações sem fins lucrativos. Para mitigar esse equívoco, as autoridades de mercado poderiam definir oficialmente o que é Investimento ESG, por meio de instrumentos de certificação alinhados a essa abordagem de investimento, assim como os distribuidores financeiros poderiam educar sua força de trabalho para explicar melhor as características dos produtos ESG a investidores potenciais. (AMADO NETO et. al. 2022, p.94).

Esta prática que revolucionou o mundo dos investimentos, aponta que “indústrias sensíveis produzem melhor desempenho ESG em mercados emergentes, porque estão mais preocupadas com sua própria reputação e imagem de marca”. (AMADO NETO et. al. 2022, p.94).

Além disso, os investimentos em transporte público eletrificado configuram naturalmente uma alternativa necessária e compatível com a visão do ESG, principalmente quando se constata o alto impacto dos veículos à combustível fóssil no meio ambiente. Um único ônibus utilizado em média 16 horas ao dia, consome 40 mil litros de diesel ao ano, o que equivale a 100 toneladas de CO₂ lançados na atmosfera.

Como exemplos de políticas públicas que contribuem para a redução de emissões atmosféricas veiculares destaca-se o Programa de Controle de

Poluição do Ar por Veículos Automotores (PROCONVE) que, em novas fases (L7 e L8), implementará restrições severas às emissões por veículos pesados, a partir de 2023 (MMA, 2018). Ademais, outros programas também colaboram para a redução de emissões. O Programa Rota 2030 - Mobilidade e Logística (MDIC, 2018b), a partir do estabelecimento de requisitos obrigatórios para a comercialização de veículos novos produzidos no Brasil ou a importação de veículos novos, incluirá metas de aumento de eficiência energética para esta categoria de veículos. Ademais, o mandatório de uso de percentuais de biodiesel no diesel fóssil, estabelecido pelo Programa Nacional de Produção e Uso do Biodiesel (PNPB) também favorece a redução de emissões (EPE, 2005). Lançado em 2004, o programa teve como objetivo a implementação de forma sustentável, tanto técnica como economicamente, da produção e uso do biodiesel, com enfoque na inclusão social e no desenvolvimento regional. (EPE, 2020, p.5).

Observa-se que a redução no uso de combustíveis fósseis segue uma política de controle que preconiza restrições severas a partir do ano de 2023, nesse contexto, o transporte público urbano está rigorosamente inserido. Para tanto, a renovação da frota de ônibus passa por questões como a necessidade de infraestruturas para recarga e outras tecnologias em torno do modal.

Os modelos de ônibus elétricos utilizados em São Paulo, constituem um bom exemplo deste modal, são equipados com Motor Euro 5, elétricos movidos à bateria, BYD D9W, ônibus de tecnologia chinesa que possui 250 quilômetros de autonomia, permitindo rodar o dia inteiro, retornando à noite para recarregar, em média num período de três horas. (SPTRANS, 2019).

A energia para recarga é por meio de fazenda solar que é um empreendimento de painéis solares fotovoltaicos que absorvem a energia do sol e convertem-na em energia elétrica, transmitida para a rede elétrica pública de distribuição de energia. São construídas em solo e em geral distante dos centros urbanos.

Segundo a SP Trans(2019) cada ônibus elétrico em operação deixa de emitir 110 toneladas por ano de CO₂ na atmosfera, a estimativa é de que, 15 ônibus elétricos preservariam o equivalente a 12 mil árvores ao ano. Esses ônibus oferecem também, tecnologias embarcadas como ar condicionado, tomadas USB e wi-fi.

Além disso, a energia cinética dá ao veículo a capacidade de reverter a energia nos momentos de frenagem, permitindo a realimentação dos sistemas de baterias. De acordo com a SP Trans (2019), em 29,7 km de extensão, uma frota com 18 ônibus, transporta em média, 14,8 mil passageiros por dia útil.

Outro modelo de estrutura modal que oferece bons resultados é *Bus Rapid Transit* (BRT), corresponde a um sistema de ônibus biarticulado que roda em canaleta

exclusiva, um transporte de massa que consegue combinar a velocidade, confiabilidade e flexibilidade com baixo custo em comparação ao ônibus convencional, com sistema de bilhetagem e pagamento antecipado. Basicamente, este sistema de bilhetagem constitui uma forma de organizar e agilizar o transporte público, precisa de plataformas no mesmo nível do veículo e velocidade comercial elevada (BENEDETTI, 2013).

Observa-se que, o transporte público coletivo atual demanda qualidade, conforto, velocidade e maior cobertura geográfica aliada às questões climáticas e de sustentabilidade. Não obstante a isso, os meios para executar soluções de continuidade estão, em sua maioria, sob a tutela do poder público, o que constitui uma preocupação, pois, políticas públicas têm suas execuções e prioridades atreladas às propostas dos gestores eleitos, o que nem sempre reproduz o interesse das camadas populares que mais necessitam dos serviços públicos.

2.2 A construção da proposta de valor: estratégias, ferramentas e metodologias

A noção de valor é algo que atravessa a história do homem, a oferta de produtos é sempre maior e supera a expectativa dos consumidores. As empresas podem conquistar vantagens na forma como trabalham a sua margem de lucro e oferecer um valor capaz de atrair sua clientela compensando os investimentos. Logo, as ferramentas gerenciais são concebidas com a finalidade de preservar o valor percebido pelo cliente, com a intenção de preservá-lo e aumentar a clientela gerando vantagem competitiva para a empresa (DI SERIO; CAVANCANTI, 2009).

Existem inúmeras ferramentas gerenciais que podem ser aplicadas em diferentes segmentos e que auxiliem nas tomadas de decisão, entretanto, a eficácia destas se concentra no momento de sua aplicabilidade, ou seja, em que fase dos estudos estão sendo utilizadas e quais os objetivos almejados.

O Plano de Negócios é essencialmente uma ferramenta gerencial que detalha os objetivos de um empreendimento:

O plano de negócios em si não garante o sucesso da empresa ou sua lucratividade; no entanto, quando desenvolvido com boa qualidade, aumenta as chances do empreendimento, pois, através da reflexão e da compreensão das necessidades, cria bases sólidas para o monitoramento do modelo e da estratégia de negócios.(BERNARDI, 2019, p.10).

Como citado, o Plano de Negócios bem elaborado oferece uma visão clara de todos os envolvidos nas etapas da organização, proporciona o monitoramento dos objetivos, estratégias, investimentos e concentra a atenção na análise do ambiente de negócios, bem como, no estudo da viabilidade do modelo de negócio proposto.

Subjacente ao Plano de Negócios estão as metodologias que farão parte das estratégias para que os objetivos sejam alcançados, por exemplo, a metodologia para a construção do modelo de valor Canvas, ou curva de valor, relaciona e auxilia no monitoramento das estratégias em que “todos os valores do cliente estão em um eixo horizontal e a extensão na qual cada valor está sendo satisfeito no eixo vertical” (CASTRO, 2018).

Segundo Castro (2018, p.85) “a construção do Canvas do Plano Estratégico de Marketing é um processo incremental que exige a mobilização de todos os stakeholders envolvidos e de todas as informações colhidas nas etapas de diagnóstico e análise de mercado”.

O modelo de negócio Canvas segundo Dornela et. al. (2018) foi criado e proposto originalmente por Alexander Osterwalder e Yves Pigneur, partiu da concepção de uma startup que foi em busca de um modelo de negócio sustentável e replicável. No caso de empresas maiores, a busca é para executar modelos de negócios comprovados.

O Canvas pode ajudar muito na fase de análise da oportunidade, uma etapa importante do processo empreendedor e que ocorre antes do plano de negócios. Se o empreendedor aplicar o Canvas e complementar a análise com uma pesquisa de mercado primária, ele terá informações bastante completas para decidir se segue em frente com ou sem um plano de negócios tradicional estruturado, ou seja, se coloca a empresa para funcionar testando suas hipóteses ou se analisa com mais cuidado e critérios a viabilidade do negócio através de um plano de negócios tradicional. (DORNELAS et. al., 2018, p.14)

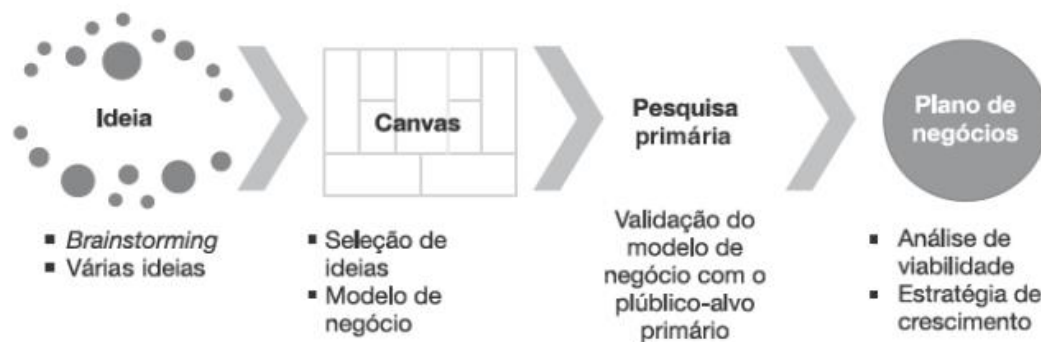
Os critérios atribuídos ao Canvas derivam da possibilidade de consolidar, de forma esquemática, as principais dimensões do planejamento de marketing que se baseia no aspecto visual, didático e iterativo. Preconiza a praticidade na apresentação, no sequenciamento na elaboração do planejamento estratégico e permite o entendimento e a vivência da natureza sistêmica, integradora e incremental do processo de desenvolvimento do plano.

Em cada uma das etapas de construção do CANVAS é desenvolvida uma parte de um grande estudo de caso, as quais vão se somando, dando origem, ao final, a um exemplo completo de um Plano Estratégico de Marketing para ilustrar o objetivo pretendido por este livro, potencializando seus resultados e enriquecendo o aprendizado dos leitores. (CASTRO, 2018, p.85).

O Canvas proporciona o passo a passo com base em uma estrutura de tópicos a serem seguidos, cada componente precisa apresentar, o que se pretende atingir, o conteúdo a ser desenvolvido, as questões a serem respondidas e as instruções de preenchimento, “simplificando o processo e tornando muito tangíveis os resultados concretos que podem ser obtidos”. (CASTRO, 2018, p.85).

Empresas de grande porte não costumam se arriscar diante de novos investimentos, a maioria dos negócios ainda demanda uma análise mais criteriosa e cuidadosa das viabilidades diante do mercado competitivo. Com efeito, Dornelas (2018) aponta que a integração do Canvas com o plano de negócios pode ser uma alternativa para se obter rapidamente planos de negócios simples e completos.

Figura 1-Integração do Canvas com o Plano de Negócios



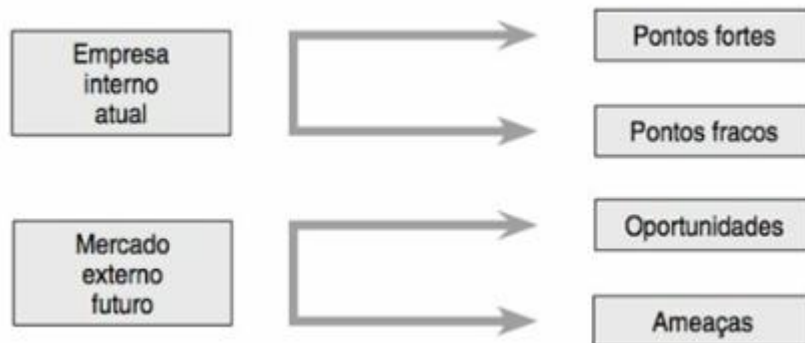
Fonte: DORNELAS et. al.2018.

Outra ferramenta de gestão que preconiza o diagnóstico detalhado sobre a situação atual da empresa sobre pontos distintos é a análise SWOT (ou FOFA). A análise SWOT é bastante conhecida em planejamento estratégico como parte integrante e de fundamental importância na elaboração do plano de marketing. O termo SWOT vem do inglês (*strengths, weaknesses, opportunities, threats*) e significa, respectivamente: forças, fraquezas, oportunidades e ameaças. Derivam do acrônimo os termos; pontos fortes, pontos fracos, oportunidades, ameaças/riscos.

Na concepção de Polizei (2013) é comum, no desenvolvimento da análise SWOT, a confusão entre pontos fortes e oportunidades, e entre pontos fracos e ameaças. Enfatiza que os itens forças e fraquezas, na verdade correspondem às características da empresa (dados internos), bem como, em geral exprimem informações presentes. As oportunidades e ameaças denotam os fatores de mercado

(dados externos), e estão associadas normalmente a informações futuras. Diante disso, Polizei elaborou um quadro explicativo conforme figura a seguir:

Figura 2-Análise SWOT



Fonte: POLIZEI, 2013.

Afirma Polizei (2013) que a estratégia de confronto produzida pela análise SWOT amplia o conceito a ser defendido no plano das ideias e as implicações decorrentes, ou seja, apresenta uma análise criterioso dos possíveis riscos organizacionais e como se antecipar a eles.

A análise SWOT, serve ainda para identificar ações subsequentes e relevantes do plano de marketing. Polizei (2013) apresenta uma combinação entre elementos-chave (aqueles mais favoráveis ao negócio a ser defendido) entre quatro fatores da SWOT, conforme a figura abaixo:

Figura 3- Quatro fatores da análise SWOT



Fonte: POLIZEI, 2013.

Esta ferramenta pode ser usada para estimular ideias e para melhorar o posicionamento competitivo de uma empresa no mercado. Como demonstra Polzei na estrutura detalhada dos quatro fatores na análise SWOT, é possível observar o movimento cíclico em torno de quatro ações efetivas; capitalizar, melhorar, monitorar e eliminar. Ações que dependem da combinação de informações internas e externas para gerar oportunidades e evitar riscos.

Além das ferramentas que podem ser utilizadas para construção de propostas de valor, existem estratégias que combinadas a metodologias, tornam robustos os resultados de análises de mercado e investimentos.

A estratégia do oceano azul (BIRKINSHAW, 2018) é composta de um conjunto de ferramentas para ajudar as empresas a identificar e “colonizar” oportunidades. O objetivo dessa estratégia não é acirrar a competição e derrotar seus adversários, pelo contrário, é tornar seus competidores irrelevantes ao se criar um novo limiar para o seguimento que se quer explorar, uma perspectiva totalmente nova.

Birkinshaw (2018) parte do pressuposto de que é necessário conhecer os valores do cliente, suas necessidades e desejos fundamentais, e elaborar novas maneiras de satisfazer esses valores. Recomenda utilizar também a metodologia Canvas para traçar um gráfico com o perfil da própria empresa na curva de valor, comparando-o com o perfil de concorrentes tanto próximos como distantes, para identificar até que ponto sua estratégia é diferenciada.

A estratégia do oceano azul surgiu da concepção de Kim e Mauborgne (BIRKINSHAW, 2018) ao dividir o mundo das oportunidades de negócios em duas categorias: oceano vermelho e oceano azul. Aos oceanos vermelhos atribuíram os setores estabelecidos, com fronteiras bem-definidas. Os oceanos azuis são os setores que ainda não existem, a demanda é criada e não conquistada em batalhas com os concorrentes, e as oportunidades de crescimento são abundantes.

Birkinshaw (2018) afirma que a concorrência nos oceanos azuis é irrelevante, porque as regras do jogo ainda não foram definidas, cita o exemplo da Apple, famosa por sua capacidade de identificar oceanos azuis e por ter criado, por exemplo, o mercado de venda legal de música na internet (iTunes) e o mercado de tablets (iPad).

Na prática a estratégia do oceano azul disponibiliza um amplo conjunto de ferramentas para analisar os clientes, entretanto, a essência do conceito diz respeito a obter algum tipo de insight criativo sobre um produto ou serviço que ainda não existe, uma condição difícil para quem está limitado a experiências prévias.

O autor apresenta a armadilha principal que atravessa o conceito do oceano azul:

Apesar do grande apelo do conceito da estratégia do oceano azul, uma importante limitação é o fato de as verdadeiras oportunidades de oceano azul serem muito raras. Muitos potenciais oceanos azuis acabam se revelando meras miragens ou mercados pequenos demais. Desse modo, o processo de elaboração de uma estratégia do oceano azul para sua empresa pode ser um tanto frustrante e muitas vezes gerar benefícios menos empolgantes do que os esperados. (BIRKINSHAW,2018, p.69).

Deste conceito estratégico pode-se extrair a concepção da dimensão do mercado a ser estudado, e a partir da cosmovisão, perceber as oportunidades que são ignoradas pelos concorrentes, fazer desse momento o grande ponto de virada para a empresa.

Outra metodologia combinada as estratégias que possibilitam a geração de valor na empresa, segundo Birkinshaw (2018) é o design thinking que trabalha com a projeção de ideias com intuito de saber como as inovações surgem em um ambiente de negócios para desenvolver novos produtos e serviços, com o propósito de criar uma cultura mais experimental e inovadora em sua empresa.

O Design thinking é uma abordagem à inovação que combina a análise racional tradicional com a originalidade intuitiva. Em vez de focar o desenvolvimento de novas e descoladas tecnologias ou esperar que alguém tenha um momento “eureka”, o design thinking implica uma repetição (iteração) entre esses dois modos de pensar. Caracteriza-se pela experimentação e prototipagem rápida no lugar de um planejamento estratégico meticuloso. (BIRKINSHAW,2018, p.93).

O design thinking é uma abordagem que faz a ponte entre as necessidades das pessoas e o que é viável em termos de tecnologia e de estratégia de negócios, tem bases em muitas ferramentas como o brainstorming, a inovação focada no usuário e a prototipagem rápida, e oferece uma metodologia para reunir essas várias ferramentas. (BIRKINSHAW, 2018).

Enquanto o método científico analítico cria parâmetros para análise de um problema e assim gerar uma solução, o design thinking atua na contramão desse raciocínio criando a perspectiva a partir de possíveis soluções. Além disso, em vez de usar o raciocínio indutivo ou dedutivo tradicional, o design thinking é mais associado ao raciocínio abduutivo que induz a criatividade e a inovação e introduz uma nova ideia. O design thinking emprega metodologia diferente das tradicionais, requisita diferentes tipos de pessoas. Birkinshaw (2018) classifica os designs thinkers como

pessoas que precisam ser: empáticos: ver o mundo pelos olhos dos outros; otimistas: presumir que sempre existe uma solução melhor; experimentais: querer testar novas ideias mesmo que muitas delas fracassem; e colaborativos: gostar de trabalhar com outras pessoas e não querer ficar com os créditos pelos resultados.

Na prática o design thinking rompe com a abordagem tradicional quanto ao modo de trabalho, em que a equipe precisa ser lembrada das diferenças de um processo orientado pelo design, isto requer antes de tudo, passar um bom tempo trabalhando até acertar a definição do problema e se preparar para percorrer várias iterações para encontrar uma solução.

2.3 Branding e a construção de um re-posicionamento de mercado

O conceito de branding é basicamente de interesse coletivo, o produto não sobrevive sozinho, ou seja, a oferta de serviço de transporte coletivo urbano, está fadado ao caos e à brevidade dos veículos, se sua existência se destina somente a cumprir o básico contratual, sem a visão humanizadora do serviço.

O transporte em massa é uma decorrência da mecanização da produção. Se produz uma grande quantidade de produtos em determinada região, é improvável que os consumidores daquela região sejam capazes de consumir toda essa produção. Portanto, é preciso transportar esses produtos para outras regiões, para que eles atinjam novos consumidores. Para isso, foi necessário mecanizar o transporte, com a construção de trens e estradas de ferro, bem como portos e navios de grande capacidade de carga. Os produtos de uma fábrica podiam, dessa maneira, ser escoados e atingir grande número de consumidores. (BEDENDO, 2019, p.42).

A mecanização dos meios de produção trouxe a necessidade da criação dos meios de transporte, entretanto, o transporte de passageiros ocorre numa vertente diferente, a mobilidade social precisa de uma atenção mais humanizada, contendo conforto, segurança e rapidez. Esse conceito humanizado pode ser pensado a partir do branding, concepções, desejos, tendências, todo um conjunto de ações e movimentos de mercado que obrigam a empresa a tomar uma posição tendo a sensibilidade de entender as necessidades do cliente, para não se tornar obsoleta.

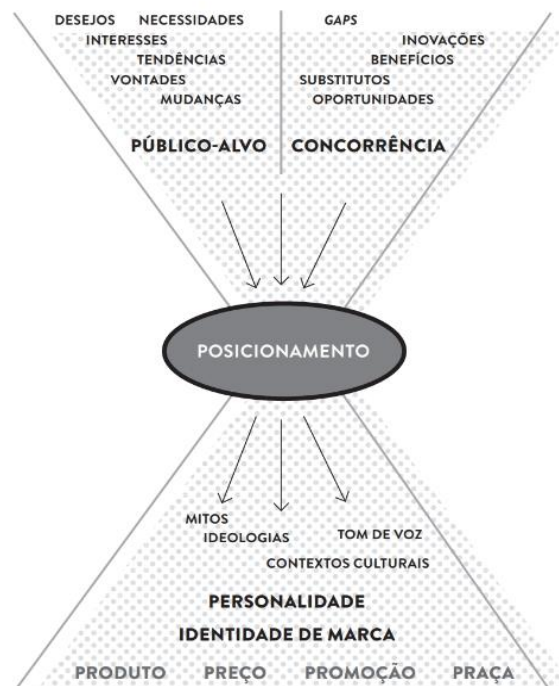
Figura 4-O posicionamento da marca pode ser simbolizado por um funil



Fonte: BEDENDO, 2019, p.140.

A partir desse movimento de adequação é que são criados os elementos que tornarão a marca forte ou presumivelmente competitiva no mercado.

Figura 5-Elementos definidos a partir do posicionamento da marca



Fonte: BEDENDO, 2019, p.141.

Observa-se que o processo que envolve a construção da marca, cria a identidade que vai resultar em um produto, preço, promoção e praça, gerenciado dentro de uma lógica de personalidade e credibilidade. Logo:

A identidade essencial deve ser trabalhada com associações fortes e relevantes que podem ser consideradas valores centrais para a marca e, portanto, não devem ser alteradas com o passar do tempo. Alterações feitas na identidade essencial acontecem somente em casos de atualizações mais drásticas de identidade, em função de mudanças significativas no ambiente competitivo (público-alvo e/ou concorrência) ou momentos de reposicionamento de marca. Qualquer alteração na identidade essencial deve ser feita com ponderação e cuidado, pois irá alterar a maneira como a marca é percebida no mercado. (BEDENDO, 2019, p.183).

Com efeito, os consumidores experimentam uma marca ou um produto que exercem sobre estes um efeito empático que, com certeza, operam no plano cognitivo por associação a valores preconizados por marcas fortes e relevantes.

2.4 Estudo de viabilidade para novos Projetos: principais análises e indicadores de atratividade

As ideias que contribuem para viabilização de qualquer projeto, devem estar naturalmente centradas em objetivos que permitam atingir as expectativas das partes interessadas. O percurso entre a criação de um modelo de projeto com base em ideias inovadoras e a sua execução, precisa estar balizado na viabilidade técnica, e garantir respostas eficazes e no tempo certo.

Outro aspecto que precisa ser considerado é o equilíbrio entre o impacto das respostas com o impacto potencial, por conseguinte, analisar a viabilidade diante da probabilidade dos riscos correspondentes e gerais do projeto. (DIAS, 2015).

Dias (2006) aponta a análise de viabilidades de um projeto a partir do fluxo de caixa projetado, que vai criar respostas a perguntas como: qual é o valor total dos investimentos; quando ocorrerão os dispêndios; quais são os benefícios esperados; a partir de quando a empresa poderá contar com os recursos que o projeto vai proporcionar e finalmente se o projeto é viável.

O fluxo de caixa envolve várias áreas da empresa, constitui um fator nevrálgico no cerne do projeto, está atrelado a estimativas de valores reais dos quais podem “comprometer não somente o projeto, como a própria empresa”. (DIAS, 2006, p.127).

Nesse contexto, os profissionais de marketing precisam ter em mãos as projeções econômicas da empresa, bem como, a situação do setor em que atua a empresa, conhecer a demanda e a concorrência.

Dias sintetiza o fluxo de caixa como:

Fluxo de caixa incremental: apresenta as alterações que vão ocorrer nos fluxos de caixa futuros da empresa, em virtude da aceitação e implementação do projeto. Para fins de análise de viabilidade de projetos, a periodicidade dos fluxos de caixa projetados é anual; e, em situações específicas, pode ser semestral ou trimestral. (DIAS, 2006, p.127).

Dependendo das alterações que possam resultar dos fluxos de caixa futuros na empresa, ou seja, quando as entradas são superiores às saídas ou quando o inverso acontece, e pelo fato de acontecerem em momentos diferentes, o termômetro dessas diferenças vai definir a aceitação ou não do projeto.

Estes diferentes momentos nos quais as entradas e saídas são projetadas, são calculadas com base nos conceitos do Valor Presente Líquido (VPL) e da Taxa Interna de Retorno (TIR).

O Valor Presente Líquido (VPL) é definido basicamente como o resultado da soma dos valores presentes das entradas de caixa menos o valor presente do investimento que reflete o valor presente líquido. (DIAS, 2006).

$$VPL = FC_0 + \frac{FC_1}{(1+i)^{p_1}} + \frac{FC_2}{(1+i)^{p_2}} + \dots + \frac{FC_n}{(1+i)^{p_n}} \quad (1)$$

Na explicação de Dias (2006) um VPL igual a zero significa que os fluxos de caixa do projeto são suficientes para restituir os valores investidos e proporcionar uma taxa de retorno equivalente ao custo de capital. Quando o VPL é positivo significa que os fluxos de caixa são suficientes para restituir os valores investidos.

Um projeto com VPL negativo denota que os fluxos de caixa do projeto são insuficientes para restituir os valores investidos e proporcionar uma taxa de retorno equivalente ao custo de capital. Logo, a riqueza da empresa, e conseqüentemente de seus acionistas, diminui. (DIAS, 2006, p.128)

A Taxa Interna de Retorno (TIR) representa basicamente a taxa de retorno esperada do projeto. É uma taxa de desconto hipotética com base nas projeções do fluxo de caixa em determinado período, considerando o VPL igual a zero conforme fórmula abaixo (DIAS, 2006).

$$\text{Zero} = \frac{\text{FC}_0}{(1+\text{TIR})^0} + \frac{\text{FC}_1}{(1+\text{TIR})^1} + \frac{\text{FC}_2}{(1+\text{TIR})^2} + \dots + \frac{\text{FC}_n}{(1+\text{TIR})^n} \quad (2)$$

Onde: TIR = Taxa Interna de Retorno

FC = Fluxo de Caixa

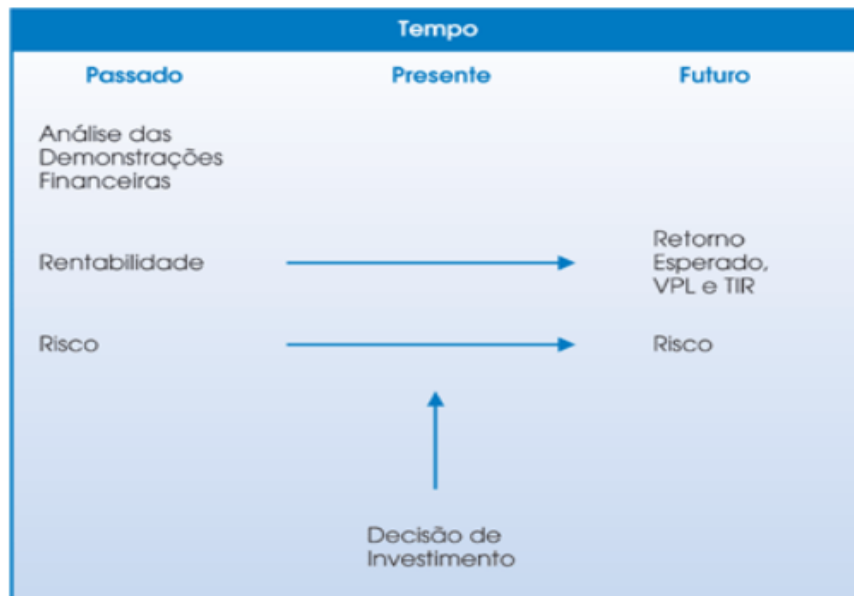
Preconiza Dias (2006, p. 128) que a “TIR menor que o custo de capital implica uma taxa de retorno líquida negativa, havendo uma diminuição na riqueza da empresa.”

O marketing de uma empresa precisa de indicadores financeiros para avaliar o próprio desempenho e o de seus concorrentes, os mais usados são os índices financeiros.

Os índices ajudam na análise das demonstrações financeiras porque resumem os dados contidos nelas. Seu cálculo é fácil: uma simples divisão, na qual o numerador e o denominador são obtidos nas demonstrações financeiras.(DIAS, 2006, p.128).

A análise horizontal e vertical resume e auxilia na compreensão destes índices, em que a análise horizontal apresenta a evolução das contas do balanço patrimonial e dos itens da demonstração de resultados, enquanto que a vertical mostra a participação relativa de cada conta do balanço em relação ao ativo e passivo total. Ambas apresentam a demonstração de resultados em relação à receita líquida do período, conforme figura abaixo:

Figura 6-Relação entre a Análise das Demonstrações Financeiras e as Decisões de Investimentos



Fonte: DIAS, 2006.

Aponta Dias (2006) que os indicadores mais relevantes para os profissionais de marketing são os índices de atividade e rentabilidade, para analisar o desempenho da empresa. Ressalta que a análise horizontal também é útil, pois podem ser feitas análises da evolução da empresa em relação a ações mercadológicas que foram efetuadas.

O Payback representa o tempo de recuperação do dinheiro que foi investido. Após calcular cada indicador para as propostas de investimentos é feita uma projeção de cenários para a tomada de decisão final. (JULIO, 2021).

Como um indicador de qualidade de investimentos o payback reproduz o último passo no acompanhamento e monitoramento dos resultados obtidos em cada investimento. O payback indica o tempo que ocorrerá a recuperação do investimento. Ou seja, quando o capital investido retornará para o bolso do investidor. Não está longe de apresentar riscos ao projeto ou certa desconfiança quanto a sua viabilidade, quanto maior o payback de um investimento, mais tempo será necessário para se obter o capital investido de volta.

Assevera-se que o payback deve ser utilizado apenas como um indicador, não servindo, isoladamente, como critério para seleção entre as alternativas de investimentos.

3 METODOLOGIA DE PESQUISA

Este trabalho está sistematizado na pesquisa descritiva. Subjacente a este método, pretende expor ou descrever as características do segmento de Transporte Urbano de Passageiros em Manaus. Para alcançar os objetivos deste projeto a proposta é utilizar a estratégia da pesquisa qualitativa, fazer estudo de campo por meio dos instrumentos de coleta de dados tais como, benchmarking, levantamento documental e levantamento bibliográfico.

Para a análise de mercado do segmento de transporte público é preponderante conhecer dados de demanda e oferta, verificar os documentos e bibliografias que cooperem para o entendimento da situação atual, bem como, traçar por meio de entrevistas ou outros instrumentos de coleta, o perfil dos usuários e outros elementos que possam contribuir para o entendimento do tema delimitado na pesquisa.

Malhotra (2013) pondera o marketing como uma função organizacional e um conjunto de processos para criar, comunicar e entregar valor para os consumidores e para administrar os relacionamentos com os consumidores de maneira que beneficiem a empresa e seus stakeholders (acionistas).

O tema construído nesta pesquisa está delimitado neste marketing de mercado preconizado por Malhotra em dois aspectos; como um processo, ao desenvolver um modelo para a geração de valor que contribua com o desempenho das empresas Transporte Urbano de Passageiro de Manaus e como efeito deste processo, estimular o crescimento da demanda para estes serviços. Nesse aspecto a pesquisa descritiva se alinha aos conceitos de Marketing de mercado por corroborar com a investigação dos fenômenos em torno da abordagem orientada ao consumidor.

3.1 Pesquisa Descritiva

O objetivo desta etapa é apresentar a metodologia que será utilizada na realização deste trabalho. Porquanto, será embasada na Pesquisa Descritiva que segundo Gil (2021, p.163) “é a estrutura preferida pelos pesquisadores que realizam estudos de caso descritivos que envolvem organizações”. Desta forma, é possível contextualizar o movimento diacrônico em torno de estruturas organizacionais,

políticas públicas e sociais, sistemas de produção e toda a cadeia de relacionamentos em torno de um fenômeno pesquisável.

A Pesquisa Descritiva apresenta-se como uma metodologia em que o pesquisador descreve situações, contextos, eventos e manifestações e os perfis por trás destes, os quais podem ser grupos, pessoas, comunidades, processos, qualquer fenômeno possível de ser investigado. Segundo os autores Hernández-Sampieri; Collado e Lucio (2013) os estudos descritivos, buscam características e traços importantes de qualquer fenômeno a ser analisado.

Na concepção de Malhota (2019, p.61) “a pesquisa descritiva pressupõe que o pesquisador possui grande conhecimento prévio a respeito da situação-problema”. O que significa ter um enunciado claro do problema e das hipóteses específicas. Na concepção descritiva é preciso decifrar os termos subjacentes; quem, o quê, quando, onde, por que e como, elementos necessários para descrever algo com clareza de observações.

Cervo e Bervian (2007) descrevem a dinâmica da pesquisa descritiva:

A pesquisa descritiva observa, registra, analisa e correlaciona fatos ou fenômenos (variáveis) sem manipulá-los. Procura descobrir, com a maior precisão possível, a frequência com que um fenômeno ocorre, sua relação e conexão com outros, sua natureza e suas características. Busca conhecer as diversas situações e relações que ocorrem na vida social, política, econômica e demais aspectos do comportamento humano, tanto do indivíduo tomado isoladamente como de grupos e comunidades mais complexas. (CERVO, 2007, p. 61).

Com efeito, o caráter dinâmico da pesquisa descritiva pressupõe outras ligações como aponta Vergara (2016):

A pesquisa descritiva expõe características de determinada população ou de determinado fenômeno. Pode também estabelecer correlações entre variáveis e definir sua natureza. Não tem compromisso de explicar os fenômenos que descreve, embora sirva de base para tal explicação. (VERGARA, 2016, p.49).

Por outro lado, Gil (2022, p.42) avalia que a pesquisa descritiva se aproxima da explicativa quando “vão além da simples identificação da existência de relações entre variáveis, e pretendem determinar a natureza dessa relação”. Embora tenham os seus objetivos, acabam servindo mais para proporcionar uma nova visão do problema, o que as aproxima das pesquisas exploratórias.

Tendo por base essa linha metodológica estabeleceu-se a estratégia, método de pesquisa e, os instrumentos de coleta de dados para realizar as análises dos

resultados obtidos. A pesquisa será direcionada de acordo com o tema delimitado, com o propósito de alcançar os objetivos propostos.

3.2 Estratégia da Pesquisa: Pesquisa Qualitativa

Situada dentro da abordagem relativista segundo Walliman (2015), a análise obtida pela pesquisa qualitativa procura relações e consequências nas interações que reproduzam uma linguagem significativa. Ou seja, na concepção relativista este tipo de pesquisa se desenvolve quando:

O pesquisador encontra um mundo que já sofreu interpretações; sua tarefa é revelá-las de acordo com os significados atribuídos pelos seres humanos, em vez de descobrir leis universais. Pode haver, portanto, mais de uma perspectiva e/ou interpretação de um fenômeno. (WALLIMAN, 2015, p.21).

Percebe-se que o pesquisador não somente observa o fenômeno de fora, mas está envolvido na situação estudada, é algo próximo e/ou que ele tem familiaridade. Numa visão enxuta e direta, Gil elenca a pesquisa qualitativa como:

A pesquisa qualitativa estuda o ambiente da vida real. Possibilita, então, capturar a riqueza da vida das pessoas, mostrando como enfrentam e prosperam nesse ambiente. A pesquisa qualitativa é adequada para pesquisar algo que ainda não está bem definido. Torna-se, portanto, muito útil como delineamento de estudos exploratórios, que têm como finalidade alcançar uma nova compreensão do problema ou a construção de hipóteses.

Embora não seja adequada para a determinação da causa dos fenômenos, pode contribuir para identificar os “porquês” que estão atrás dos dados estatísticos, construir hipóteses testáveis e desenvolver teorias. (GIL, 2021, p.17).

Nesse aspecto, a pesquisa qualitativa proporciona flexibilidade na elaboração dos questionamentos em torno do objeto pesquisado, o que favorece a pesquisa preconizada neste trabalho, possibilitando explicar com riqueza de informações os resultados que serão obtidos.

3.3 Método de Pesquisa: Estudo de Campo

Mattar (2014) aponta dois tipos básicos de pesquisas descritivas: levantamentos de campo e estudos de campo, e não encontra distinção precisa entre um e outro. Entretanto, afirma que os Estudo de Campo possui naturalmente média

profundidade e média amplitude, enquanto que, o Levantamento de Campo possui pouca profundidade e grande amplitude.

Ambas abordagens são plenamente justificáveis dependendo do tipo de estudo e seus objetivos:

O estudo de campo está menos preocupado com a geração de grandes amostras representativas de uma dada população, pois se ocupa do estudo medianamente profundo de algumas situações típicas. Os estudos de campo devem ser utilizados quando se estiver mais interessado em conhecer o inter-relacionamento entre as diversas variáveis que ocasionam um fenômeno e, principalmente, quando for difícil entender esse fenômeno sem compreender esse inter-relacionamento. (MATTAR, 2014, p.54).

Na concepção de Minayo (2015) o trabalho de campo consiste em levar para a prática empírica a construção teórica elaborada na primeira etapa do projeto.

O Estudo de Campo situa-se como uma fase da pesquisa em que:

[...] combina instrumentos de observação, entrevistas ou outras modalidades de comunicação e interlocução com os pesquisados, levantamento de material documental e outros. Ela realiza um momento relacional e prático de fundamental importância exploratória, de confirmação e refutação de hipóteses e de construção de teoria. (MINAYO, 2015,p.27).

Ao apontar a necessidade da pesquisa, o Estudo de Campo torna-se também, um elemento facilitador da compreensão e interpretação dos dados resultantes da coleta. Para esta pesquisa os instrumentos de Coleta de Dados que serão utilizados estão relacionados ao benchmarking, levantamentos documentais e bibliográficos.

3.4 Instrumentos de Coleta de Dados:

3.4.1 Benchmarking

Schmidt *et al.* (2006), reflete que todos os conceitos já elaborados para definir benchmarking como; melhores práticas no setor da indústria, processo contínuo de medição de produtos, medida ou padrão de comparação, entre outros, são consistentes, entretanto, limitam o uso da ferramenta à indústria. Assevera que esta ferramenta gerencial se aplica a qualquer ramo de atividade econômica, considerando a existência de parâmetros externos ou internos de excelência.

Recomenda Schmidt *et al.* (2006) o uso do benchmarking o quanto antes se já existirem parâmetros externos, descreve-os como:

Benchmarking competitivo: significa medir suas funções, processos, atividades, produtos ou serviços em relação aos seus concorrentes e melhora-los de forma que sejam os melhores do ramo ou, no mínimo, melhores que os seus concorrentes.

Benchmarking cooperativo: são fáceis de praticar, pois as empresas não são concorrentes diretas. Diferentemente do que ocorre no competitivo, este é realizado através de um processo de negociação onde ambos saem ganhando.

Benchmarking colaborativo: as empresas compartilham conhecimentos sobre uma atividade em particular.

Benchmarking interno: é uma forma de benchmarking colaborativo que muitas grandes organizações usam para identificar as melhores práticas internas e dissemina-las para todo o grupo.(SCHMIDT et al, 2006, p.152 -153 grifo nosso).

Neste aspecto, para que seja possível desenvolver um modelo que contribua com o desempenho das empresas de Transporte Urbano de Passageiro de Manaus, capaz de estimular o crescimento da demanda para seus serviços, é preciso buscar no mercado referências do segmento, utilizar um padrão comparativo, tendo em vista o benchmarking competitivo, com efeito, analisando a realidade atual das organizações.

3.4.2 Levantamento documental:

O levantamento documental parte do princípio da seleção de documentos, escritos ou não, denominados fontes primárias de informação, cuja temporalidade tenha a relação necessária com o fenômeno pesquisado no momento ou mesmo depois de sua ocorrência. Utiliza-se de três variáveis, “fontes escritas ou não; fontes secundárias; contemporâneas ou retrospectivas.”(LAKATOS;MARCONI, 2022. p.202).

Essa característica documental passa pelo crivo da autoria reconhecida, ocorre que em certos tipos de documentos não é evidente a característica primária ou secundária, acontece também com fontes não escritas.(LAKATOS;MARCONI, 2022).

3.4.3 Levantamento bibliográfico:

O levantamento bibliográfico segue um padrão de acordo com a escolha do tema. Este levantamento tem a finalidade de trazer ao pesquisador a familiaridade com o tema e sua delimitação.

Gil faz uma reflexão relevante acerca do levantamento bibliográfico, pode definir uma mudança inicial na pesquisa, visto que, “o contato com o material já produzido sobre o assunto poderá deixar claro para o pesquisador as dificuldades para tratá-lo adequadamente.” (GIL, 2022, p.59).

3.5 Métodos de Pesquisa para análise da situação atual:

3.5.1 Pesquisa Documental, Pesquisa Bibliográfica, Entrevistas.

Da pesquisa documental e bibliográfica espera-se o delineamento da situação atual concernente aos objetivos da pesquisa e atestando a sua relevância, além disso, ao realizar entrevistas é preciso:

[...]considerar que o levantamento, por basear-se essencialmente em informações proporcionadas pelos sujeitos da pesquisa, apresentará sempre algumas limitações no que se refere ao estudo das relações sociais mais amplas, sobretudo quando estas envolvem variáveis de natureza institucional. (GIL, 2022,p.110).

Entretanto, a entrevista é uma técnica bastante útil para se obter informações mais intimistas, acerca das expectativas das pessoas e seu entendimento dos fatos.

4 LEVANTAMENTO E ANÁLISE DE INFORMAÇÃO DO SETOR

4.1 Análise do Setor

A história da cidade de Manaus se desenvolveu principalmente através do sistema de transportes, em perspectiva do crescimento da cidade, impulsionando diversos desenvolvimentos no trajeto dos transportes desde a carroça, bondes e ônibus de madeira e metalizado. Desse modo, cada transporte possui uma influência direta com a modernização na cidade de Manaus iniciadas com as carroças no final do século 19, que realizavam o transporte de carga de coches ou carruagens e de pessoas.

Neste mesmo período, foi introduzido os bondes elétricos, vinculados a outros implementos de infraestrutura, promovendo o crescimento urbano durante o processo de comercialização da borracha no mercado internacional, criando grandes receitas para o poder público local e carregando recursos para a modernização urbana.

Para se estabelecer um entendimento sobre o sistema coletivo em Manaus, se faz necessário compreender o processo da evolução histórico do transporte coletivo na cidade. No que concerne aos primeiros serviços de transporte:

A cidade de Manaus teve seus primeiros serviços de transporte coletivo em 1896, dezesseis anos após o surgimento da energia elétrica através dos serviços de bonde como modelo de transporte oficial, durante a fase áurea da borracha. (MAGALHÃES, 2011, p. 78).

Outro marco importante de acordo com Magalhães (2011, p.78), foi em julho de 1947, os bondes foram substituídos pelos ônibus artesanais, sob a administração da concessionária inglesa. Durante um longo período, até o final do século 19 os deslocamentos urbanos em Manaus eram realizados de diversas formas sendo inicialmente a pé e segundo Magalhães (2014) por variados veículos como carroças puxadas por animais, a catraias (canoas) que favoreciam as travessias da população nas áreas onde os igarapés constituíam uma barreira natural.

Contava-se também com os coches ou carros de aluguel, por tração animal, além dos bondes elétricos que se destacavam na configuração viária por estarem em sintonia com os padrões de modernidade. (MAGALHÃES, 2014, p.31).

Em 1957, foi criada a Transportamazon com o objetivo de desenvolver uma parceria entre o setor público e o privado, voltada para o segmento de transporte do Estado como um todo, com especial atenção a transporte coletivo de passageiros.

O projeto criado pelo governo do Estado era audacioso e previa que a primeira frota seria adquirida com recursos públicos. Contudo, não houve um continuísmo e dentre outras dificuldades, também não existia um planejamento para a manutenção dos veículos, com resultados insatisfatórios a empresa foi desativada em 1969.

Em 1970 a Prefeitura de Manaus criou o Serviço de Transporte Coletivo de Manaus (STC), visando a melhoria do atendimento dos serviços realizados por ônibus. Durante o processo de urbanização em Manaus, o transporte coletivo passou por várias transformações, isso devido ao crescimento da população e o aumento demográfico na capital do Amazonas.

Conforme estudos de Machado e Guimarães (2019), no final da década de 1980, trafegou pela cidade o “Manecão” criado pelo prefeito Manoel Ribeiro, permanecendo nas ruas no período de 1986 até 1989, o ônibus rodava com exclusividade no bairro Cidade Nova, Zona Norte, em sistema de integração e a passagem variava conforme as distâncias e os lugares.

Um novo transporte coletivo urbano, surgiu com a aprovação da lei nº 595 de 1882 que autorizava o presidente da província contratar empresas interessadas em implantar um completo sistema de transporte moderno que combinasse com a atual realidade da cidade.

Santana (2017) afirma que com a implantação do Sistema Expresso em 2002, a frota de ônibus e articulados aumentou, mas, os problemas de falta de abrigos, superlotação, atrasos, veículos sucateados, falta de troco, e o péssimo atendimento, continuaram, assim como as greves e paralisações constantes.

Diante das crises econômicas, o sistema de transporte que passou por várias crises, em 1912 o centro comercial de Manaus refletia o ritmo da depressão, passando por poucas mudanças. As décadas seguintes foram marcadas por modestos investimentos, tanto que nos anos de 1930 poucos registros sobre a situação dos transportes urbanos foram localizados.

Segundo Magalhães (2011), nos anos quarenta e cinquenta a expansão da cidade é insignificante, o tecido urbano não foi modificado substancialmente e em 1951 a cidade foi dividida em 3 zonas: Zona central, zona urbana e zona suburbana. De modo geral, estes limites perduraram desta forma até os anos 60 onde, com a criação da Zona Franca de Manaus foram significativamente modificados. A cidade usufruía economicamente poucos recursos e maiores dificuldades, fatores que se refletiam inclusive em sua malha viária restrita que era bem restrita.

Em julho de 1947, a cidade passou a contar com os serviços de locomoção por ônibus, iniciativa do setor privado que, diante da falta de providências por parte do poder público e/ou da concessionária inglesa, colocaram em circulação os primeiros ônibus. Segundo Magalhães, estes ônibus de madeira possuíam as seguintes características:

Eram carros motorizados que recebiam carroceria de madeira e, apesar dessa característica, podiam atender com mais conforto aos usuários, por serem mais amplos, dispoendo alguns inclusive de bancos estofados. Estes veículos ampliavam as condições de circulação pelas vias urbanas e suburbanas das cidades, ao contrário dos bondes que, ao atenderem limites preestabelecidos, não tinham como acompanhar a dinâmica dos deslocamentos. Os ônibus podiam, em contrapartida, atravessar fronteiras, ir além, necessitando apenas que as condições viárias das cidades estivessem preparadas para a circulação dos veículos. Manaus, contudo, bem como outras cidades do país, não dispunha de grandes benefícios viários, especialmente nas áreas mais longínquas, onde o mínimo de investimento ainda não havia chegado (MAGALHÃES, 2011. p.104).

A introdução desses ônibus não trouxe grandes melhorias para os problemas em torno dos deslocamentos na cidade. Mesmo com as vantagens que os veículos motorizados apresentavam em termos de maior flexibilidade nos percursos em relação aos bondes, nas áreas suburbanas, os moradores enfrentavam dificuldades, muitas vezes caminhando grandes percursos para atingir as vias movimentadas por onde os carros podiam trafegar.

A partir de 1960 Manaus passa a experimentar novos centros, subcentros e espacialidades devido a implantação da Zona Franca que, contribuiu para a expansão horizontal da cidade e a descentralização com a criação de novos bairros nas zonas Oeste e Leste. Em termos de ganhos no âmbito social, se impôs uma nova configuração na forma de distribuição dos serviços de transportes coletivos em Manaus nos anos 1950, partindo da omissão do poder público, entretanto, forçado pelo novo modal e visando assegurar condições viáveis de garantia de mobilidade extensiva a toda sociedade foi necessário investir em novas áreas.

Diniz (1995) aponta que “o sistema de transportes se destaca pela sua capacidade de ampliar o espaço econômico, ao viabilizar a incorporação da fronteira e ao condicionar o sentido dos fluxos e do desenvolvimento regional”. Destas afirmações, poderia se concluir que as opções de transporte têm uma relação com o desenvolvimento de uma região. No caso da região Norte, a importância dada aos aspectos ambientais é muito grande e estes autores avaliam que isso pode ser justificado pelas especificidades do ecossistema amazônico e pela dificuldade de manter um equilíbrio entre o ambiente e as atividades humanas, especialmente aquelas relacionadas com urbanização e mobilidade de pessoas e cargas.

A cidade de Manaus cresceu e continua a crescer em um ritmo acelerado, em uma primeira fase populacionalmente e horizontalmente, em um segundo contexto, horizontalmente e cada vez mais à norte devido às políticas habitacionais do, minha casa minha vida que empurram as populações mais pobres para longe do centro sem medir tais consequências. Todavia à medida em que novos bairros surgem, a Empresa Municipal de Transportes Urbanos (EMTU), criada em 1977, com a necessidade de intervenção do poder público no setor, distribui novas linhas as empresas que apesar de concorrerem entre para obter o direito de exploração, usam do contexto de falta de infraestrutura para justificar a negligência no atendimento.

A frota de ônibus e articulados só aumentou em 2002 com a implantação do Sistema Expresso, que previa um corredor exclusivo para ônibus com plataformas de

embarque e desembarque, que acabaram sendo construídas nos canteiros centrais das vias. Entretanto, problemas como abrigos, superlotação, greves e paralisações constantes, falta de abrigos, atrasos, veículos sucateados, falta de troco, entre outros ainda são uma realidade na cidade que clama por um maciço investimento no setor.

Para Lima (2011), fica clara, a ideia da “coisificação do usuário”, ou seja, desde que pague a tarifa e dê lucro, não importam as condições em que o cidadão utilize o transporte coletivo, sendo de resto o responsável pelos problemas. Segundo Bentes (2014), o acesso ao transporte coletivo é um importante indicador para identificar o bem-estar da população, pois possibilita seu deslocamento na cidade, para fins de trabalho e outras necessidades. Ainda segundo a autora no final da década (2010), a problemática do transporte coletivo em Manaus continuou sem solução e ainda mais agravada.

4.1.1 O Transporte urbano em Manaus

A cidade de Manaus é a maior da Região Norte no Brasil, ocupa uma área de 1.401,092 km², com densidade demográfica de 158,06 hab./km², IDHM 0,737 (2010) e PIB/ Perca pita de R\$ 38.880.73. A capital do Estado do Amazonas representa 0.7258% de território no Estado. A população na capital foi estimada em 1.832.426 habitantes (IBGE, 2011).

Dentre os planos de expansão da cidade, destaca-se o PDLI – Plano de Desenvolvimento Local Integrado de 1972, com o propósito de orientar o crescimento da cidade para os dez anos seguintes, nessa ocasião a cidade teria seus espaços reformulados pela primeira vez, isso ocorre conjuntamente, no momento em que o país passava por um avanço em termos de planejamento urbano (PMM, 2015).

Nesse período que surgiu em Manaus o conceito de conjunto habitacional, com os conjuntos Dom Pedro I e II, Kissia 1 e 2, Débora, Tiradentes, Sargentos, Petros, Manauense, Vieiralves, Parque das Laranjeiras, Castelo Branco, Japiim, São José Operário, entre outros. Além, do maior projetado na cidade com dez mil habitações, denominado Cidade Nova, que levou a fronteira da cidade para os limites Norte e Leste.(PMM,2015).

O PDLI (PMM, 2015) preconizava a criação de uma grande avenida Leste-Oeste para dar vazão ao sistema de transporte de massa advindo dessas regiões que logo seriam populosas. Como uma grande arterial esta grande avenida seria

interligada por rotatórias, bem como, com 3 coletoras como opção à única via existente, Norte-Sul, a Av. Constantino Nery. Entretanto, as 3 vias coletoras foram suprimidas do projeto original, daí observarmos que a Constantino Nery se tornou a única via de acesso ao centro da Cidade.

A proposta inicial de um crescimento populacional planejado não alcançou êxito, com os impactos da política de integrar a Amazônia à economia nacional através do Polo Industrial de Manaus-PIM, provocou intensas migrações para uma cidade que não oferecia infraestrutura adequada. Ressalta Bentes (2005) que, a cidade não estava preparada para tal migração, e os impactos desse processo atravessaram décadas imprimindo a Manaus do século XXI.

Segundo o levantamento de Bentes (2005), de acordo com o Censo demográfico (2000), 17,65% do total da população de Manaus, declaram ter nascido em outra Unidade da Federação e desse total a expressiva maioria são do Pará (8,08%) e Acre (1,14%) pela proximidade entre os Estados, bem como, Ceará (2,10%) e Maranhão (1,64%), além de 0,28% de pessoas naturais de outros países.

Esta desmesurada urbanização trouxe contrastes entre o velho e o novo, a ausência de urbanidade e de políticas compatíveis com o crescimento inesperado da cidade. O gargalo da cidade foi a demanda por habitações, gerando assentamentos sem planejamento urbano em áreas invadidas, nesse momento surgiram os bairros: Compensa, Zumbi, Coroado, Novo Israel, Santa Etelvina. Além disso, foi nesse período que surgiram as ocupações desordenadas em Igarapés como do Educandos, Cachoeirinha, Manaus, Bittencourt, Mestre Chico, São Raimundo e Franco.(PMM,2015).

Manaus emerge como um atrativo para a migração, tanto interna quanto externa à região, os empreendimentos na cidade acenavam, para possibilidade de geração de emprego e renda de quem buscava melhores condições de vida no centro urbano.

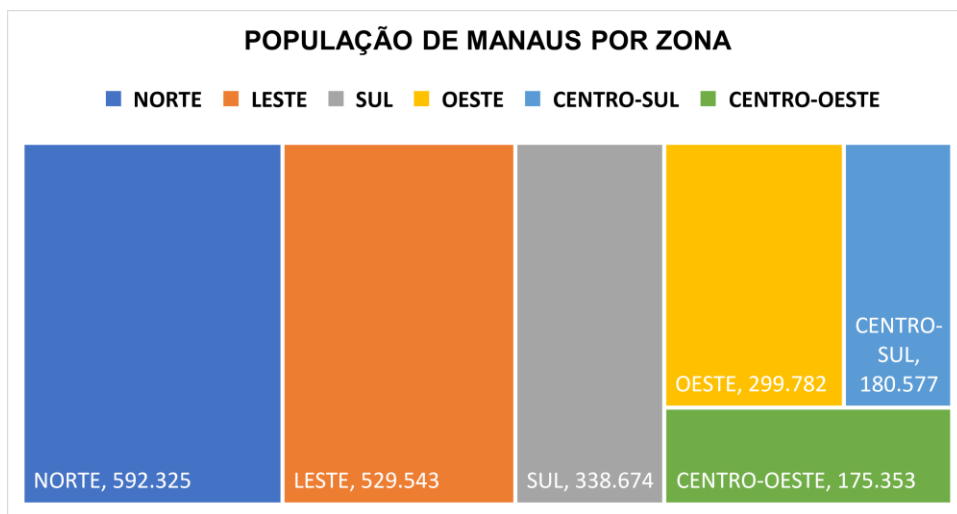
No ano de 2000, Manaus passou a ter metade da população do Amazonas, assumindo uma posição peculiar na rede de cidade brasileiras, a de cidade-Estado. **(A superconcentração de indústrias na capital amazonense, acima de 90%, e demais atividade econômicas, possibilitou essa condição)**. Assim, em quarenta anos, a população da cidade teve um incremento populacional que é oito vezes superior à população que possuía em 1960. (BENTES, 2005, p.35, grifo nosso).

Essa movimentação socioeconômica introspectiva na cidade de Manaus, e toda a influência exercida pelo Polo Industrial de Manaus (PIM), trouxeram inúmeros

problemas de urbanização e mobilidade, dessa forma, demandam soluções inteligentes e com medidas ambientais que causem o mínimo de impacto para a região e, por conseguinte, para o planeta.

No Gráfico 3, observa-se o fluxo populacional por zona na cidade de Manaus conforme o último levantamento da Secretaria de Estado de Planejamento, Desenvolvimento, Ciência, Tecnologia e Inovação (SEPLAN-CTI) em 2015, constante no Anexo I deste projeto.

Gráfico 1-Distribuição da população de Manaus por Zona (2010)



Fonte: Elaborado pelo autor, 2022.

O gráfico acima, aponta maiores concentrações de pessoas em duas zonas que estão próximas e se interligam na cidade de Manaus; Zona Norte e Zona Leste. Ao observar esse fluxo populacional e suas necessidades de locomoção é preciso levar em conta a população economicamente ocupada.

Segundo o IBGE (2019) no último Censo, a população economicamente ocupada representava algo em torno de 518.306 habitantes, o que equivale a 23,7% da população de Manaus.

Desse percentual de 23,7% da população economicamente ocupada, é possível considerar o fluxo de pessoas para as regiões que concentram o comércio de bens e serviços que opera em cada zona, retirar desse fluxo os industriários que utilizam os transportes fretados para o PIM, e inserir o público que se desloca para as zonas centrais e periféricas onde se concentram os trabalhadores do comércio na Zona Franca de Manaus, estudantes e não pagantes.

O transporte coletivo de Manaus é operado por 9 (nove) empresas que juntas administram 221 linhas, atendendo em média 500 mil passageiros por dia. Além das empresas que atuam no sistema convencional, há também o serviço de transporte Alternativo (amarelinhos) e o Executivo que cobra tarifa diferenciada. O sistema Alternativo possui 24 linhas e o Executivo opera com 27 linhas em todas zonas da capital Manauara.

O contexto dos transportes coletivos de Manaus, também com o Sindicato das Empresas de Transportes de Passageiros do Estado do Amazonas (Sinetram), entidade fiscalizadora do Acop, vem buscando investimentos para que as empresas apresentem qualidade no serviço de transportes, além de monitorar os terminais, plataformas e apresentar um serviço de qualidade nos coletivos urbanos aos usuários com a finalidade de promover viagem segura, carros em boas condições de circulação e verificar se os motoristas estão cumprindo os itinerários.

Hoje o sistema de transporte coletivo, atua com novas tecnologias, em parceria junto a Prefeitura de Manaus, o objetivo do investimento no sistema é buscar melhorias que irão beneficiar os usuários do transporte urbano da capital.

A implantação deste sistema pretende buscar soluções que possam ser aplicadas para a melhoria do transporte e beneficiar os usuários. É um novo sistema que vai dinamizar os trabalhos entre a prefeitura e as empresas que prestam serviço no sistema.

4.1.2 Fatores que influenciam a queda de demanda pelos serviços de transporte urbano por ônibus de passageiros em Manaus

De acordo com as principais Diretrizes e Objetivos da Política Nacional de Mobilidade Urbana, a acessibilidade tem caráter universal e o transporte público coletivo deve ser disponibilizado de forma equânime e eficiente. Alguns aspectos da Lei nº 12.587 de 3 de janeiro de 2012, remetem ao sentido lato de uma gestão democrática:

- II - Desenvolvimento sustentável das cidades, nas dimensões socioeconômicas e ambientais;
- V - Gestão democrática e controle social do planejamento e avaliação da Política Nacional de Mobilidade Urbana;
- VI - Segurança nos deslocamentos das pessoas;
- VIII - Equidade no uso do espaço público de circulação, vias e logradouros;
- IX - Eficiência, eficácia e efetividade na circulação urbana.

O crescimento das cidades brasileiras amplia o quadro das necessidades de bens de consumo, serviços e infraestrutura. A gestão democrática e o controle social das políticas de mobilidade urbana consubstanciam projetos e projeções futuras diante de quadros caóticos, tendência crescente diante de fenômenos ambientais e questões sociais como emigrações.

Segundo o Relatório da ANTP (2012 *apud* Vasconcellos, 2014) no conjunto das cidades com mais de 60 mil habitantes em 2011, cerca de 200 milhões se deslocavam por dia útil. As viagens no transporte coletivo percorriam a maior parte das distâncias (56,9%) e consumiam a maior parte do tempo (48,9%).

Tabela 1-Mobilidade nas cidades com mais de 60 mil habitantes em 2011.

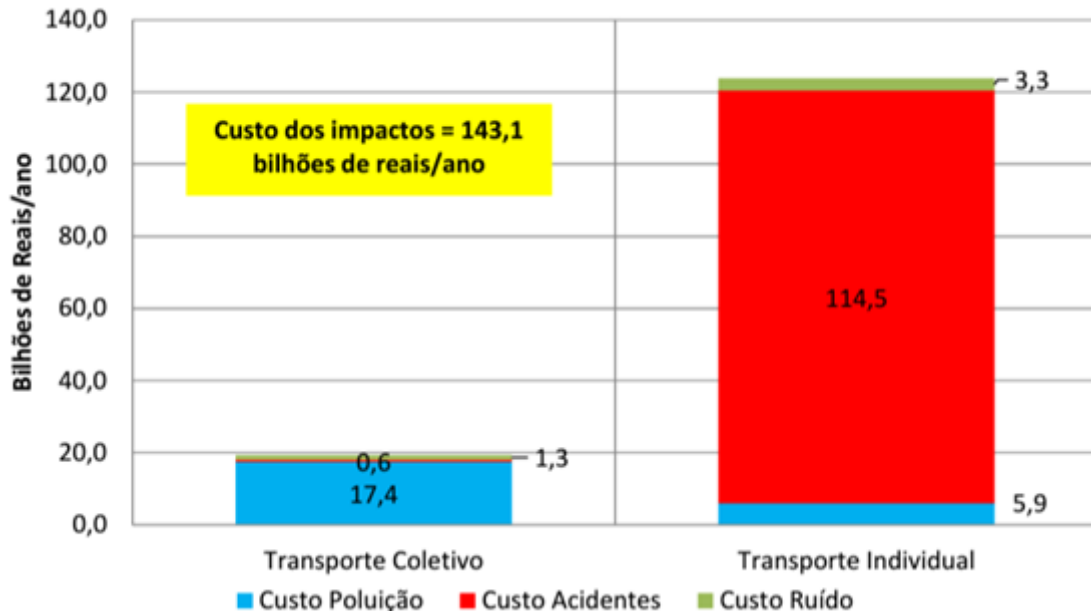
Modo	Viagens (bilhões/ano)		Distância (bilhões km/ano)		Tempo (bilhões horas/ano)	
	Valor	%	Valor	%	Valor	%
T. coletivo	17,7	28,9	240	56,9	10,7	48,9
T. individual	18,9	30,8	149	35,3	4,8	21,9
T. não motorizado	24,7	40,3	32	7,6	6,4	29,2
Total	61,3	100,0	422	100,0	21,9	100,0

Fonte: ANTP, 2012 *apud* Vasconcellos, 2014.

Ao observar o tempo que se dispensa dentro de um coletivo nos horários de pico, em meio a engarrafamentos nas vias por excesso de veículos individuais, pode-se inferir os fatores que levam à baixa qualidade de vida do cidadão. Diante desses problemas é preciso buscar soluções para reduzir esse tempo com eficiência com medidas mais viáveis e eficazes.

Neste contexto, tomamos por base um Relatório da ANTP (2018) utilizando estimativas de custos referentes aos impactos com emissão de poluentes, acidentes de trânsito e ruídos. Na comparação dos transportes coletivos, individuais e não motorizados, a movimentação das pessoas em veículos motorizados tem um custo anual de cerca de R\$ 23,4 bilhões associado à poluição atmosférica. O custo dos acidentes é estimado em R\$ 115,1 bilhões, enquanto o custo do ruído é estimado em R\$ 4,6 bilhões, gerando um custo total dos impactos de R\$ 143,1 bilhões por ano (Gráfico 1).

Gráfico 2-Custos anuais dos impactos da mobilidade (poluição, acidentes e ruído) por modo de transporte



Fonte: SIMOB/ANTP, 2018.

Partindo do princípio de que, o transporte coletivo ainda é um meio viável para os cidadãos, com menor custo e maior cobertura de distâncias, implementar projetos que atendam de forma satisfatória esta demanda, amplia a opção de mobilidade, reduz o uso de transportes individuais, diminuindo no conjunto, os efeitos nocivos ao meio ambiente.

Com menos transportes individuais nas vias, estima-se menor quantidade de acidentes. Quanto ao nível de poluição, alternativas como o ônibus híbrido elétrico traria menor impacto, por se tratar de um meio de transporte sustentável, sem emissão de ruídos ou gases poluentes. Por outro lado, ciclovias e o transporte de bicicletas em ônibus urbano, constitui alternativa viável no melhor sentido de sustentabilidade.

Ao revisitar projetos para cidade de Manaus, observamos que os indicadores de atratividade estão atrelados a projetos que foram preconizados ao longo de uma década, estudos que dependiam de gestores do executivo, muitos que se perderam ao longo de iniciativas fracassadas e em torno de medidas contingenciais. Diante de tantas recomendações e do crescimento populacional, pouco foi concretizado.

Segundo o Conselho de Arquitetura e Urbanismo do Amazonas (CAU- Am), numa análise de janeiro de 2016, a cidade de Manaus possuía inúmeros projetos de

mobilidade urbana e condições financeiras de serem implantados, o que evitaria transtornos futuros.

Projetos alternativos para desafogar o Sistema Binário da Constantino Nery Bairro- Centro e Djalma Batista no sentido Centro-Bairro, que atualmente enfrentam um gargalo, sendo essas vias as mais procuradas como opção de circulação para a Zona Norte, que recebe um fluxo de trânsito robusto advindo de bairros populosos como Santa Etelvina, Monte das Oliveiras, Lago Azul, Novo Israel e adjacências, rotas lentas por conta do grande fluxo de veículos individuais crescente em Manaus e da inexistência de faixa exclusiva para ônibus.

O Bus Rapid Transit (BRT) segundo o CAU/Am (2016), inicialmente projetava ligar a Zona Leste, extremamente populosa, ao Centro por um corredor exclusivo, o que daria um investimento de R\$ 230 milhões em 2010. Os projetos viários de viadutos subterrâneos ainda não saíram do papel, exceto o viaduto do Manôa, construído em 2021 e com relatos de problemas na sua estrutura.

A mobilidade urbana em Manaus ainda é um assunto de extremo desgaste dentro da visibilidade das políticas públicas, um problema que se agiganta diante do crescimento populacional.

O Plano de Mobilidade Urbana da Cidade de Manaus (2015), apresentava a seguinte disposição de linhas, frotas e viagens:

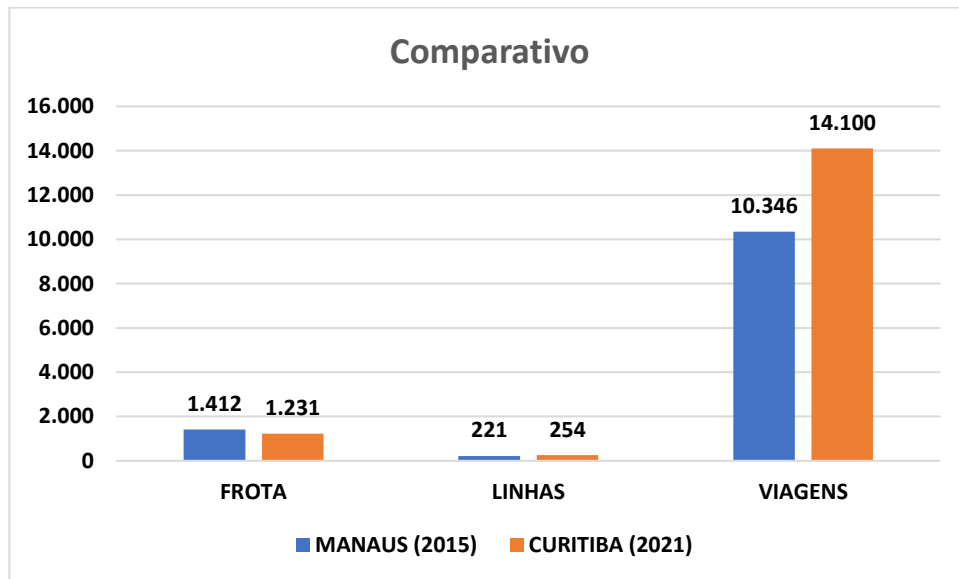
Quadro 1-Linhas, Frotas e Viagens das Empresas nos Dias Úteis

Empresa	Linhas		Frota		Viagens	
	Quantid.	%	Quantid.	%	Quantid.	%
Açai Transportes	14	6,3	116	8,2	850	8,2
Expresso Coroado	18	8,1	125	8,9	895	8,7
Global GNZ	34	15,4	238	16,9	2.049	19,8
Integração Transportes	25	11,3	156	11,0	967	9,3
Auto Ônibus Líder	21	9,5	91	6,4	733	7,1
Rondônia Transportes	23	10,4	173	12,3	1.100	10,6
Viação São Pedro	24	10,9	143	10,1	977	9,4
Transtol Transportes	17	7,7	98	6,9	788	7,6
Vega S/A Transporte Urbano	14	6,3	81	5,7	555	5,4
Via Verde	31	14,0	191	13,5	1.432	13,8
Total	221		1.412		10.346	

Fonte: Plano de Mobilidade Urbana de Manaus, 2015.

A cidade de Manaus (PMM, 2015) nesse quadro demonstrativo, apresentava uma frota de 1.412 ônibus circulando na cidade, fazendo em média 10.346 viagens em dias úteis com aproximadamente 221 linhas, enquanto que, a cidade de Curitiba (PMC, 2021), com uma frota menor de 1.231 ônibus, 254 linhas, realizou em média 14.100 mil viagens por dia. Abaixo apresentamos um gráfico comparativo entre as duas capitais.

Gráfico 3-Comparativo Manaus- 2015 / Curitiba -2021



Fonte: Elaborado pelo autor, 2022.

A cidade de Curitiba tem sido referência em termos de transporte coletivo urbano, apresenta uma infraestrutura urbana simples, mas com soluções eficazes para o contexto.

Na cidade de Manaus temos segundo o Plano de Mobilidade a distribuição das 221 linhas da seguinte forma:

Tabela 2-Distribuição Regional e Tipológica das Linhas do Transporte Coletivo do Serviço Convencional

Tipo de Linha	Regiões de Operação							Total	%
	Norte	Sul	Leste	Oeste	Centro-Oeste	Centro-Sul	Indefinida		
Troncal	6	0	4	0	0	0	0	10	4,5%
Alimentadora	29	2	26	9	6	1	0	73	33,0%
Radial	33	19	12	22	12	6	0	104	47,1%
Diametral	3	0	4	1	2	0	3	13	5,9%
Circular/ Interbairros	9	0	0	1	0	4	7	21	9,5%
Total	80	21	46	33	20	11	10	221	100%

Fonte: Plano de Mobilidade Urbana de Manaus,2015.

Observa-se que as linhas alimentadoras que têm a função de ligar bairros periféricos aos principais corredores de ônibus, representam uma maior circulação entre a Zona Norte e Zona Leste pela grande concentração de bairros. E embora o conceito partira da premissa de que, quanto mais curto o trajeto da linha mais horários poderão ser oferecidos aos usuários, facilitando dia a dia o deslocamento das pessoas, mesmo assim, ainda existe uma demanda grande a ser atendida nessas regiões que estão em constante expansão na cidade.

A Linha radial que liga um bairro, geralmente periférico, ao centro da cidade reflete também esse crescimento populacional nessas duas Zonas, Norte e Leste. Esse tipo de linha percorre grandes avenidas e naturalmente possui uma alta demanda.

4.2 Benchmarking / Realidades Organizacionais

O benchmarking, atua basicamente como uma ferramenta eficaz no desempenho organizacional, podendo auxiliar no estabelecimento das metas estratégicas anuais.

A avaliação por meio de comparação corresponde a algo intrínseco ao ser humano que vive em sociedade, com efeito, encontra-se na prática do benchmarking o aprimoramento do conceito. Quando uma pessoa observa o desempenho de outra numa determinada tarefa, e com sua perspicácia ou expertise tenta aplicar o seu conhecimento adaptando a melhor maneira na execução da tarefa, reflete uma das formas fundamentais pelas quais os seres humanos aprendem, se desenvolvem e progridem.

Os autores Juran e DeFeo (2015) citam o exemplo da Xerox Corp. como a forma moderna no desenvolvimento de benchmarking, afirmam que a maioria das práticas de benchmarking atuais se baseia na abordagem desenvolvida por esta corporação nos anos 70.

Aprender com os próprios concorrentes é uma prática tão antiga quanto os negócios em si, entretanto, a aplicação deste aprendizado com as melhores práticas no ambiente de negócios, com métodos estruturados de forma ética e legal, representa uma inovação para os setores organizacionais.

A história de sucesso da Xerox durou até o final dos anos 70, frente ao crescimento da concorrência japonesa e uma combinação de produtos de má

qualidade, diante dessa situação, a empresa despertou para uma mudança essencial para a sua sobrevivência, após uma visita ao Japão.(JURAN;DEFEO,2015).

Na visão de Juran e Defeo (2015) foi nesse momento em que a Xerox Corp. procurou identificar nas organizações os melhores desempenhos em vários aspectos dos seus negócios, e o que essas organizações estavam fazendo para obter esse desempenho superior, estruturado em uma série de atividades em benchmarking. Com efeito, considera a partir dessa experiência, o nascimento do benchmarking, que reflete a mais famosa das operações de logística conduzidas junto à L.L. Bean (JURAN;DEFEO,2015).

Para que qualquer iniciativa de benchmarking tenha sucesso, ela precisa ser gerida de forma eficaz. É básico estabelecer as metas e integrar inicialmente o benchmarking ao plano estratégico da organização. Estabelecer como um modelo a ser seguido. Preparar o ambiente organizacional para a mudança. E por fim, desenvolver uma infraestrutura fixa no benchmarking para o monitoramento do progresso.

Existem aspectos legais e éticos que governam o benchmarking:

A legalidade do benchmarking é governada por leis anticartel e leis de propriedade intelectual, e todos os seus praticantes devem estar cientes das implicações legais e éticas de suas atividades de benchmarking. Embora o espírito do benchmarking seja de compartilhamento de conhecimento e de informações para benefício mútuo de todos os participantes, as organizações não devem perder de vista o valor potencial de seu conhecimento corporativo e, portanto, da necessidade de controlar adequadamente seu uso. (JURAN;DEFEO,2015, p.241).

Por trás do aspecto anticartel das leis de propriedade intelectual que apoiam as iniciativas que utilizam o benchmarking na busca por criações de valor, existe o Código de Conduta do Benchmarking:

O Código de Conduta do Benchmarking foi desenvolvido pela primeira vez pela International Benchmarking Clearinghouse, um serviço do Centro Americano de Produtividade e Qualidade (American Productivity and Quality Center – APQC) em 1992 (veja www.apqc.org). Em 1996, uma versão europeia do código foi desenvolvida (www.efqm.org), baseada na versão norte-americana, de forma a obedecer à legislação europeia que rege a concorrência. Nenhum dos documentos tem força de lei, mas eles estabelecem os princípios para um benchmarking ético e legal. Estes princípios fundamentais dizem respeito a legalidade, confidencialidade e troca de informações, e todos os programas de benchmarking devem assegurar que seus participantes observem estes princípios. (JURAN;DEFEO,2015, p.241).

Embora não exista um documento com força de lei para estabelecer os princípios éticos e de conduta no benchmarking, é importante frisar o grau de

confidencialidade que pode estabelecer acordos com força legal nos quais o facilitador, quer se trate de um consultor ou de uma organização participante, assinem um acordo de confidencialidade.(JURAN;DEFEO,2015).

É essencial nos estudos de benchmarking que haja algum grau de confidencialidade, dependendo dos alvos do benchmark, das exigências de conformidade com a legislação de concorrência e do grau de disposição dos parceiros e participantes ao compartilhar dados e informações abertamente.

4.2.1 Práticas de sucesso na retomada de demanda em serviços de transporte urbanos rodoviários de passageiros

No mundo corporativo uma prática de sucesso repercute naturalmente na vida cotidiana quando não se tem notícias e nem imagens que deponham contra esta, e mesmo que ocorra incidentes contrários, constituem exceções ou motivo de análise na busca pela resolução. Nesse aspecto pode-se considerar exemplos relevantes advindos de outros continentes, principalmente sustentáveis, para o trânsito na vida urbana, inclusive com a utilização de diferentes modais facilitadores da mobilidade.

Entretanto, no Brasil, o que se observa são exceções como práticas de sucesso frente aos inúmeros problemas urbanos. As cidades brasileiras com crescimento populacional significativo enfrentam problemas de infraestrutura urbana que interferem na mobilidade, entre outras situações que denotam a falta de políticas públicas.

Dentre as experiências que preconizam práticas de sucesso no Brasil, pode-se considerar a contribuição do Programa QualiÔnibus desenvolvido pelo WRI Brasil que faz parte do World Resources Institute (WRI), instituição global de pesquisa com atuação em mais de 50 países. O WRI conta com o conhecimento de aproximadamente 1400 profissionais em 12 escritórios internacionais, entre eles Brasil, China, Estados Unidos, Europa, México, Índia, Indonésia e África. (WRI BRASIL, 2018).

A iniciativa da WRI Brasil, reproduz informações de grande utilidade para melhoria dos serviços de transporte urbanos de passageiros no segmento ônibus. Conta com o apoio da FedEx Corporation, e utiliza cinco ferramentas que estabelecem diagnósticos com o objetivo de qualificar o serviço de transporte coletivo por ônibus a

partir dos parâmetros de Pesquisa de Satisfação, Indicadores de Qualidade, Grupo de Benchmarking, Segurança em Primeiro Lugar e Dia 1 de Operação.

Segundo a WRI Brasil (2018) a falta de investimentos em infraestrutura de qualidade contribuiu para que a demanda dos ônibus diminuísse em função do uso de veículos individuais, em média 18% ano entre 2014 e 2016. Numa informação mais recente, advinda conforme dados do Grupo de Benchmarking QualiÔnibus, com a participação de 15 cidades, indicou uma queda de 75% em número de passageiros após o isolamento em função da Covid, e depois disso a intensificação do home office.

O QualiÔnibus surgiu como um indicador de qualidade através da Pesquisa de Satisfação como ferramenta que avalia desde cobertura geográfica dos ônibus, a qualidade das estações, além do conforto e a vida útil dos ônibus.

Ressalta-se que existem inúmeras experiências de sucesso no sistema de transporte público de uso coletivo pelo mundo, ao ponto da gratuidade nos modais, como é o caso de Luxemburgo o menor país da Europa. O país tem pouco mais de 600 mil habitantes numa área de 2,5 mil Km² e a partir de 2020, o governo que já subsidiava a gratuidade nos trens, ônibus e bondes aos sábados, passou a fazê-lo diariamente, exceto viagens na primeira classe dos trens.(FLEURY,2020).

Nos demais casos de sucesso, destacamos a seguir o sistema de transporte urbano de Londres.

4.2.1.1 O transporte Público em Londres

O sistema de transporte público de Londres é considerado um dos mais eficientes do mundo. Segundo o levantamento do Governo Britânico (LONDON, 2019) apenas 27% da população de Londres utiliza o carro para trabalhar e se locomover pela cidade.

A demanda na rede de ônibus noturnos de Londres estava caindo antes da pandemia do COVID-19. O Transport for London (TfL) desenvolveu uma série de propostas para reestruturar a rede de ônibus no centro e no interior de Londres. Esta Avaliação de Impacto da Igualdade (EqIA) resume as propostas de serviços noturnos e define o impacto esperado para os passageiros. O Transport for London (TfL) responde pela gestão do transporte público em geral em Londres, capital da Inglaterra.

Este organismo o Transport for London (TfL) apresentou propostas de reestruturação da rede de ônibus no centro e no interior de Londres, conforme as

informações da Avaliação de Impacto da Igualdade (EqIA) que apontou a necessidade de transportes sustentáveis, incluindo ciclovias e o Night Tube apenas no fim de semana.

O Night Tube que funciona 24h aos fins de semana, foi a solução para a vida noturna em Londres, livrando as pessoas das taxas infladas do Uber. Este serviço foi suspenso em março de 2020 a novembro de 2021, em razão do baixo número de passageiros durante a pandemia e a necessidade da TfL de conservar as finanças como resultado do primeiro.

Entretanto, o Night Tube ou metrô noturno em Londres, retornou com a linha Jubilee em 21 de maio de 2022, com a perspectiva de restabelecer os serviços noturnos nessas linhas e ajudar os pubs, clubes e restaurantes, à medida que a economia noturna de Londres voltava ao normal após a pandemia.

O Night Tube é opção de viagem segura e rápida para todos os londrinos e visitantes que desejam aproveitar ao máximo tudo o que a capital tem a oferecer à noite, bem com atender pessoas que precisam viajar para o trabalho à noite.

Dentro das propostas criadas pelo Transport for London (2022), estão:

- Reduzir a capacidade excedente no centro de Londres e corredores radiais; retendo a capacidade suficiente para acomodar a demanda pós-pandemia.
- Racionalizar e simplificar a rede mantendo os serviços noturnos aliados a serviços diurnos.
- Minimizar o prejuízo dos passageiros reestruturando as rotas para manter as principais ligações existentes.
- Incentivar a mudança modal fornecendo novas rotas diretas.

A TfL procura garantir que as informações sobre suas propostas sejam acessíveis a todos os usuários, bem como, concisas e fácil de entender, tanto on-line quanto formatos imprimíveis. A TfL também tem como objetivo garantir que as informações sobre as mudanças de rotas ou qualquer outra situação, planejadas ou não, e os seus possíveis impactos, estejam disponíveis em paradas de ônibus nas rotas afetadas.

4.2.1.2 O transporte Público por Ônibus em São Paulo

A cidade de São Paulo é uma referência em termos de sistema de transporte público no Brasil, destaca-se por ser populosa, cerca de 12,33 milhões de habitantes, uma demanda que necessita de soluções rápidas e eficazes para a mobilidade urbana. Possui um modelo de gestão de transportes públicos bem organizado, entretanto, existe uma diferença de manutenção que se observa entre as linhas da administração pública direta e as que são de concessionárias de parceria público-privada. A iniciativa privada tem conquistado melhores resultados nesse segmento metroviário.

Quanto aos ônibus que circulam na cidade, a São Paulo Transporte S/A (SPTRANS) é uma Sociedade de Economia Mista, controlada pelo município de São Paulo, que tem por finalidade a gestão do sistema de transporte público por ônibus na cidade.

Entre os acionistas a majoritária é a Prefeitura de São Paulo com 116.078.254.559 de ações integradas, com 99,965525% de participação, em seguida o Governo de São Paulo com 40.015.290 de ações integradas e 0,034461% de participação, seguido pela Light Serviços de Eletricidade S.A com 9.710 ações integralizadas e 0,00008% de participação, além de outros investidores que somados têm 6.441 ações e 0,00006% de participação nos lucros da empresa.(SPTRANS, 2020).

Segundo a Secretaria de Mobilidade e Trânsito (SMT), da Prefeitura de São Paulo, atualmente circulam, todos os dias, pelas ruas da capital paulista, 11.312 ônibus, que transportam cerca de 2,15 milhões de passageiros. (NASCIMENTO, 2021).

De acordo com o último Relatório Integrado, a SPTrans tem a responsabilidade de garantir o transporte de cerca de 10 milhões de pessoas, que se deslocam para diferentes pontos em toda a cidade, na sua maioria para o local de trabalho. O foco no correlacionamento com públicos de interesse (stakeholders) com destino ao local de trabalho, torna a informação e o relacionamento questões estratégicas para que o serviço de transporte seja executado de maneira segura e confiável. (SPTRANS, 2020).

A Prefeitura do Município de São Paulo é o acionista controlador, e opera por meio da Secretaria Municipal de Mobilidade e Transportes (SMT), Departamento de

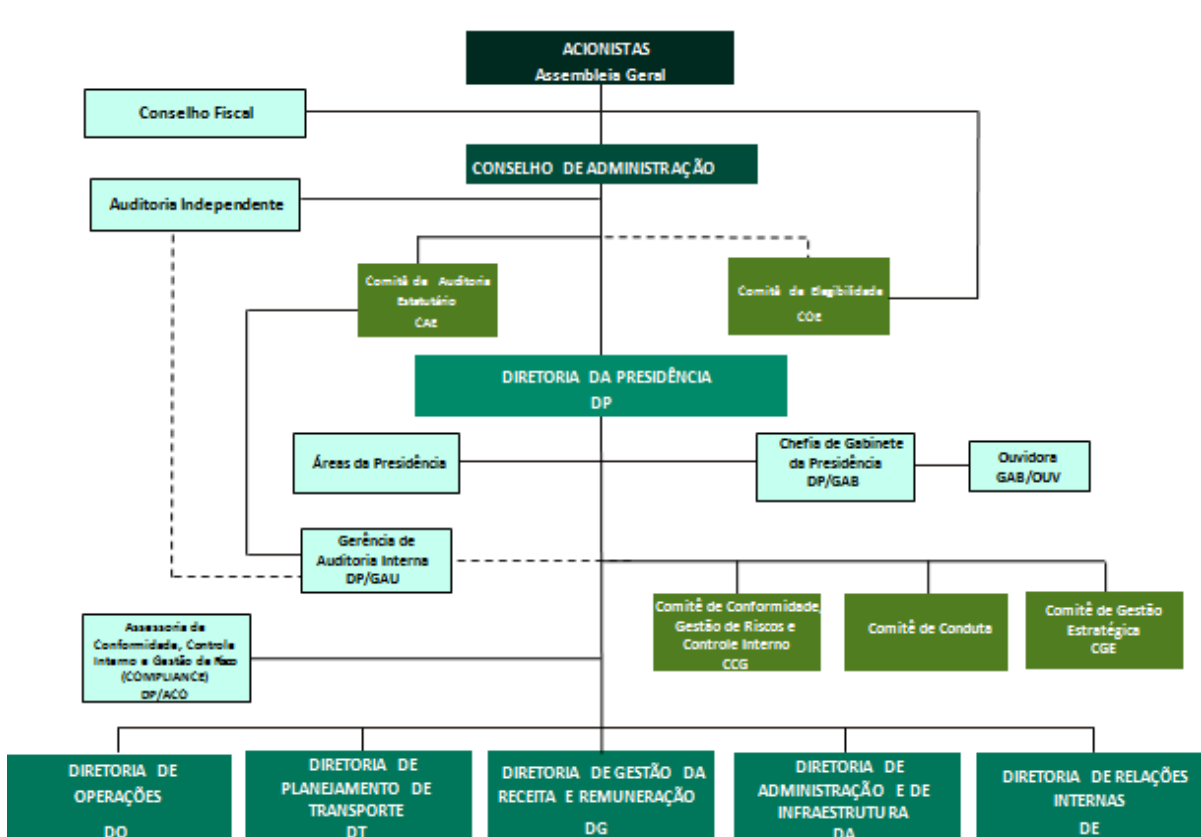
Transporte Público (DTP), Companhia de Engenharia de Tráfego (CET), além de outros órgãos e empresas municipais e estaduais.

Possui uma frota de 219 ônibus elétricos em circulação, frente a 14 mil coletivos, equivale a 1,6% do total da frota. Desse total de ônibus elétricos o preconizado pelos gestores como ideal seria o de 2,7 mil coletivos elétricos. (SPTRANS, 2020).

Operam sob a responsabilidade do Estado, modais ferroviários, por meio da CPTM, e metroviário, por meio do Metrô, os quais interagem e integram o Sistema de Transporte no Município. As implantações realizadas pelas Companhias do Metrô, CPTM e EMTU, e a crescente utilização de transporte por aplicativo, causam impacto no volume de passageiros transportados no sistema de transporte em São Paulo.

Destaca-se como modelo de gestão a Governança Corporativa implantada desde 2018, observados os requisitos da Lei Federal nº 13.303/2016.

Figura 7-Estrutura de Governança Corporativa da SPTrans



Fonte: SPTRANS. 2020.

O sistema de gestão foi aprimorado com a criação de um conjunto eficiente de mecanismos e instrumentos, a fim de assegurar que os comportamentos dos administradores estejam sempre alinhados com o melhor interesse da Empresa. Esse sistema envolve o relacionamento entre os acionistas, o Conselho de Administração, a Diretoria, os Comitês instituídos, o Conselho Fiscal, a Auditoria Independente e demais partes interessadas, conforme demonstrado no organograma acima. (SPTRANS, 2020).

Observa-se que um modelo de gestão de sistemas de transporte público coletivo como o de São Paulo, considerado um dos melhores no país, tanto pela cobertura geográfica, quanto pela estrutura e complexidade do modelo, reflete uma organização ímpar, em parte pela governança corporativa e pela concepção de um projeto que integra as gestões municipais e estaduais.

4.3 Ideia conceito do modelo para estimular o crescimento da demanda, melhorar o desempenho e otimizar tempo do usuário final no Transporte Urbano de Passageiros em Manaus

Esta ideia conceito consiste em um esboço inicial da proposta de solução, de forma que possa ser submetida as percepções dos principais stakeholders deste projeto.

Um aspecto relevante no cotidiano das pessoas em Manaus, se concentra no tempo despendido em seus deslocamentos. Em meio a esse movimento de ida aos locais de destino e retorno ao domicílio, fatores como o desconforto em pontos superlotados e com pouca proteção ao sol e outras intempéries, movimentam grande parte de pessoas em direção aos serviços de carona e, aplicativos e transportes clandestinos.

O ponto nevrálgico aponta para a ineficiência nos horários de circulação, a localização de pontos de ônibus acessíveis para os lugares com maior concentração de pessoas, a exemplo das avenidas Getúlio Vargas no centro da cidade, que deveriam estar mais bem sinalizadas e iluminadas, com uma oferta extra de conforto para os usuários oriundos das faculdades, escolas e atividades laborais à noite.

A ideia conceito do modelo para estimular o crescimento da demanda, consiste em otimizar o serviço de transporte coletivo, com uma logística inteligente que proporciona assim mais segurança, numa dinâmica que favorece o desempenho e

valoriza o conforto e o tempo do usuário final no Transporte Urbano de Passageiros em Manaus.

Atualmente, quando ocorre algum problema no ônibus o condutor tem que ligar para a manutenção no tempo máximo de 10 minutos, para mandarem outro veículo substituir, através do Centro de Controle Operacional (CCO) que faz esse controle e monitoramento e, caso não seja resolvido a tempo, a empresa sofre as penalidades pelos órgãos de controle.

Para melhorar o desempenho dos ônibus, a ideia conceito é a criação de um Aplicativo interno no ônibus com a função de um checklist de ocorrências e, no momento da quebra do carro na rua, comunique com rapidez o socorro para a empresa. Vale ressaltar que o headway é analisado antes do início da operação pelo planejamento da ACOP.(cf. ANEXO II).

Headway é o espaço de tempo entre uma viagem e outra ou entre um veículo e outro da mesma linha ou em corredores em que trafegam linhas sobrepostas com mesmo destino. Na ACOP é trabalhado o headway com base na demanda de passageiros, através de gráficos de demanda por faixa horária, com isso, se dimensiona a frota para atender aquela necessidade, é levado em conta também o índice de renovação, no fim, o que se tem é a frequência de oferta de viagens conforme a demanda. Ocorre que, quando essa programação não é cumprida por qualquer problema operacional o coordenador tem a flexibilidade de refazer essa frequência de modo que tenha o menor impacto possível para o cliente, esse headway é acompanhado também pelo CCO, identificando comboios e buracos na execução da operação.

Hoje é feito todo um planejamento encima dos tempos de viagem, demanda por horário, por trecho, por demanda de passageiro, tempo parado, entre outros. Ou seja, os sistemas utilizados pelo órgão gestor ACOP realizam todo esse acompanhamento, para assim atender a demanda com eficiência e sem custos desnecessários para o sistema de transporte, além de atender a demanda do cliente. Outro aspecto relevante do aplicativo, além do checklist do ônibus no início e no final da jornada, seria o fato de conter também os horários da viagem do veículo e o registro de ponto do funcionário.

Outra vantagem seria um botão de pânico, que estará em um local camuflado ao alcance do motorista, que poderia ser acionado remotamente, através de um dispositivo no veículo informando a localização de ocorrências de assaltos e fatos

dessa natureza, mobilizando a empresa e os órgãos de segurança por GPS com câmera acoplada ao ônibus, como já existe. Importante que esteja registrado em banco de memória desse aplicativo o mapeamento de pontos de tensão, os horários e todas as características de crimes em andamento com o objetivo de priorizar a segurança ao coibir ações futuras de criminosos. Nesse aspecto, o registro serve também como estatística dessas ocorrências.

De modo geral as empresas mantêm um controle de imagens de vídeos captados em ocorrência de assaltos e relatórios sobre valores subtraídos da coleta de passagens, quanto aos bens pessoais dos passageiros é uma informação restrita há quem se propõe fazer Boletim de Ocorrência -B.O. (Ano de 2021, cf. ANEXO III e Ano de 2022, cf. ANEXO IV)

Para otimizar o tempo e estimular o crescimento da demanda, a ideia seria fazer um aplicativo informando o tempo real do ônibus capaz de mapear os horários de pico, para que a empresa veja a necessidade de colocar mais ônibus pra rodar. No aplicativo terá a opção de análise dos pontos de ônibus, verificando as reais necessidades destes, revendo as suas condições, além de apontar a necessidade de fiscalização na faixa exclusiva.

Com o objetivo de estimular o crescimento da demanda e a fidelização do cliente, a ideia é a criação de outro aplicativo capaz de oferecer compra de passagens com descontos, a liberação do crédito com descontos na próxima recarga, ganho de moedas em cashback, além do Serviço de Atendimento ao Cliente (SAC) no mesmo aplicativo.

4.4 Avaliar a percepção dos principais stakeholders sobre a ideia conceito

Para avaliar a percepção dos principais stakeholders acerca da ideia conceito que abrange a melhoria no desempenho da Empresa de transporte e, a otimização do tempo para o aumento da demanda dos usuários do serviço de Transporte Público Coletivo em Manaus, foram elaboradas perguntas abertas contextualizando as ideias e coletando as opiniões de usuários e pessoas que atuam nas empresas do segmento.

Com o objetivo de verificar de forma geral se os stakeholders concordam com as ideias de melhoria apresentadas e quais as suas sugestões, foram entrevistados, do segmento de transporte público, 2 gerentes operacionais, 1 gerente de

manutenção, 1 gerente administrativo, 1 auxiliar administrativo, 1 gerente operacional e 1 superintendente, ambos do Sinetram, além de 4 usuários do sistema de transporte coletivo.

As entrevistas foram realizadas pessoalmente no decorrer do mês de setembro de 2022. Consideramos os stakeholders internos os entrevistados atuantes nas Empresas Vega Transportes Coletivos, Expresso Coroado Transportes Coletivos, Auto Ônibus Líder, e a Integração Transportes do Grupo Eucatur Urbano em Manaus, os stakeholders externos estão representados por usuários do sistema de transporte residentes nas Zonas Norte, Zona Oeste, Zona Sul.

Dentre os stakeholders internos dos 7 entrevistados, 2 não utilizam o transporte coletivo:

Quadro 2-Stakeholders identificados

Sujeito	Grupo a que pertence	Utiliza transporte coletivo/Frequência diária
Usuário	Zona Norte	2 vezes ao dia
Usuário	Zona Norte	2 vezes ao dia
Usuário	Zona Oeste	2 vezes dias alternados
Usuário	Zona Norte	1 vez dia / utiliza mais Uber
Funcionário da Empresa	Gerente Operacional Eucatur	2 vezes ao dia
Funcionário da Empresa	Gerente Operacional Vega	2 vezes ao dia
Funcionário da Empresa	Gerente Administrativo Auto ônibus Líder	Não utiliza
Funcionário da Empresa	Gerente de Manutenção Via Verde	2 vezes ao dia
Funcionário da Empresa	Auxiliar Adm. Expresso Coroado	2 vezes ao dia
Funcionário do SINETRAM	Superintendente	Não utiliza
Funcionário do SINETRAM	Gerente Operacional	2 vezes ao dia

Fonte: autores da pesquisa, 2022.

Foram selecionadas algumas impressões dos stakeholders consideradas relevantes para a proposta que abrange a ideia conceito do modelo para estimular o crescimento da demanda, que consiste em melhorar o desempenho e otimizar o tempo do usuário final no Transporte Urbano de Passageiros em Manaus.

A seguir apresenta-se a opinião de um stakeholders do setor de transporte, considerada a mais relevante acerca do Aplicativo de uso interno para monitoramento do veículo:

“É uma ótima ferramenta, essa tecnologia já é utilizada nas empresas de transporte urbano, rastreando em tempo real toda a frota de Manaus, aonde se tem o

CCO, Centro Controle Operacional que faz esse monitoramento, e quando essa rota não cumpriu o horário estabelecido, essa empresa é penalizada pelos órgãos de controle por conta do horário não cumprido.”

Acerca da criação de um aplicativo em que usuário poderá informar em tempo real a situação dos pontos de ônibus, tendo no mesmo aplicativo a possibilidade de comprar passagens e obter descontos quando adquirirem pacotes antecipados e/ou moedas de cashback, na frequência com que utilizarem o aplicativo específico da empresa, a maioria dos entrevistados opinou de forma positiva:

“Isto fica atraente não só para o usuário que economiza com os descontos, mas também para as empresas que vendem mais passagens”.

Ainda sobre o Aplicativo do cliente, destaca-se aqui a opinião de um stakeholders interno com a seguinte colocação:

“Acredito que já temos tecnologia para adequar a esse sistema e também acredito ser uma forma de fidelizar o cliente e gerar programas que incentivem o cliente a comprar a passagem antecipada. Apesar de não mencionar qual seria esse desconto, acredito que a médio e longo prazo seria uma forma de fidelizar esse cliente.”

Sobre o Plano de fidelização (assinatura) com os usuários, a resposta de um stakeholders do setor de transporte foi muito significativa quando disse que:

“É viável, mesmo conceito de milhagem (bônus) já existe um estudo no sistema para beneficiar a fidelização dos clientes que utilizam o transporte público.”

E ainda nesse contexto, outro stakeholders do setor ressalta:

“É uma boa proposta, chamaria mais atenção dos usuários e também diminuiria a quantidade de pessoas que ainda pagam a passagem em dinheiro e talvez diminuísse os números de assaltos no transporte público”.

Sobre o cashback como estímulo ao crescimento de demanda:

“Acho ótimo, da mesma forma que funciona com o cashback que é um valor que recebemos de volta, acredito que ter esse ponto de antecipar os créditos é uma forma de fidelizar o usuário de transporte público.”

O *focus group* destas entrevistas pessoais teve por objetivo entender a experiência do cliente e descobrir como o consumidor avalia os diversos serviços da empresa, reunir opiniões significativas para a construção da ideia central com foco na melhoria do desempenho do transporte público.

5 DESENVOLVIMENTO DA PROPOSTA DE SOLUÇÃO

Tendo analisado o *corpus* no qual se assenta o projeto e, devidamente consultados os stakeholders, a proposta de solução foi desenvolvida a partir de lacunas na logística diária e com base na ineficiência dos horários de circulação para o atendimento da demanda. Face a isto, pauta-se pela iniciativa de promover uma gestão eficiente de transportes públicos com base na visão do benchmarking, nas boas práticas do mercado, visando a construção de um planejamento estratégico para inserção de um modelo viável a ser seguido.

5.1 Revisão do Framework do modelo de valor

As respostas apuradas nas entrevistas realizadas com os stakeholders acerca dos dois aplicativos, o que será útil à Empresa e o dos passageiros, possibilitou avançar no desenho de negócio conceituado inicialmente no capítulo 4.4. Ideias pensadas em face da comprovada necessidade de otimizar o tempo do usuário final do transporte coletivo em Manaus, com medidas que envolvem a logística nesse processo, observando as possíveis falhas que possam ocorrer no veículo, fornecendo informações em tempo real para o usuário.

No planejamento, consequência de um brainstorming, a preocupação foi com o resgate da demanda atravessada por transportes clandestinos e por aplicativos, dessa forma, entende-se que o usuário tem sempre urgência em seus deslocamentos, tanto na ida para os seus compromissos quanto no retorno ao seu domicílio para seu descanso interjornada. Quando se fala em pessoas se deslocando para suas atividades laborais no transporte coletivo urbano, incluímos estudantes e trabalhadores que configuram a imensa maioria. O itinerário desse público que se desloca diariamente para suas atividades e seu retorno ao domicílio, se entremeado por longas esperas de ônibus, única opção de transporte em deslocamentos longos na cidade de Manaus, representa uma fatia de tempo que poderia ser aproveitada de forma mais útil na sua vida diária.

Diante disso, a otimização dos serviços com uma logística mais inteligente, aliada ao fator segurança, numa dinâmica que possa favorecer o desempenho e conforto, com menos tempo de espera nos pontos de ônibus, além da criação de atrativos na aquisição de passagens, projetam a perspectiva de retorno da demanda desse usuário final no Transporte Urbano de Passageiros em Manaus.

A Figura 8 apresenta basicamente o corpo da ideia conceito, seu alcance, e a projeção da viabilidade da proposta conforme o feedback dos entrevistados.

Figura 8 framework proposta de valor para o transporte público urbano de manaus



Fonte: Elaborado pelos autores.

Para criação da ideia conceito que contenha um modelo de geração de valor como uma proposta consistente, optou-se pela criação de dois aplicativos, operacionalizados com o objetivo de interagir dentro das Empresas de Transporte Coletivo Urbano na cidade de Manaus.

5.1.1 Detalhamento do Framework

A proposta da ideia com a concepção de valor atrativo aos clientes/usuários do Transporte Público Urbano em Manaus apresentada na Figura 8 é inicialmente composta de três eixos: **Relacionamentos, Tecnologia e Inovação e Políticas Públicas**.

- ✓ Em relação à Políticas Públicas, estas são essencialmente direcionadas à cooperação do SINETRAM (Sindicato das Empresas de Transportes de Passageiros do Estado do Amazonas) e CMMU (Conselho Municipal de Mobilidade Urbana) para garantia de:
 - Faixas exclusivas para os ônibus, fiscalização dos transportes clandestinos e parcerias com fomentos para modernização da frota.

A seguir, apresenta-se o detalhamento dos eixos: Relacionamentos, Tecnologia e Inovação, ambos estruturados na criação de dois Aplicativos:

1) **Aplicativo A** - destinado ao uso de passageiros com vantagens do tipo que incluam cashback, crédito antecipado, plano de fidelidade e SAC conforme descrição abaixo:

- a) Como vantagem, o usuário pessoa física, terá uma assinatura de valor fixo na compra de passagens com duração trimestral e anual, opção que pode proporcionar uma margem de desconto na aquisição de pacotes.
- b) Outra opção, na assinatura mensal, seria o acumulado de moedas no cashback pela aquisição de pacotes antecipados e, por compartilhamento do aplicativo da empresa na conquista de novos clientes. Isto fica atraente não só para o usuário que economiza com os descontos, como para a empresa que vende mais passagens. Utilizando o mesmo conceito de milhagem (bônus), o acúmulo de moedas poderá ser utilizado (crédito antecipado) em situações de sua livre escolha, como uma eventual recarga. Esse conceito visa proporcionar a fidelização dos clientes que utilizam o transporte público.
- c) SAC: Serviço de Atendimento ao Consumidor. Trata-se de um serviço prestado pelas empresas para atender a seus clientes, que normalmente serve para tirar dúvidas, resolver problemas e aproximar clientes e empresas. Esse SAC precisa estar ativo em tempo real, podendo ser virtual também, para que as Empresas tenham ciência de problemas pontuais que podem ser resolvidos de imediato ou repassados para quem tenha a competência de fazê-lo, podendo o consumidor do serviço ter um protocolo de acompanhamento com acesso ao feedback de sua reclamação.

2) **Aplicativo B** - destinado ao uso da Empresa contendo:

- a) Aplicativo desenvolvido com opção de checklist, com base de Dados capaz de ser alimentada com as informações de revisão automotiva regular dos veículos,

para fornecer informações no caso de pane mecânica, passar informações em tempo real para o CCO (Centro de Controle Operacional) que faz esse monitoramento, evitando assim que a empresa seja penalizada pelos órgãos de controle por não cumprir o horário de circulação determinado.

b) Outra funcionalidade do Aplicativo será permitir que o motorista acione o alerta em casos de acidentes de trânsito, pneus estourados ou situações inusitadas que impeçam a circulação do veículo.

c) Funcionalidade para o RH: conter uma interface para usuários com controle de ponto interligado ao Sistema de Informação do RH da Empresa.

d) O Botão do pânico: é um dispositivo instalado em algum compartimento sigiloso ao alcance do motorista, com intuito de passar um alerta para central de operações sobre assalto ou qualquer ato de violência que afete a integridade física dos passageiros.

5.2 Análise de viabilidade para o Modelo

O estudo da viabilidade da ideia modelo para recuperação da demanda passa por critérios de avaliação técnica, operacional, estratégica e financeira. A viabilidade técnica: buscará responder a viabilidade tecnológica para o desenvolvimento de aplicativos com as funções solicitadas; a viabilidade operacional: se existe condições de hospedagem para com estrutura operacional de base de dados necessária para funcionamento dos aplicativos; viabilidade estratégica: verificará se a proposta de solução e mercado para uso dos aplicativos terá aderência e será de fácil manuseio; e a viabilidade financeira: analisará todos os recursos necessários, previsibilidade de retorno da demanda em comparação com o capital investido por meio de uma análise detalhada de todo o investimento.

5.2.1 Viabilidade Técnica

O projeto é executável a partir da ideia de que já existe um aplicativo em Manaus, sendo que, só atende a demanda parcialmente. A proposta da criação de um Aplicativo A, destinado ao uso dos passageiros, com a função de recarga de cartão de passagem, bem como, a oferta de cashback e outras vantagens decorrentes da

aquisição de pacotes antecipados, amplia a sua funcionalidade e serve como um atrativo à demanda, direcionando os rendimentos para a Empresa.

A proposta de criação do Aplicativo B, equaciona problemas de natureza logística e funciona com um operador favorável no controle interno da Empresa, refletindo assim, resultados positivos para o usuário final.

A criação de uma base de dados capaz de fornecer informações relevantes desde o feedback do usuário às condições efetivas da frota, remete às questões próprias de um grupo de benchmarking interno, a exemplo do que foi citado no capítulo 4.2 sobre QualiÔnibus, que surgiu como um indicador de qualidade através da Pesquisa de Satisfação do Cliente. Essa pesquisa poderá ser executada através do SAC, como uma das funções do Aplicativo A.

Seguindo a concepção de um benchmarking para conservação da frota, o Aplicativo B, se utilizará de uma base de dados como ferramenta com base em informações de revisão do veículo, probabilidades de falhas, avaliando as condições de conforto e a vida útil dos ônibus. Esses aplicativos têm o caráter de softwares mobiles pois nos acompanham diariamente. Não precisamos nem de uma pesquisa para perceber que usamos mais de um aplicativo por dia. Isso nos mostra que este é um mercado bastante agitado e que vale a pena participar dele.

5.2.2 Viabilidade Estratégica

A viabilidade estratégica, corresponde aos passos a serem tomados para que os Aplicativos sejam consolidados, no que tange a interface e funcionalidades, para isso, requer que sejam definidos os objetivos dos aplicativos, traçar o perfil do público que irá utilizar, definida a plataforma, mapear os investimentos no desenvolvimento, as funcionalidades, executar testes, além de estruturar um Plano de Negócios capaz de projetar o retorno desse investimento.

5.2.3 Viabilidade Operacional

Inicialmente a estrutura poderá ser terceirizada, através de licitação junto a uma empresa que seja capaz de desenvolver os Aplicativos e hospedar as bases de Dados. A estrutura que requer atendimento ao consumidor poderá funcionar em duas modalidades, com a função SAC (Serviço de Atendimento ao Consumidor) virtual,

para categorias de atendimentos que possibilitem retorno ao usuário via e-mail, incluindo pesquisa de satisfação, de outra forma, seria o direcionamento de casos que precisem de atendimento em setores específicos da Empresa.

Partindo do princípio de que toda grande empresa geralmente conta com um sistema de gestão de base de dados informatizado que facilita a organização e o armazenamento da informação, torna-se uma condição que preconiza bons resultados a entrada e manutenção de informações que possam alimentar a base de dados de forma a otimizar as funções dos aplicativos.

Sabendo quais os problemas que os Aplicativos A e B se propõem a resolver, é preciso ter em mente a sua funcionalidade. Neste aspecto, o MVP (Mínimo Produto Viável) é importante porque atua como um guia poderoso para analisar a aceitação do produto, além de, ajudar a definir uma direção para o desenvolvimento do produto, incluir melhorias e ajustes para que seu lançamento seja um sucesso. Permite que a empresa realize um teste em escala real dentro de um cenário concreto, o MVP é estratégico e crucial para medir a interação do usuário com o produto, avaliar o seu grau de envolvimento e conferir se ele realmente tem potencial para atender a todas as demandas de sua audiência. Um aplicativo de mobilidade urbana tem minimamente funções de geolocalização, botão de pânico.

No caso do Aplicativo A, o MVP Crowdfunding como uma pré-venda da sua solução é um modelo em que os clientes realmente pagariam pela sua solução podendo arrecadar os recursos necessários para a sua operacionalização. Além disso, os clientes podem divulgar o produto por você para ajudar o seu negócio a bater metas de arrecadação. Portanto, é preciso ter bem definida como se dará a execução do app, pois assim será mais fácil para os desenvolvedores mapearem todas as tecnologias necessárias para implementar.

5.2.4 Viabilidade Financeira

Neste momento a viabilidade financeira parte de uma estimativa de mercado, que será estruturada na base mínima dos valores para aquisição de um banco de dados. Conforme o cronograma de execução, os valores serão orçados dentro de um processo de licitação em que concorrerão em preço e qualidade de serviço nos moldes de uma empresa terceirizada que oferecerá toda a estrutura de desenvolvimento,

implantação, treinamento, avaliação e suporte dos dois aplicativos referentes a este projeto.

CUSTO OPERACIONAL MÉDIO DE HOSPEDAGEM EM BANCO DE DADOS

Qualquer aplicativo ou sistema baseado em internet precisará de algum tipo de banco de dados, muitas são as tecnologias envolvidas na hospedagem de um aplicativo.

TABELA 3- ESTIMATIVA DE PREÇO PARA BANCO DE DADOS

Produto	Preço	Preço por assinatura 12 meses
Banco de dados SQL Server	R\$ 32,00	R\$ 25,60
Banco de dados MySQL 2GB (50 conexões)	R\$ 13,00	R\$ 13,00
Banco de dados MySQL 5GB (50 conexões)	R\$ 50,00	R\$ 40,00
Banco de dados MySQL 1GB (25 conexões)	R\$ 5,00	R\$ 4,00

Fonte: pesquisa de mercado dos autores

5.3 Plano de implementação do projeto

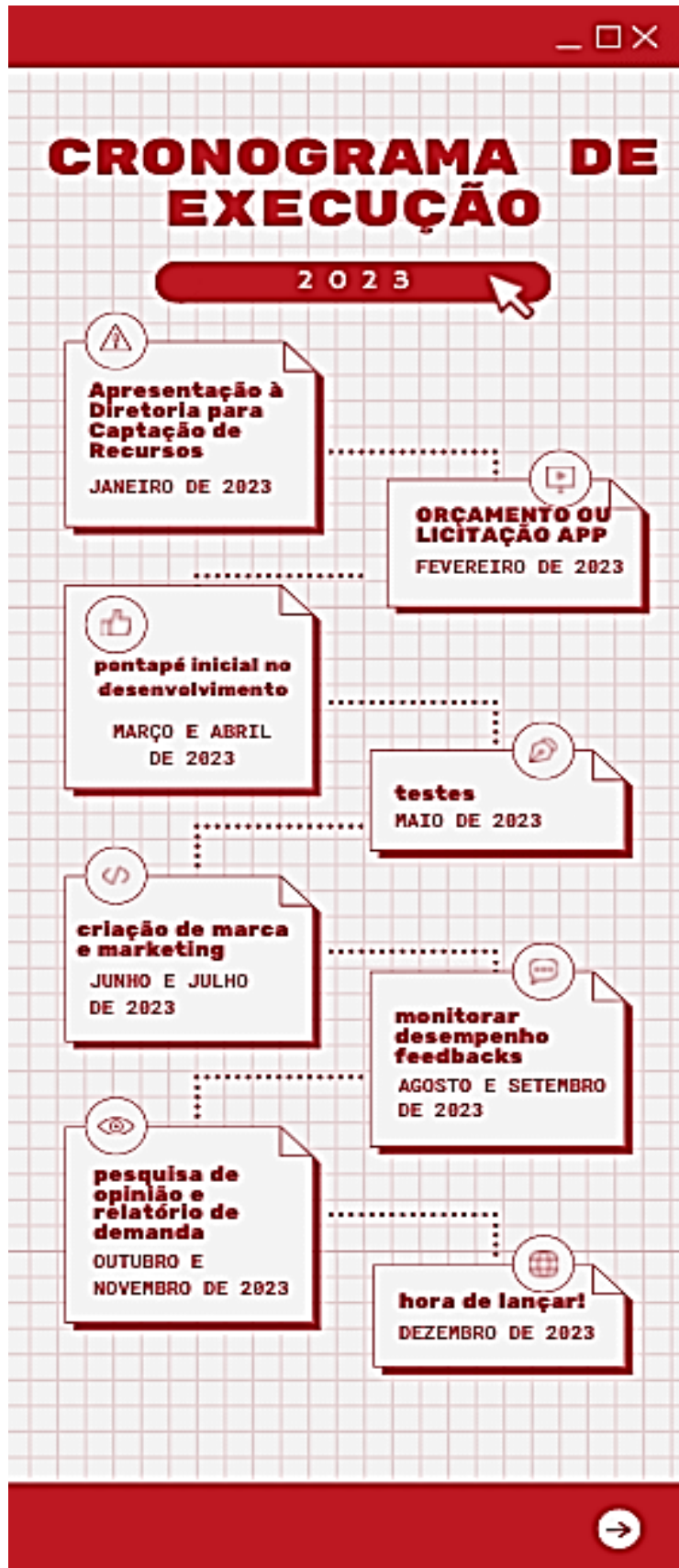
A cidade de Manaus enfrenta problemas de mobilidade urbana que reflete a falta de uma engenharia de trânsito pontual, capaz de reverter sucessivos erros de infraestrutura e planejamento urbano. Nesse contexto, as políticas públicas precisariam ter como nível de prioridade as vias segregadas sem interferências longitudinais, transversais ou cruzamento em nível. Algumas linhas ainda não possuem veículos adequados para trafegarem pela esquerda, tornando inapropriado o tráfego misto cujos corredores de escoamento é reduzido e causa transtornos no trânsito. Esse é um dos fatores requer a modernização da frota observada no framework da proposta deste projeto, bem como, a necessidade fiscalização dos transportes clandestinos que afeta o rendimento das empresas de transporte coletivo na cidade, principalmente em regiões afastadas do centro.

Qualquer projeto que possa cogitar um atendimento com serviços de transporte público de qualidade, precisa obviamente contar inicialmente com políticas públicas de infraestruturas que sejam implementadas com perspectivas a longo prazo. Assim sendo, haverá demanda para que possam ser efetivadas as ações que contemplem vantagens na relação cliente-empresa. A eficiência das ações de políticas de

mobilidade urbana, são essenciais para que novas ideias aliadas a tecnologias e inovações sejam viabilizadas.

O cronograma apresentado no infográfico abaixo demonstra as etapas e prazos para execução e desenvolvimento dos produtos, nesse caso os Aplicativos A e B e para smartphones, e as etapas que compreendem o marketing em torno do lançamento pela empresa.

5.3.1 Cronograma de execução do Projeto



6 Conclusões e recomendações

Durante o desenvolvimento deste projeto, o problema a ser discutido se concentrou na perda da demanda para os transportes clandestinos, além de Uber, mototáxi entre outros, que têm se expandido na cidade. Constatou-se que este fenômeno encontrou espaço no mercado, por oferecer valores atrativos e rapidez. Com base nessa concorrência que é um fator desmotivador para o uso dos ônibus na cidade de Manaus, buscou-se levantar por meio de pesquisas substanciais, quais os pontos mais urgentes para o passageiro, usuário final desse serviço de transporte coletivo.

Foram levantadas através de entrevistas aos stakeholders, usuários do sistema e pessoas que atuam nesse segmento, as respostas e sugestões com a perspectiva de implantação com menor custo para a Empresa e benefício para os usuários. Este parâmetro, modelo de negócio, teve por objetivo atrair as pessoas para o uso de um transporte público coletivo que seja capaz de oferecer uma logística rápida com conforto e segurança.

O modelo de negócio deverá atender a demanda externa proporcionando vantagens por meio de um aplicativo desenvolvido nos moldes de um mercado competitivo que ofereça vantagens na aquisição de pacotes, facilidades na compra de créditos e que ao mesmo tempo forneça informações sobre o percurso dos ônibus em tempo real. Além da criação de um segundo aplicativo que atenderá às necessidades de logística da Empresa, com funções de segurança e de recursos humanos, contendo a proposta de otimizar o serviço.

Recomenda-se a utilização desses aplicativos como forma de adquirir um diferencial no mercado e vantagens competitivas. O projeto obviamente tem suas limitações, dentro do contexto de análises que não puderam ser aprofundadas, pesquisas atualizadas e cálculos financeiros atuais de investimentos no desenvolvimento dos aplicativos. Com relação ao universo da pesquisa, seria necessário um tempo maior que o disponível no momento para a realização de entrevistas com mais pessoas, compilar as opiniões e conferir o grau de relevância dentro de tantas opiniões subjetivas. Além de assegurar-se de que cada pessoa escolhida tem a percepção real do problema abordado. Entretanto, procurou-se estabelecer um parâmetro dentro do cotidiano do cidadão manauara, algo que é comum aos grandes centros urbanos, as questões relacionadas a espera dos

coletivos e remissão desse tempo gasto de maneira improdutiva para o usuário, e a partir dessa preocupação criar a ideia de valor.

No transcorrer da elaboração deste projeto, os assuntos abordados conduziram os envolvidos à cosmovisão das estruturas por trás de práticas de sucesso e no amplo contexto de mobilidade urbana. Produziram inúmeros questionamentos trazidos para realidade da cidade Manaus, as possibilidades de melhora com poucos investimentos, bem como, a necessidade de um planejamento urgente que contenha projeções futuras de grandes investimentos de infraestrutura e urbanismo.

REFERÊNCIAS

AMADO NETO, João. et.al. **ESG Investing**: um novo paradigma de investimentos? São Paulo: Blucher, 2022.

ANTP-Associação Nacional de Transportes Públicos. **Relatório geral 2018**. SIMOB/ANTP/Ministério das Cidades: Sistema de Informações da Mobilidade Urbana. Brasília: maio de 2020.

BEDENDO, Marcos. **Branding**. São Paulo: Saraiva Educação, 2019.

BENEDETTI, Marco. **BRT X VLT**: análise econômica da substituição do sistema de transporte público do eixo anhanguera da cidade de Goiânia.2013.Trabalho de Conclusão de Curso(Curso de Graduação em Engenharia Civil) .Orientador: Prof. Dr. Willer Luciano Carvalho. Universidade Federal de Goiás, Goiânia, 2013.

BENTES, Norma. **Manaus**: realidades e contrastes sociais.

BERNARDI, Luiz A. **Manual de Plano de Negócios**: Fundamentos, Processos e Estruturação, 2. ed . 3.a. reimp. São Paulo: Atlas, 2019.

BIRKINSHAW, Julian. **25 ferramentas de gestão**: um guia sobre os conceitos mais importantes ensinados nos melhores MBAs. Tradução de Cristina Yamagami. Rio de Janeiro: Alta Books, 2018.

BRASIL. **Lei Nº 12.587, de 3 de janeiro de 2012**. Política Nacional de Mobilidade Urbana. Brasília,DF:2012.Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2011-2014/2012/Lei/L12587.htm. Acesso em: 28 de maio de 2022.

BRASIL. **Lei Nº 2428, de 07 de maio de 2019** (Vide Decreto nº 4628/2019). Dispõe sobre a estrutura organizacional do Instituto Municipal de Mobilidade Urbana (IMMU) e dá outras providências.

BRASIL. Ministério das Cidades. **Caderno Técnico para Projetos de Mobilidade Urbana**: Veículo Leve Sobre Trilhos. Brasília: Ministério das Cidades/ Secretaria Nacional de Mobilidade Urbana – SeMob, 2016.

CASTRO, Alexandre Cesar Motta D. **Marketing Canvas** . Rio de Janeiro: Editora Alta Books, 2018.

CERVO, Amado Luiz. BERVIAN, Pedro A. SILVA, Roberto da. **Metodologia científica**. 6.ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

CONSELHO DE ARQUITETURA E URBANISMO DO AMAZONAS- CAU/AM. **Manaus tem projetos de mobilidade urbana que ainda não saíram do papel**. 07 de janeiro de 2016. Disponível em: <https://www.cauam.gov.br/manaus-tem-projetos-de-mobilidade-urbana-que-ainda-nao-sairam-do-papel/>. Acesso em: 05/06/2022.

COSTA, Soraya Nurieh Auzier. **Estudo ecossistêmico sobre o aplicativo Uber na cidade de Manaus: mobilidade urbana, redes e cibercidades.** Dissertação(Mestrado em Ciências da Comunicação) - Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação (PPGCCOM), Universidade Federal do Amazonas, Manaus, 2019.

DEPARTMENT FOR TRANSPORT. **Transport Statistics Great Britain 2019: Moving Britain Ahead.** Londres:Department For Transport, 2019.

DI SERIO, Luiz Carlos. VASCONCELLOS, Marcos Augusto de. **Estratégia e competitividade empresarial: inovação e criação de valor .** São Paulo: Editora Saraiva, 2009.

DIAS, Fernando. **Gerenciamento dos riscos em projetos.**Rio de Janeiro: Elsevier, 2015.(Grandes Especialistas Brasileiros).

DIAS, Sérgio Roberto. **Marketing: estratégia e valor .** São Paulo: Editora Saraiva, 2006.

DINIZ, C.C. A Dinâmica Regional Recente da Economia Brasileira e suas Perspectivas. *In: Textos para Discussão – IPEA*, n. 375 (Jun). 1995

DORNELAS, José; BIM, Adriana; FREITAS, Gustavo; USHIKUBO, Rafaela. **Plano de Negócios com o Modelo Canvas : Guia Prático de Avaliação de Ideias de Negócios a Partir de Exemplos.** Rio de Janeiro: LTC ,2018.

EPE - Empresa de Pesquisa Energética. **Avaliação técnico-econômica de ônibus elétrico no Brasil.** NOTA TÉCNICA EPE/DEA-DPG/SEE-SDB/001/2020. Brasília: setembro de 2020.

FLEURY, Fábio. Luxemburgo é o 1º país do mundo com transporte. **Portal R7.** 04 São Paulo, Internacional, de mar 2020. Coluna Internacional. Disponível em: <https://noticias.r7.com/internacional/luxemburgo-e-o-1-pais-do-mundo-com-transporte-publico-de-graca-04032020>. Acesso em 02 de ago 2022.

GIL, Antônio Carlos. **Como fazer Pesquisa Qualitativa .** São Paulo: Ed. Atlas, 2021.

_____.**Como elaborar projetos de pesquisa.** 7. ed. Barueri [SP]: Atlas, 2022.

GOMES, Luiz Flavio Autran Monteiro. **Teoria da decisão.** São Paulo: Cengage Learning Brasil, 2006. (Coleção Debates em Administração).

HERNÁNDEZ-SAMPIERI, Roberto, COLLADO, Carlos F., LUCIO, María del Pilar B. **Metodologia de Pesquisa.** Porto Alegre: Penso, 2013.

IBGE.2010. Censo sinopse. **Manaus - População residente.** Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/am/manaus/pesquisa/23/25207>. Acesso em: 28 de maio de 2022.

IBGE.2019. **Panorama da cidade de Manaus:** pessoal ocupado. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/am/manaus/panorama>. Acesso em: 28 de maio de 2022.

JULIO, Luciana Reis. **Análise de qualidade do investimento.** São Paulo: Platos Soluções Educacionais S.A. , 2021.

JURAN, José M.; DEFEO, Joseph A. **Fundamentos da Qualidade para Líderes.** Trad. Ronald Saraiva de Menezes. Porto Alegre: Bookman, 2015.

LAKATOS, Eva Maria. MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos de Metodologia Científica** . Atualização da edição João Bosco Medeiros.9. ed. [Reimpr.]. São Paulo: Atlas, 2022.

LIMA, Marcos Castro de. O ir e vir urbano: análise sobre o transporte coletivo em Manaus entre 1980- 2000. *In:* OLIVEIRA, J.A. (Org.) **Espaços urbanos na Amazônia: Visões Geográficas.** Manaus: Editora Valer 2011. p.37

LIMA JÚNIOR, O. F.; GUALDA, N. D. F. **Condicionantes da qualidade em serviços de transporte.** *In:* Anais do IX ANPET, p. 634-645, 1995.

MACEDO, Fábio de Carvalho. **A Importância do Veículo Leve sobre Trilhos.** Associação Brasileira da Indústria Ferroviária - ABIFER. São Paulo: ABIFER, 29.01.2020. Disponível em: <https://abifer.org.br/a-importancia-do-veiculo-leve-sobre-trilhos/#>. Acesso em: 29 de julho de 2022.

MACHADO, Maria do Socorro Maia. GUIMARÃES, Carlos Fábio Morais. **A Crise no Sistema do Transporte Coletivo na Imprensa de Manaus.** Faculdade Martha Falcão-Wyden (FMF), Manaus – AM. 2019. *In:* XVIII CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO NORTE. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. – Parintins - AM – 24 a 26/06/2019.

MAGALHÃES, Soraia Pereira. O transporte coletivo urbano de Manaus: fragmentos de sua evolução (1896-1980). *In* :OLIVEIRA, J.A. (Org.) **Espaços urbanos na Amazônia: Visões Geográficas.** Manaus: Editora Valer 2011.

MAGALHÃES, Soraia Pereira. **O transporte coletivo urbano de Manaus: bondes, ônibus de madeira e metálicos.** Manaus: Edua,2014.

MALHOTRA, Naresh (Org.).WONG, Ho Y.; FOWDAR, Roshnee R. **Planos de marketing.** Trad. Eduardo Kraszckzuck, Ina Futino Barreto. São Paulo: Editora Saraiva, 2013.

MALHOTRA, Naresh K. **Pesquisa de Marketing:** uma orientação aplicada. Tradução: Ronald Saraiva de Menezes. 7. ed. – Porto Alegre : Bookman, 2019.

MARINS, Cristiano Souza Marins. SOUZA, Daniela de Oliveira. BARROS, Magno da Silva. O uso do método de análise hierárquica (AHP) na tomada de decisões gerenciais – um estudo de caso. **XLI SBPO 2009**. Pesquisa Operacional na Gestão do Conhecimento. Disponível em: <http://www2.ic.uff.br/~emitacc/AMD/Artigo%204.pdf>. Acesso em: 10 de outubro de 2022.

MARQUES, Jéssica. Governo do Amazonas anuncia repasse de R\$ 34,9 milhões para a Prefeitura de Manaus adquirir 12 ônibus elétricos. **Diário Do Transporte**. Publicado em: 24 de maio de 2022. Disponível em: <https://diariodotransporte.com.br/2022/05/24/governo-do-amazonas-anuncia-repasse-de-r-349-milhoes-para-a-prefeitura-de-manaus-adquirir-12-onibus-eletricos/>. Acesso em: 28 de maio de 2022.

MATTAR, Fauze Najib. **Pesquisa de Marketing**. 7. ed. - Rio de Janeiro : Elsevier, 2014.

MESQUITA, Teófilo Benarrós de. Com subsídio, Manaus tem segunda tarifa de ônibus mais cara do país. **Jornal Amazonas atual**. In: Dia a dia. 9 de janeiro de 2022. Disponível em: <https://amazonasatual.com.br/com-subsidio-manaus-tem-segunda-tarifa-de-onibus-mais-cara-do-pais/>. Acesso em: 28 de maio de 2022.

MINAYO, Maria Cecília de Souza (Org.). **Pesquisa social** : teoria, método e criatividade. 34. ed. Petrópolis, RJ : Vozes, 2015.

MINISTÉRIO DAS CIDADES (2013), **Política Nacional de Mobilidade Urbana**. Cartilha da Lei nº 12.587/12, Ministério das Cidades, Brasília.

MOVIMENTO RESPIRA SÃO PAULO. **O Transporte elétrico como instrumento para o combate à poluição**. 2016. Disponível em: <http://www.respirasaopaulo.com.br/Onibus%20Eletricos.htm>. Acesso em: 20 de julho de 2022.

NASCIMENTO, Heverton. **Radiografia do transporte público por ônibus em São Paulo**: com o movimento da cidade quase voltando ao que era antes da pandemia, o que o usuário pode esperar do sistema. São Paulo: Estadão, 10 de setembro de 2021. Disponível em: <https://mobilidade.estadao.com.br/mobilidade-para-que/radiografia-do-transporte-publico-por-onibus-em-sao-paulo/>. Acesso em: 30 de julho de 2022.

POLIZEI, Éder. **Plano de Marketing**. 2. ed. revista e ampliada . São Paulo: Cengage Learning Brasil, 2013.

PREFEITURA DE MUNICIPAL DE MANAUS -PMM. **Plano de Mobilidade Urbana de Manaus**. PlanMobManaus. Vol. I. Manaus, 2015. 311 p. Disponível em: <chrome-extension://efaidnbnmnibpcajpcgclclefindmkaj/https://www2.manaus.am.gov.br/docs/portal/secretarias/smtu/PlanMobManaus.pdf>. Acesso: 28 maio de 2022.

PREFEITURA MUNICIPAL DE CURITIBA-PMC., **Curitiba tem 535 novos ônibus**: retomada das integrações e novas linhas: 4 anos de trabalho. 02/01/2021.

SANTANA, Mikal. **Processo Histórico dos transportes de Manaus da Carroça, Bonde ao Ônibus Metalizado**. Tema: Transporte Público: História e Memória. 2017. Disponível em <http://files.antp.org.br/2017/7/10/processo-historico-dos-transportes-de-manaus-da-carrocabonde-ao-onibus-metalizado.pdf>, Acesso em: 28 de maio de 2022.

SCHMIDT, Paulo; SANTOS, José Luiz; MARTINS, Marco A. **Avaliação de empresas: foco na análise de desempenho para o usuário interno**: teoria e prática. São Paulo: Ed. Atlas, 2006.

SILVEROL, Aline Carneiro et. al. **Geografia Urbana** . Porto Alegre: SAGAH, 2019.

SPTRANS. **Relatório Integrado da Administração 2020**. Disponível em: <https://www.sptrans.com.br/relatorio-integrado-da-administracao-2020/>. Acesso em: 30 de julho de 2022.

SPTRANS. Secretaria Municipal de Transporte e Mobilidade Urbana. **São Paulo é a capital com a maior frota de ônibus elétricos do país**. 19 de novembro 2019. Disponível em: <https://sptrans.com.br/noticias/sao-paulo-e-a-cidade-com-maior-frota-de-onibus-eletricos-do-pais/>. Acesso em: 20 de julho de 2022.

TELLES, Dirceu D´Alkmin. **Resíduos sólidos**: gestão responsável e sustentável. São Paulo: Editora Blucher, 2022.

TRANSPORT FOR LONDON -TRF. **Transport for London announces return of Jubilee line Night Tube in May 2022**. In: Intelligent Transport. Disponível em: <https://www.intelligenttransport.com/transport-news/134817/tfl-return-jubilee-night-tube/>. Acesso em: 30 de julho de 2022.

VASCONCELLOS, Eduardo Alcântara de. **Políticas de Transporte no Brasil**: a Construção da Mobilidade Excludente. Barueri-SP Editora Manole, 2014.

VERGARA, Sylvia Constant. **Projetos e Relatórios de Pesquisa em Administração**, 16. ed. São Paulo: Atlas, 2016.

VOLPATTO, Carlla Portal e.al. **Planejamento de transportes urbanos**. Porto Alegre: SAGAH, 2019.

WALLIMAN, Nicholas. **Métodos de Pesquisa**. Revisão técnica de Patrícia Viveiros de Castro Krakauer. Tradução de Arlete Simille Marques. São Paulo: Saraiva, 2015.

WOLEK, M.; JAGIELLO, A.;WOLANSKI, M. **Multi-Criteria Analysis in the Decision-Making Process on the Electrification of Public Transport in Cities in Poland: A Case Study Analysis**. Energies, 2021, 14, 6391. <https://doi.org/10.3390/en14196391>.

WRI BRASIL. **Grupo de Benchmarking QualiÔnibus**: cidades trocam experiências visando à qualidade do transporte coletivo. 29 jan 2018. Disponível em:

<https://wribrasil.org.br/noticias/grupo-de-benchmarking-qualionibus-cidades-trocam-experiencias-visando-qualidade-do>. Acesso em: 28 de junho de 2022.

APÊNDICE - ENTREVISTA REFERENTE AS IDEIAS CONCEITOS PARA MELHORIA DO TRANSPORTE PÚBLICO DA CIDADE DE MANAUS- AMAZONAS

- 1- Qual o seu Nome: Blenda
 3- Qual a sua idade: 25 anos
 4- Em qual empresa você trabalha: Importadora
 5- Qual função exerce no seu trabalho: Analista financeiro
 6- Qual a forma de transporte que você utiliza diariamente: Ônibus

Esclarecendo que a entrevista ocorrerá sobre a sua opinião referente as 13 perguntas que são ideias conceito do modelo de geração de valor em busca de melhorias no sistema de transporte público de Manaus.

No caso esse formato fica para o stakeholders externos

1 – Qual a sua opinião sobre a ideia conceito quanto a criar uma linha com micro-ônibus, com ar condicionado, que rodem 24 hs aos finais de semana, em locais estratégicos (próximos a Pubs, Clubes, Bares e restaurantes) para que os usuários não dependam apenas do transporte por aplicativos.

Acho excelente, pois possibilitar maior quantidade de tempo usufruindo do ambiente. Além do conforto pelo ar condicionado e ter a certeza que teria como voltar para casa com um custo mais em conta.

2 – Qual a sua opinião sobre a ideia conceito quanto em propor que os usuários ganhem descontos quando adquirem pacotes antecipados de passagens e/ou por um período maior de uso no aplicativo específico da empresa, isto ficaria atraente não só para os usuários que queiram economizar com descontos, mas também para as empresas que vendem mais passagens.

Acho ótimo, da mesma forma que funciona com o cashback que é um valor que recebemos de volta, acredito que ter esse ponto de antecipar os créditos é uma forma de fidelizar o usuário de transporte público.

3 – Qual a sua opinião sobre a ideia conceito quanto a criar um plano de fidelidade (assinatura), de valor fixo de compra de passagens com duração mensal/trimestral/anual.

Olhando como usuário, se o transporte público tivesse uma frota bem melhor e o tempo de espera dos ônibus fossem melhor, com toda certeza poderia assinar o plano. Mas se não tivesse a vantagem de tempo acredito que não valeria a pena, pagar por um pacote sem ter em troca uma qualidade melhor do serviço.

4 – Na sua opinião você acha que as empresas de transporte coletivo devem realizar uma análise e demonstrar para a administração pública local sobre os pontos positivos de modernização das frotas com mais tecnologia, como a liberação de wi-fi e o uso de ar-condicionado, dando assim mais conforto aos passageiros.

Se houver uma forma de trazer mais segurança pro transporte pode até torna-se atrativo o wi-fi, porém, pode entrar um contraponto que é a criminalidade e aumento de assaltos nos coletivos, por

maior visibilidade dos aparelhos eletrônicos. Sobre o ar condicionado com toda certeza necessário ainda mais na região que vivemos que possui um calor excessivo.

5 – Na sua opinião, para se entender a real necessidade do consumidor e identificar o que pode ser aprimorado, deve ser criado um aplicativo para cada empresa e um serviço de atendimento ao cliente, para desenvolver uma melhoria da comunicação com o nosso cliente/passageiro.

Com toda certeza o aplicativo individual por empresa e realizar uma pesquisa semestral de satisfação por empresa, poderia ajudar a mensurar o grau de serviço por cada uma. Podendo até criar um Rank da melhor para pior. Logo, poderíamos ter noção do que os usuários passam no dia a dia dentro do ônibus.

6 – Na sua opinião você acha que as empresas de transporte coletivo devem realizar uma análise e demonstrar para a administração pública local quanto a criação de mais faixas exclusivas em áreas de maiores tráfegos, com fiscalização diariamente (guardas e/ou câmeras inteligentes) e punição com multas aos usuários de outros tipos de transporte como carros, motos e caminhões que trafeguem nessas faixas iria ajudar a melhorar o tráfego do transporte coletivo em Manaus.

Acredito que sim, a faixa exclusiva é de suma importância para agilizar o transporte de uma quantidade significativa de pessoas, logo, poderia sugerir rodízio de placas para a administração pública, visando a diminuição de veículos particulares e maior utilização do transporte público os ônibus neste caso.

7 – Na sua opinião a fiscalização diária pela administração pública local, com multas e apreensão de ônibus clandestinos, carros e motos de aplicativos que não estão adequados para a prestação de serviço de transporte de passageiros que trafegam pela cidade de Manaus irão contribuir com a melhoria do transporte urbano de Manaus

Pode sobrecarregar o transporte atual, pois não é suficiente para a população e retirando estes prestadores, pode gerar superlotação nos ônibus. Mas, só seria necessário realizar tal fiscalização se todas as empresas se comprometessem em suprir a necessidade de locomoção de população manauara.

8 - Na sua opinião, você acha que a realização de uma análise para verificar se existem linhas de ônibus da empresa que estão em um determinado horário, com ociosidade e pouco fluxo, podendo colocar ônibus menores para trafegarem nestes locais e realocando o ônibus grande para operar em locais de alta demanda, diminuindo assim a espera dos passageiros nas paradas de ônibus traria melhorias para o sistema de transporte público.

Acho uma excelente ideia, pois os horário de espera por ônibus e em média 40 minutos e quando chegam, veem muito lotados. Se segregarem e mapearem as área de maior fluxo e por mais veículos. Com certeza será mais cômodo para população.

9 – Qual a sua opinião, sobre se a empresa deve fazer demonstração de análise para a administração públiclocal e/ou investidores que desejem investir dinheiro para financiar o aumento da frota de ônibus substituindo os veículos à diesel por veículos de matriz energética limpa como ônibus elétricos, utilizando também de pontos de recarga com painéis solares nas garagens, fazendo assim que tenhamos uma contribuição na preservação do meio ambiente com uso de energia renovável mesmo que isso influencie no aumento da tarifa da passagem.

Acredito que explorar outros meios de energias renováveis e limpas como os raios solares que temos em abundância, e uma forma sustentável e que agregar redução de custos com combustíveis, mas que de certomodo pesa no bolso do usuário final. Se houver uma política pública que não venha trazer prejuízos como o aumento da passagem para o usuário, eu apoio a mudança.

10 – Qual a sua opinião de se verificar a possibilidade de, em caso de esquecimento do passageiro de comprar a sua passagem no passe, de haver a liberação de uma passagem para o passageiro fazer a sua viagem, não podendo utilizar novamente outra passagem, até que na próxima recarga tenha o desconto dapassagem não paga anteriormente.

Acredito que seja muito válida, sendo uma forma de continência pro usuário que muitas das vezes esquece carteira ou de realizar a recargar.

11 – Qual a sua opinião sobre a implantação de tecnologia avançada para o rastreamento do ônibus e análise do operacional em tempo real, afim de haver o trajeto no horário programado, conforme informado pelo aplicativo da empresa, sem haver atrasos absurdos, para que os clientes fiquem satisfeitos e demonstre que a nossa empresa tem um diferencial diante das outras que não cumprem horário.

Ideias conceito do modelo de geração de valor para as empresas de transporte público de Manaus

- 1- Qual o seu Nome: Rebeca Santos
- 2- Qual a sua idade: 29
- 3 Em qual empresa você trabalha: usuário do transporte urbano
- 4- Qual função exerce no seu trabalho: -
- 5- Qual a forma de transporte que você utiliza diariamente: transporte publico

1 – Criar uma linha com micro-ônibus, com ar condicionado, que rodem 24 hs aos finais de semana, em locais estratégicos (próximos a Pubs, Clubes, Bares e restaurantes) para que os usuários não recorram aos ubers.

A ideia ela é boa, mas tem que ser feito um levantamento junto ao público do que frequenta esses locais, porque quem vai para a festa não quer ter um horário definido para voltar e quer voltar a hora que quiser, então sera que rodar 24 horas realmente vai gerar o retorno ou o lucro esperado? É uma boa ideia mas a forma que fazer isso em locais estratégicos em que o horário tem que ser bem levantado. Além de valores, segurança e qual o destino.

2 – Propor que os usuários ganhem descontos quando adquirem pacotes antecipados de passagens e/ou por um período maior de uso no aplicativo específico da empresa, isto fica atraente não só para os usuários que economiza com os descontos, mas também para as empresas que vendem mais passagens.

Concordo, acredito que qualquer usuário gosta de ter desconto, gosta de cartão fidelidade então isso é um atrativo para que ele possa adquirir a esse serviço.

3 – Criar um plano de fidelidade (assinatura), de valor fixo de compra de passagens com duração mensal/trimestral/anual.

Concordo, mas acredito que um plano mensal, trimestral ou anual, tem que ter um atrativo em relação o valor com um diferencial pois, como a intenção é trazer mais usuário, não seria tao interessante pagar algo por um longo período se eu não sei se irei utilizar.

4 – A empresa deve fazer uma análise e demonstrar ao governo sobre os pontos positivos de modernização das frotas com mais tecnologia, havendo a liberação de wi-fi e o uso de ar-condicionado, dando assim mais conforto aos passageiros.

Acredito que antes mesmo de fazer uma apresentação junto ao órgão gestor, deve-se fazer uma pesquisa junto ao usuário para identificar o que ele necessita, o que ele prefere, se é segurança, conforto, rapidez, então a partir disso avaliar o que o usuário quer, para poder fazer uma outra analise e assim apresentar a prefeitura.

5 – Para se entender a real necessidade do consumidor e identificar o que pode ser aprimorado, deve ser criado um aplicativo para cada empresa, um serviço de atendimento ao cliente, para se desenvolver uma melhoria da comunicação com o nosso cliente/passageiro.

Nesse ponto acredito que hoje já temos meios de comunicação para esse fim como o aplicativo CADE MEU ONIBUS, e o próprio SAC de cada empresa. O que pode ser analisado é a realização de pesquisas para com os usuários.

6 – Demonstração de analise para o governo de se criar mais faixas exclusivas em áreas de maiores tráfegos, com fiscalização diariamente (guardas e/ou câmeras inteligentes), punindo com multas aqueles usuários de outros tipos de transporte que trafeguem nessa faixa.

Absteve-se,

7 – Fiscalização diária e multas para os ônibus clandestinos e ubers que não estão adequados para a prestação de serviço de transporte de passageiros que trafegam pela cidade de Manaus.

Absteve-se

8 - Analisar se existem linhas de ônibus grande da empresa que estão em um determinado horário, com ociosidade e pouco fluxo, podendo colocar ônibus menores paratrafegarem nestes locais e realocando o ônibus grande para operar em locais de alta demanda, diminuindo assim a espera dos passageiros nas paradas.

Concordo, porem deve-se analisar os tipos de linha e tempo de viagem, não somente a demanda.

9 - A empresa deve fazer demonstração de análise para o governo e /ou investidores que ajudem a injetar dinheiro para financiar o aumento da frota de ônibus substituindo os veículos à diesel por veículos mais limpos/sustentáveis, utilizando também de pontos de recarga com painéis solares nas garagens, fazendo assim com que tenhamos uma melhoria do meio ambiente, economia no uso do combustível e reutilização de energia.

Concordo.

10 – Verificar a possibilidade de, em caso de esquecimento do passageiro de comprar a sua passagem no passe, a liberação de uma passagem para o passageiro fazer a sua viagem, não podendo utilizar novamente, até que na próxima recarga tenha o desconto da passagem não paga.

Ótima ideia.

11 – Tecnologia avançada para o rastreamento do ônibus e análise do operacional em tempo real, afim de haver o trajeto no horário programado, conforme informado pelo aplicativo da empresa, sem haver atrasos absurdos, para que os clientes fiquem satisfeitos e demonstre que a nossa empresa tem um diferencial diante das outras que não cumprem horário.

Existe um sistema novo com o mesmo objetivo, o que se pode fazer agora é aperfeiçoar o sistema.

12 – A utilização do “botão do pânico” no transporte público de passageiros em Manaus, que permite que o motorista alerte uma central de operações sobre um ato de violência ou assalto que esteja ocorrendo dentro do ônibus, permitindo a rápida intervenção da polícia em um próximo terminal de passageiros.

Concordo, hoje o transporte coletivo é muito visado por bandidos.

Ideias conceito do modelo de geração de valor para as empresas de transporte público de Manaus

- 1 Qual o seu Nome: Diego
- 2- Qual a sua idade: -
- 3- Em qual empresa você trabalha: Vega transporte urbano
- 4- Qual função exerce no seu trabalho: Gerente operacional
- 5- Qual a forma de transporte que você utiliza diariamente:

1 – Criar uma linha com micro-ônibus, com ar condicionado, que rodem 24 hs aos finais de semana, em locais estratégicos (próximos a Pubs, Clubes, Bares e restaurantes) para que os usuários não recorram aos ubers.

Acredito que deve ser feito um estudo, pois uma linha para rodar 24hs tem um custo e será necessário que a demanda seja viável para cobrir o custo. Analisar o destino onde as pessoas estão aglomeradas nesses pontos citados e qual o retorno deles, analisar se a linha vai ser fixa ou seria de acordo da demanda. É interesse, mas entendo que deve ser feito um estudo da demanda para saber se compensa o custo/serviço.

2 – Propor que os usuários ganhem descontos quando adquirem pacotes antecipados de passagens e/ou por um período maior de uso no aplicativo específico da empresa, isto fica atraente não só para os usuários que economiza com os descontos, mas também para as empresas que vendem mais passagens.

Acredito que já temos tecnologia para adequar a esse sistema e também acredito ser uma forma de fidelizar o cliente e gerar programas que incentivem o cliente a comprar a passagem antecipada. Apesar de não mencionar qual seria esse desconto, acredito que a médio e longo prazo seria uma forma de fidelizar esse cliente.

3 – Criar um plano de fidelidade (assinatura), de valor fixo de compra de passagens com duração mensal/trimestral/anual.

Concordo, conforme explicado no item anterior.

4 – A empresa deve fazer uma análise e demonstrar ao governo sobre os pontos positivos de modernização das frotas com mais tecnologia, havendo a liberação de wi-fi e o uso de ar-condicionado, dando assim mais conforto aos passageiros.

Já existe a questão do ar condicionado e cada vez mais tem se consolidado, inclusive acredito que todos os carros de 2023 estejam vindo de fábrica com ar condicionado. Wifi aqui em Manaus eu ainda não tenho conhecimento, deve agregar um valor, não sei mensurar agora o quanto seria positivo, como esta sendo colocado aqui, tendo em vista que a tecnologia na atualidade está muito acessível. Entendo que mesmo que o usuário tenha internet 3G/4G/5G no seu aparelho, mas a empresa informa que determinada linha tem wifi de alguma forma é visto diferente, ou seja. É possível agregar valor e se torna atrativo, sabemos ainda que será gerado um custo que não deve ser tao alto, gerando também um grande marketing para empresa de forma positiva.

5 – Para se entender a real necessidade do consumidor e identificar o que pode ser aprimorado, deve ser criado um aplicativo para cada empresa, um serviço de atendimento ao cliente, para se desenvolver uma melhoria da comunicação com o nosso cliente/passageiro.

Concordo, todo serviço de transporte gira em torno do cliente, então a empresas existem para atender única e exclusivamente essa necessidade, a partir do momento que conseguimos ter esse canal de forma mais objetiva, entendo as preferencias, os horas e outras situações, isso vai ajudar na composição no quadro de horas para ofertar uma linha no horário específico de acordo com que o cliente deseja, não sendo possível atender 100%, mas sendo possível atender o mais próximo do que o usuário precisa, e também será agregado valor.

6 – Demonstração de análise para o governo de se criar mais faixas exclusivas em áreas de

maiores trânsitos, com fiscalização diariamente (guardas e/ou câmeras inteligentes), punindo com multas aqueles usuários de outros tipos de transporte que trafeguem nessa faixa.

Boa ideia, já tem outras cidades que funcionam dessa forma, e teremos duas grandes vantagens, sendo o primeiro: priorizar o transporte coletivo, o que vai tornar e trazer uma velocidade operacional muito maior do que temos, podendo conforme a demanda e a frequência do horário podendo até reduzir custo, pois o carro vai andar mais rápido e assim chegara mais rápido ao terminal, sendo o segundo: a medida que isso acontece o transporte público fica mais rápido e será prioridade, sendo que a medida que o usuário perceber pode ser possível que o transporte público seja a primeira opção de transporte ao usuário, pois o usuário percebe e entende que com o transporte público chegara mais rápido do que no transporte particular.

7 – Fiscalização diária e multas para os ônibus clandestinos e ubers que não estão adequados para a prestação de serviço de transporte de passageiros que trafegam pela cidade de Manaus.

Precisa funcionar em Manaus, pois temos os transportes clandestinos que além de prejudicar o movimento da cidade com relação a risco de acidente de transito, por que são transportes que não tem regulamentação, é um transporte que não tem segurança e nem fiscalização, isso leva uma parte dos usuários do transporte coletivo o que torna uma concorrência desleal, pela falta de regulamentação e pelo fato das empresas de transporte pagarem os impostos, funcionários contratados de forma adequada para a direção de um ônibus, realiza a manutenção e revisão dos carros regulamente, pagam a documentação do carro em dia, o que na maioria ou quase sempre no clandestino não é feito.

8 - Analisar se existem linhas de ônibus grande da empresa que estão em um determinado horário, com ociosidade e pouco fluxo, podendo colocar ônibus menores para trafegarem nestes locais e realocando o ônibus grande para operar em locais de alta demanda, diminuindo assim a espera dos passageiros nas paradas.

Concordo, é puro planejamento. O movimento da cidade ele existe e conhecido, temos o movimento do pico pela manhã e pela tarde, sendo que mesmo sabendo disso, é necessário estar acompanhando constantemente a demanda, pois muda pelo comportamento da cidade, do mercado, temos o exemplo da pandemia em que as faculdades em partes voltaram presencial, tem a questão o uber moto, são situações que fazem o movimento da cidade mudar. Sendo necessário que a empresa analise quando colocar o veículo na hora e momento certo para rodar e aproveitamento da melhor forma possível.

9 - A empresa deve fazer demonstração de análise para o governo e /ou investidores que ajudem a injetar dinheiro para financiar o aumento da frota de ônibus substituindo os veículos à diesel por veículos mais limpos/sustentáveis, utilizando também de pontos de recarga com painéis solares nas garagens, fazendo assim com que tenhamos uma melhoria do meio ambiente, economia no uso do combustível e reutilização de energia.

Boa ideia, ajuda no meio ambiente, na utilização de energia solar, que em Manaus pela incidência de calor seria muito produtivo, mas requer um estudo. Acredito que analisando o cenário do transporte e o cenário de um mundo mais sustentável para o futuro e para as próximas décadas, diria que é de extrema necessidade, porém apesar de já existir carros elétricos em Manaus ainda levaria um tempo para termos uma frota nesse nível.

10 – Verificar a possibilidade de, em caso de esquecimento do passageiro de comprar a sua passagem no passe, a liberação de uma passagem para o passageiro fazer a sua viagem, não podendo utilizar novamente, até que na próxima recarga tenha o desconto da passagem não paga.

Viabiliza ao cliente no caso dele esquecer de carregar o cartão, tem uma opção emergencial, acrescento que caso isso aconteça que de alguma forma ele fosse avisado, podendo o validador emitir alguma alerta. Ou, esse usuário que comprou as passagens no sistema eletrônico ele tem um cadastro e quando isso aconteça ele receba esse alerta por email, whatsapp, mensagem.

11 – Tecnologia avançada para o rastreamento do ônibus e análise do operacional em tempo real, afim de haver o trajeto no horário programado, conforme informado pelo aplicativo da empresa, sem haver atrasos absurdos, para que os clientes fiquem satisfeitos e demonstre que a nossa empresa tem um diferencial diante das outras que não cumprem horário.

Fiquei na dúvida, a questão fala de consorcio ou empresa pontual. Na questão de consorcio, acordo operacional (ACOP), o foco tem que ser sempre o cliente, passageiro, naquilo que esta no controle das empresas, dos motoristas e da ACOP, precisa ser feito. Rastrear aquele carro que da pra adiantar, o carro que pode segurar um pouco pra evitar o correnca de comboio, que um custo operacional altoe produtividade baixa, pois teremos 3 ou 4 carros passando ao mesmo tempo e em contrapartida ficara um buraco muito grande na linha, lembrando que haverásituações que ficara fora do controle como dia de chuva, engarrafamento. Porem se

existir essa tecnologia de rastreamento pelo GPS e uma equipe dedicada monitorando esse serviço, conferindo o trafego na rua, no terminal e não trabalharnecessariamente com horário programado mas sim em torno daquilo que a demanda esta representando no dia certamente teremos viagens mais eficientes e o usuário estará satisfeito.

12 – A utilização do “botão do pânico” no transporte público de passageiros em Manaus, que permite que o motorista alerte uma central de operações sobre um ato de violência ou assalto que esteja ocorrendo dentro do ônibus, permitindo a rápida intervenção da polícia em um próximo terminal de passageiros.

Concordo que pode auxiliar sim, porem esse botão de pânico deve ser observado olocal que o motorista ou cobrador, possa utilizar de forma discreta, sendo tambémnecessário que o motorista faça uma manobra onde o meliante não percebi que o motorista apertou algum botão, no começo vai até funcionar mas depois será conhecido, fazendo com que o meliante ao entrar já pressione o motorista a não acionar o botão. Ou seja, deve ser colocado em um local discreto e que o motorista também não acione por acidente, como aconteceu em muitas cidades.

Ideias conceito do modelo de geração de valor para as empresas de transporte público de Manaus

Qual o seu Nome: Tadeu

Qual a sua idade: 29

Em qual empresa você trabalha: Via Verde transporte urbano

Qual função exerce no seu trabalho: Gerente de Manutenção

Qual a forma de transporte que você utiliza diariamente

1 – Criar uma linha com micro-ônibus, com ar condicionado, que rodem 24 hs aos finais de semana, em locais estratégicos (próximos a Pubs, Clubes, Bares e restaurantes) para que os usuários não recorram aos ubers.

Não acho viável pelo fato de pensarmos somente no final da viagem, teoricamente estamos pensando nas pessoas que beberam e vão voltar para casa. Acredito não ser viável pelo fato desses usuários utilizarem seus carros particulares ou o uber pela segurança de deixarem na porta de casa, além do mais para empresa o custo operacional de colocar os ônibus para rodar com gasto do pneu, diesel, motorista para obter um ganho muito baixo.

2 – Propor que os usuários ganhem descontos quando adquirem pacotes antecipados de passagens e/ou por um período maior de uso no aplicativo específico da empresa, isto fica atraente não só para os usuários que economiza com os descontos, mas também para as empresas que vendem mais passagens.

É viável, pois praticamente antecipa a venda e já garante o lucro para empresa, mesmo se o usuário usar ou não os créditos comprados, ou seja, uma venda garantida. Tendo como sugestão ainda estabelecer um prazo de uso para aquela compra com o objetivo de gerar uma movimentação e lucro para empresa, pois se não estabelecer um prazo o usuário poderá comprar os créditos e não utilizar resultando assim em prejuízo, pois não haverá novas compras de créditos.

3 – Criar um plano de fidelidade (assinatura), de valor fixo de compra de passagens com duração mensal/trimestral/anual.

Acredito que nessa questão é a mesma situação da questão anterior, pois se a empresa cria um plano de pacote a intenção é fidelizar o cliente. Como por exemplo uma academia que oferece um pacote trimestral ou semestral, o objetivo é fidelizar o cliente mesmo que após finalizar o pacote o cliente não permaneça, pois durante o pacote foi possível obter lucro.

4 – A empresa deve fazer uma análise e demonstrar ao governo sobre os pontos positivos de modernização das frotas com mais tecnologia, havendo a liberação de wi-fi e o uso de ar-condicionado, dando assim mais conforto aos passageiros.

Na minha opinião já existe nas empresas de transporte os veículos com ar condicionado, em relação ao wi-fi foi realizado teste pelas empresas porém existe um fator externo que trata-se das empresas que fornecem a internet, em que foi identificado que há uma “nuvem negra”, mas conhecido como locais em que não há utilização viável do wi-fi. Então no caso oferecer esse serviço é um risco de criar expectativa no usuário e não obter o resultado esperado pelo usuário, podendo ser usado isso contra a empresa.

5 – Para se entender a real necessidade do consumidor e identificar o que pode ser aprimorado, deve ser criado um aplicativo para cada empresa, um serviço de atendimento ao cliente, para se desenvolver uma melhoria da comunicação com o nosso cliente/passageiro.

Acredito que se formos analisar o que o cliente quer, o resultado será que o cliente deseja, ônibus climatizado, ônibus menos lotados, ônibus limpo, motoristas e cobradores educados, menos trânsito, então nessa situação as empresas já sabem o que fazer, porém quem vai subsidiar toda essa demanda? Acredito que seja um tema muito amplo, que depende de outros órgãos e não somente jogar no usuário essa responsabilidade.

6 – Demonstração de análise para o governo de se criar mais faixas exclusivas em áreas

de maiores trânsitos, com fiscalização diariamente (guardas e/ou câmeras inteligentes), punindo com multas aqueles usuários de outros tipos de transporte que trafeguem nessa faixa.

É viável sim, pois já existe a faixa azul que na minha opinião é utilizada de forma errada, pois é disponibilizado uma faixa exclusiva para os ônibus mas outros veículos trafegam na faixa que deveria ser apenas um tipo de veículo. Ou seja, deve ser planejamento pois ajudaria muito no trânsito.

7 – Fiscalização diária e multas para os ônibus clandestinos e ubers que não estão adequados para a prestação de serviço de transporte de passageiros que trafegam pela cidade de Manaus.

É viável sim, fiscalização diária para os ônibus clandestinos, porém em contrapartida existe essa concorrência porque as empresas não conseguem entregar tudo o que o usuário espera, delimitando assim o acesso dos usuários.

8 - Analisar se existem linhas de ônibus grande da empresa que estão em um determinado horário, com ociosidade e pouco fluxo, podendo colocar ônibus menores para trafegarem nestes locais e realocando o ônibus grande para operar em locais de alta demanda, diminuindo assim a espera dos passageiros nas paradas.

É viável e já existe através da ACOP, as empresas na atualidade utilizam do ônibus chamado MICRÃO que serve de “alimentadora” para os locais onde existe pico.

9 - A empresa deve fazer demonstração de análise para o governo e /ou investidores que ajudem a injetar dinheiro para financiar o aumento da frota de ônibus substituindo os veículos à diesel por veículos mais limpos/sustentáveis, utilizando também de pontos de recarga com painéis solares nas garagens, fazendo assim com que tenhamos uma melhoria do meio ambiente, economia no uso do combustível e reutilização de energia.

Acredito que para nossa realidade ainda está longe de ser possível substituir a frota, pelo fato de que o subsídio teria que ser muito alto, pela taxa de investimento. Um ônibus é muito caro e conscientizar a população dessa mudança, preservação do meio ambiente, estruturação de uma garagem. Acredito que esse projeto é muito para o futuro.

10 – Verificar a possibilidade de, em caso de esquecimento do passageiro de comprar a sua passagem no passe, a liberação de uma passagem para o passageiro fazer a sua viagem, não podendo utilizar novamente, até que na próxima recarga tenha o desconto da passagem não paga.

É viável sim, mas com no máximo uma passagem nessa condição, pois se houver mais que esse limite pode resultar um prejuízo para a empresa.

11 – Tecnologia avançada para o rastreamento do ônibus e análise do operacional em tempo real, a fim de haver o trajeto no horário programado, conforme informado pelo aplicativo da empresa, sem haver atrasos absurdos, para que os clientes fiquem satisfeitos e demonstre que a nossa empresa tem um diferencial diante das outras que não cumprem horário.

Acredito que já existe na empresa através do controle do CCO e ACOP, o problema é que nem toda mobilidade depende da empresa, mas do trânsito. Todas as viagens são programadas, então entendo que para fazer funcionar deveria haver um novo projeto de mobilidade urbana.

12 – A utilização do “botão do pânico” no transporte público de passageiros em Manaus, que permite que o motorista alerte uma central de operações sobre um ato de violência ou assalto que esteja ocorrendo dentro do ônibus, permitindo a rápida intervenção da polícia em um próximo terminal de passageiros.

É viável, até mesmo para acionar uma viatura que esteja mais próximo do ônibus. Já percebemos que nas ruas de Manaus várias viaturas da polícia, mas que ainda são suficientes pois não inibem os delinquentes que cometem assaltos dentro dos ônibus.

Ideias conceito do modelo de geração de valor para as empresas de transporte público de Manaus

1- Qual o seu Nome: Tarcio Oliveira2-

Qual a sua idade: 43

3- Em qual empresa você trabalha: Sinetran

4- Qual função exerce no seu trabalho: Gerente operacional

5- Qual a forma de transporte que você utiliza diariamente: -

1 – Criar uma linha com micro-ônibus, com ar condicionado, que rodem 24 hs aos finais de semana, em locais estratégicos (próximos a Pubs, Clubes, Bares e restaurantes) para que os usuários não recorram aos ubers.

A ideia ela é boa, mas tem que ser feito um levantamento junto ao público do que frequenta esses locais, porque quem vai para a festa não quer ter um horário definido para voltar e quer voltar a hora que quiser, então sera que rodar 24 horas realmente vai gerar o retorno ou o lucro esperado? É uma boa ideia mas a forma que fazer isso em locais estratégicos em que o horário tem que ser bem levantado. Além de valores, segurança e qual o destino.

2 – Propor que os usuários ganhem descontos quando adquirem pacotes antecipados de passagens e/ou por um período maior de uso no aplicativo específico da empresa, isto fica atraente não só para os usuários que economiza com os descontos, mas também para as empresas que vendem mais passagens.

Concordo, acredito que qualquer usuário gosta de ter desconto, gosta de cartão fidelidade então isso é um atrativo para que ele possa adquirir a esse serviço.

3 – Criar um plano de fidelidade (assinatura), de valor fixo de compra de passagens com duração mensal/trimestral/anual.

Concordo, mas acredito que um plano mensal, trimestral ou anual, tem que ter um atrativo em relação o valor com um diferencial pois, como a intenção é trazer mais usuário, não seria tao interessante pagar algo por um longo período se eu não sei se irei utilizar.

4 – A empresa deve fazer uma análise e demonstrar ao governo sobre os pontos positivos de modernização das frotas com mais tecnologia, havendo a liberação de wi-fi e o uso de ar-condicionado, dando assim mais conforto aos passageiros.

Acredito que antes mesmo de fazer uma apresentação junto ao órgão gestor, deve-se fazer uma pesquisa junto ao usuário para identificar o que ele necessita, o que ele prefere, se é segurança, conforto, rapidez, então a partir disso avaliar o que o usuário quer, para poder fazer uma outra análise e assim apresentar a prefeitura.

5 – Para se entender a real necessidade do consumidor e identificar o que pode ser aprimorado, deve ser criado um aplicativo para cada empresa, um serviço de atendimento ao cliente, para se desenvolver uma melhoria da comunicação com o nosso cliente/passageiro.

Nesse ponto acredito que hoje já temos meios de comunicação para esse fim como o aplicativo CADE MEU ONIBUS, e o próprio SAC de cada empresa. O que pode ser analisado é a realização de pesquisas para com os usuários.

6 – Demonstração de análise para o governo de se criar mais faixas exclusivas em áreas de maiores tráfegos, com fiscalização diariamente (guardas e/ou câmeras inteligentes), punindo com multas aqueles usuários de outros tipos de transporte que trafeguem nessa faixa.

Absteve-se,

7 – Fiscalização diária e multas para os ônibus clandestinos e ubers que não estão adequados

para a prestação de serviço de transporte de passageiros que trafegam pela cidade de Manaus.

Absteve-se

8 - Analisar se existem linhas de ônibus grande da empresa que estão em um determinado horário, com ociosidade e pouco fluxo, podendo colocar ônibus menores para trafegarem nestes locais e realocando o ônibus grande para operar em locais de alta demanda, diminuindo assim a espera dos passageiros nas paradas.

Concordo, porem deve-se analisar os tipos de linha e tempo de viagem, não somente a demanda.

9 - A empresa deve fazer demonstração de análise para o governo e /ou investidores que ajudem a injetar dinheiro para financiar o aumento da frota de ônibus substituindo os veículos à diesel por veículos mais limpos/sustentáveis, utilizando também de pontos de recarga com painéis solares nas garagens, fazendo assim com que tenhamos uma melhoria do meio ambiente, economia no uso do combustível e reutilização de energia.

Concordo.

10 – Verificar a possibilidade de, em caso de esquecimento do passageiro de comprar a sua passagem no passe, a liberação de uma passagem para o passageiro fazer a sua viagem, não podendo utilizar novamente, até que na próxima recarga tenha o desconto da passagem não paga.

Ótima ideia.

11 – Tecnologia avançada para o rastreamento do ônibus e análise do operacional em tempo real, afim de haver o trajeto no horário programado, conforme informado pelo aplicativo da empresa, sem haver atrasos absurdos, para que os clientes fiquem satisfeitos e demonstre que a nossa empresa tem um diferencial diante das outras que não cumprem horário.

Existe um sistema novo com o mesmo objetivo, o que se pode fazer agora é aperfeiçoar o sistema.

12 – A utilização do “botão do pânico” no transporte público de passageiros em Manaus, que permite que o motorista alerte uma central de operações sobre um ato de violência ou assalto que esteja ocorrendo dentro do ônibus, permitindo a rápida intervenção da polícia em um próximo terminal de passageiros.

Concordo, hoje o transporte coletivo é muito visado por bandidos.

Ideias conceito do modelo de geração de valor para as empresas de transporte público de Manaus

- 1- Qual o seu Nome: Bento Rocha2- Qual a sua idade: 55
- 3- Em qual empresa você trabalha: integração transporte urbano4- Qual função exerce no seu trabalho: Gerente operacional
- 5- Qual a forma de transporte que você utiliza diariamente:

1 – Criar uma linha com micro-ônibus, com ar condicionado, que rodem 24 hs aos finais de semana, em locais estratégicos (próximos a Pubs, Clubes, Bares e restaurantes) para que os usuários não recorram aos ubers.

É viável e existe demanda, desde que seja por aplicativo também.

2 – Propor que os usuários ganhem descontos quando adquirem pacotes antecipados de passagens e/ou por um período maior de uso no aplicativo específico da empresa, isto fica atraente não só para os usuários que economiza com os descontos, mas também para as empresas que vendem mais passagens.

É viável mesmo conceito de milhagem (bônus) já existe um estudo no sistema para beneficiar a fidelização dos clientes que utilizam o transporte público.

3 – Criar um plano de fidelidade (assinatura), de valor fixo de compra de passagens com duração mensal/trimestral/anual.

Viável já existe estudo e se aplica na resposta da questão 2.

4 – A empresa deve fazer uma análise e demonstrar ao governo sobre os pontos positivos de modernização das frotas com mais tecnologia, havendo a liberação de wi-fi e o uso de ar condicionado, dando assim mais conforto aos passageiros.

Novas tecnologias é um fato, no quesito de modernização dos ônibus, no entanto o conforto no transporte público é um conceito um tanto vago, o que o usuário espera e almeja é eficiência e pontualidade. Em relação ao governo não cabe as empresas levantar esta bandeira e sim mobilização por parte de bancadas de parlamentares, seja nível municipal, estadual e federal, políticas públicas voltadas ao sistema de transporte.

5 – Para se entender a real necessidade do consumidor e identificar o que pode ser aprimorado, deve ser criado um aplicativo para cada empresa, um serviço de atendimento ao cliente, para se desenvolver uma melhoria da comunicação com o nosso cliente/passageiro.

É viável e já existe, o aplicativo meu ônibus já está sendo aperfeiçoado com melhorias específicas com este objetivo, além de fornecer informações ao cliente a

ferramenta também será útil para sugestões de melhorias, opiniões, elogios, e reclamações do cliente, de forma individual para cada empresa.

6 – Demonstração de análise para o governo de se criar mais faixas exclusivas em áreas de maiores trânsitos, com fiscalização diariamente (guardas e/ou câmeras inteligentes), punindo com multas aqueles usuários de outros tipos de transporte que trafeguem nessa faixa.

É viável um projeto desta magnitude é interessante para atrair mais passageiros para o sistema, no entanto é preciso um estudo de viabilidade, a estrutura da malhaviária da nossa cidade oferece pouca condição para aplicar faixas exclusivas, seria necessário um investimento muito alto para que um projeto deste seja viável, se aplica na resposta da questão 4.

7 – Fiscalização diária e multas para os ônibus clandestinos e ubers que não estão adequados para a prestação de serviço de transporte de passageiros que trafegam pela cidade de Manaus.

É viável desde que o poder concedente responsável faça com que a lei seja cumprida, e existe lei e regras que regem sobre isso.

8 - Analisar se existem linhas de ônibus grande da empresa que estão em um determinado horário, com ociosidade e pouco fluxo, podendo colocar ônibus menores paratrafegarem nestes locais e realocando o ônibus grande para operar em locais de alta **demanda, diminuindo assim a espera dos passageiros nas paradas.**

É viável e já existe um trabalho sendo feito de readequação de linhas versus frota, o IMMU está à frente deste projeto. Os micros já fazem parte deste projeto que deverá ser expandido.

9 - A empresa deve fazer demonstração de análise para o governo e /ou investidores que ajudem a injetar dinheiro para financiar o aumento da frota de ônibus substituindo os veículos à diesel por veículos mais limpos/sustentáveis, utilizando também de pontos de recarga com painéis solares nas garagens, fazendo assim com que tenhamos uma melhoria do meio ambiente, economia no uso do combustível e reutilização de energia.

Existe um projeto em análise em relação de como as empresas vão conseguir aportar financeiro para aquisição de ônibus elétricos em razão do alto custo, para isso existe a possibilidade de locação direto da fabricante para empresa, ou seja, ao invés de comprar a empresa aluga e paga um valor para a fabricante, é um projeto já em andamento e tem tudo para dar certo.

10 – Verificar a possibilidade de, em caso de esquecimento do passageiro de comprar a sua passagem no passe, a liberação de uma passagem para o passageiro fazer a sua viagem, não podendo utilizar novamente, até que na próxima recarga tenha o desconto da passagem não paga.

Neste caso se aplicaria a questão da fidelização. Ou outras modalidades de pagamento tipo cartão crédito, débito ou pix. Com estas possibilidades não seria necessário creditar em outra recarga.

– Tecnologia avançada para o rastreamento do ônibus e análise do operacional em tempo real, afim de haver o trajeto no horário programado, conforme informado pelo aplicativo da empresa, sem haver atrasos absurdos, para que os clientes fiquem satisfeitos e demonstre que a nossa empresa tem um diferencial diante das outras que não cumprem horário.

Inviável no sistema de hoje, porque as empresas não operam de modo individual e sim um sistema como um todo, desta forma toda tecnologia que se aplica para uma é para todas, o aplicativo meu ônibus oferece toda esta possibilidade e nele o cliente pode individualizar.

11 – A utilização do “botão do pânico” no transporte público de passageiros em Manaus, que permite que o motorista alerte uma central de operações sobre um ato de violência ou assalto que esteja ocorrendo dentro do ônibus, permitindo a rápida intervenção da polícia em um próximo terminal de passageiros.

É viável e já existe este projeto do botão de pânico e a integralização do monitoramento das câmeras dos ônibus pelo sistema de monitoramento da polícia.

Ideias conceito do modelo de geração de valor para as empresas de transporte público de Manaus

Qual o seu Nome: Diogo Cesar dos Santos

Qual a sua idade: 39

Em qual empresa você trabalha: Sinetram

Qual função exerce no seu trabalho: Superintendente do Sindicato

Qual a forma de transporte que você utiliza diariamente:

1 – Criar uma linha com micro-ônibus, com ar condicionado, que rodem 24 hs aos finais de semana, em locais estratégicos (próximos a Pubs, Clubes, Bares e restaurantes) para que os usuários não recorram aos ubers.

Depende da concepção, se for uma linha somente social, como temos várias em Manaus e que não são lucrativas, no caso que deveria ser custeado pelo poder público acho interesse, pois as linhas sobre demanda nos fins de semana não seria alto suficiente ou alto sustentável, logo resultaria prejuízo para as empresas e geraria um desequilíbrio no contrato. Porém se for como a linha que temos atualmente que não tem lucratividade, mas são necessárias como por exemplo linhas próximo ao parque do idoso e outros pontos. Não sou a favor no caso de trazer lucro, pois uma linha nesse sentido não gera lucro e se mantém

2 – Propor que os usuários ganhem descontos quando adquirem pacotes antecipados de passagens e/ou por um período maior de uso no aplicativo específico da empresa, isto fica atraente não só para os usuários que economiza com os descontos, mas também para as empresas que vendem mais passagens.

É viável, e já existe a possibilidade de criar um ckechback para que os usuários em determinados horas onde existe menos demanda, ganhe um tipo de desconto e retorno na sua passagem já que nesse ponto não há solicitando de muitas pessoas.

3 – Criar um plano de fidelidade (assinatura), de valor fixo de compra de passagens com duração mensal/trimestral/anual.

Ocorre muito fora do Brasil e eu vejo como uma possibilidade positiva para fidelizar o cliente aqui de Manaus, existe um projeto que se chama “PASSAPORTE”, que seria uma quantidade que a pessoa usa por mês, sem que o usuário pagaria por determinado valor e receberia uma quantidade ilimitada do cartão. Algo que preocupa nesse projeto é em relação a fraude, que infelizmente acontece muito em Manaus como por exemplo: estudante. Na capital a maior parte dos usuários são estudantes.

4 – A empresa deve fazer uma análise e demonstrar ao governo sobre os pontos positivos de modernização das frotas com mais tecnologia, havendo a liberação de wi-fi e o uso de ar-condicionado, dando assim mais conforto aos passageiros.

A renovação da frota do transporte público em Manaus já está sendo utilizada ar condicionado. A um tempo atrás foi feito um teste para que os carros rodassem como ar condicionado em 2006, porém houve casos de gripe e outras situações que levaram o projeto ao fim, mas concordo que é uma boa ideia. Em relação ao wi-fi, eu me preocupo em relação aos inúmeros casos de assalto dentro dos ônibus, então existe usuários que não tira o celular quando está dentro do ônibus, pela falta de segurança. Hoje o principal problema que eu identifico no transporte é a segurança até para trazer essas novas tecnologias.

5 – Para se entender a real necessidade do consumidor e identificar o que pode ser aprimorado, deve ser criado um aplicativo para cada empresa, um serviço de atendimento ao cliente, para se desenvolver uma melhoria da comunicação com o nosso cliente/passageiro.

Existe o aplicativo “Cadê Meu Ônibus”, que serve para entregar ao usuário em tempo real e tem um canal exclusivo onde o usuário pode reclamar, propor sugestões, novas linhas. O Maio índice de reclamações hoje é a “queima de parada”.

6 – Demonstração de análise para o governo de se criar mais faixas exclusivas em áreas de maiores tráfegos, com fiscalização diariamente (guardas e/ou câmeras inteligentes), punindo com multas aqueles usuários de outros tipos de transporte que trafeguem nessa faixa.

Acredito que a faixa azul é um dos principais projetos que deve vir para Manaus, pois já existe as faixas na Constantino Nery, na Recife, na Torquato Tapajós e na Max Teixeira, onde tem o corredor que passaria pelo T3 sentido centro, porém esse projeto não foi aplicado de forma a dar continuidade, sendo o principal problema identificado no trânsito é a velocidade, o que seria uma grande melhoria a faixa exclusiva ser ativada corretamente, pois permitiria o fluxo no trânsito mais rápido. Temos a promessa que a faixa exclusiva será ativada de forma correta em janeiro de 2023.

7 – Fiscalização diária e multas para os ônibus clandestinos e ubers que não estão adequados para a prestação de serviço de transporte de passageiros que trafegam pela cidade de Manaus.

Trata-se de um problema em que todas as cidades que possuem transporte público enfrentam, eu vejo que a melhor fiscalização e apreensão desses veículos que operam de forma irregular, traria o aumento da demanda do passageiro do transporte coletivo, não sendo necessário o aumento da passagem de ônibus, pois a passagem de ônibus de Manaus é a quarta passagem de ônibus mais barata do Brasil, porém isso tem afetado o contrato junto as empresas e o poder público.

8 - Analisar se existem linhas de ônibus grande da empresa que estão em um determinado horário, com ociosidade e pouco fluxo, podendo colocar ônibus menores para trafegarem nestes locais e realocando o ônibus grande para operar em locais de alta demanda, diminuindo assim a espera dos passageiros nas paradas.

Já existe esse tipo de ônibus operando, que no caso é chamado como TU (turno único), aonde esse turno único no primeiro horário ele trabalha no horário de pico,

que é o horário de maior demanda do passageiro e no segundo turno também trabalha no horário de pico e no “entrepico”, horário que tem menos demanda, esses carros não operam. Sou a favor de um ônibus sobre demanda em terminais e horários, aonde o próprio usuário solicitaria o ônibus em determinado local esse ônibus faria uma rota para o terminal facilitando assim para o passageiro ir a qualquer local, então acredito que é válido e poderia melhorar o conforto dos passageiros e disponibilizar uma maior segurança.

9 - A empresa deve fazer demonstração de análise para o governo e/ou investidores que ajudem a injetar dinheiro para financiar o aumento da frota de ônibus substituindo os veículos à diesel por veículos mais limpos/sustentáveis, utilizando também de pontos de recarga com painéis solares nas garagens, fazendo assim com que tenhamos uma melhoria do meio ambiente, economia no uso do combustível e reutilização de energia.

Manaus assinou recentemente um contrato em que teremos 12 ônibus elétricos, particularmente eu não acredito no ônibus elétrico, por que se analisarmos historicamente o carro elétrico surgiu antes do carro de combustão. O carro elétrico tem um gasto muito alto e uma autonomia muito pequena, tem ônibus aqui em Manaus que roda 500/km/dia e a economia do ônibus elétrico é 100/km/dia, então quanto tempo ficaria esse ônibus recarregando sem transportar passageiro? Qual o aumento que teria de frota? Tudo isso deve ser analisado. Em relação ao aumento da tarifa em virtude desse ônibus, eu não acredito que o usuário concordaria, pois o usuário do transporte público é muito carente, então se você aumentar 10 centavos, 20 centavos em uma tarifa ele reage, então isso geralmente diminui a demanda, então deve ser feito um estudo muito grande sobre esse assunto para que avalie se há um pacto social que pode ter, pois se for aumentar e jogar toda essa despesa do ônibus elétrico, que hoje custa mais de 6 milhões de reais, para o usuário do transporte público a tarifa iria para quase 10 reais. Me pergunto se o usuário pagaria essa tarifa pelo fato de o ônibus elétrico não prejudicar o meio ambiente ou ele acharia muito caro? Então deve ser analisado.

10 – Verificar a possibilidade de, em caso de esquecimento do passageiro de comprar a sua passagem no passe, a liberação de uma passagem para o passageiro fazer a sua viagem, não podendo utilizar novamente, até que na próxima recarga tenha o desconto da passagem não paga.

Não vejo culturalmente o Brasil acessível a essa situação de liberar a passagem e ele comprar uma segunda vez a passagem. Não concordo, popularmente identificamos as fraudes só aumentando em relação ao transporte público.

11 – Tecnologia avançada para o rastreamento do ônibus e análise do operacional em tempo real, afim de haver o trajeto no horário programado, conforme informado pelo aplicativo da empresa, sem haver atrasos absurdos, para que os clientes fiquem satisfeitos e demonstre que a nossa empresa tem um diferencial diante das outras que não cumprem horário.

Absterve-se.

12 – A utilização do “botão do pânico” no transporte público de passageiros em Manaus, que permite que o motorista alerte uma central de operações sobre um ato de violência ou assalto que esteja ocorrendo dentro do ônibus, permitindo a rápida intervenção da polícia em um próximo terminal de passageiros.

Como citado anteriormente, a questão dos assaltos e segurança o botão do pânico já existia nos ônibus, porém é uma faca de dois gumes pois se o motorista aperta ea polícia intervir, pode ocorrer uma troca de tiro dentro do ônibus e pode haver muitos feridos. Então essas situações deveriam ser tratadas de forma preventiva, no caso do botão eu sugiro um projeto em que o motorista e o cobrador apertem o botão e as câmeras que existem dentro dos ônibus gravem as imagens e de forma on line transmitiria ao poder público e ao secretário da segurança pública para que acompanharia o trajeto do ônibus em que parada ou local o os bandidos desceram, e faria a abordagem fora do ônibus, pois dentro do ônibus não concordo com abordagem pelo risco.

Ideias conceito do modelo de geração de valor para as empresas de transporte público de Manaus

1- Qual o seu Nome: Diogo Cesar dos Santos

2- Qual a sua idade: 39

3- Em qual empresa você trabalha: Sinetram

4- Qual função exerce no seu trabalho: Superintendente do Sindicato
5- Qual a forma de transporte que você utiliza diariamente:

1 – Criar uma linha com micro-ônibus, com ar condicionado, que rodem 24 hs aos finais de semana, em locais estratégicos (próximos a Pubs, Clubes, Bares e restaurantes) para que os usuários não recorram aos ubers.

Depende da concepção, se for uma linha somente social, como temos várias em Manaus e que não são lucrativas, no caso que deveria ser custeado pelo poder público acho interesse, pois as linhas sobre demanda nos fins de semana não seria alto suficiente ou alto sustentável, logo resultaria prejuízo para as empresas e geraria um desequilíbrio no contrato. Porém se for como a linha que temos atualmente que não tem lucratividade, mas são necessárias como por exemplo linhas próximo ao parque do idoso e outros pontos. Não sou a favor no caso de trazer lucro, pois uma linha nesse sentido não gera lucro e se mantém

2 – Propor que os usuários ganhem descontos quando adquirem pacotes antecipados de passagens e/ou por um período maior de uso no aplicativo específico da empresa, isto fica atraente não só para os usuários que economiza com os descontos, mas também para as empresas que vendem mais passagens.

É viável, e já existe a possibilidade de criar um ckechback para que os usuários em determinados horas onde existe menos demanda, ganhe um tipo de desconto e retorno na sua passagem já que nesse ponto não há solicitando de muitas pessoas.

3 – Criar um plano de fidelidade (assinatura), de valor fixo de compra de passagens com duração mensal/trimestral/anual.

Ocorre muito fora do Brasil e eu vejo como uma possibilidade positiva para fidelizar o cliente aqui de Manaus, existe um projeto que se chama “PASSAPORTE”, que seria uma quantidade que a pessoa usa por mês, sem que o usuário pagaria por determinado valor e receberia uma quantidade ilimitada do cartão. Algo que preocupa nesse projeto é em relação a fraude, que infelizmente acontece muito em Manaus como por exemplo: estudante. Na capital a maior parte dos usuários são estudantes.

4 – A empresa deve fazer uma análise e demonstrar ao governo sobre os pontos positivos de modernização das frotas com mais tecnologia, havendo a liberação de wi-fi e o uso de ar-condicionado, dando assim mais conforto aos passageiros.

A renovação da frota do transporte público em Manaus já está sendo utilizada ar condicionado. A um tempo atrás foi feito um teste para que os carros rodassem com ar condicionado em 2006, porém houve casos de gripe e outras situações que levaram o projeto ao fim, mas concordo que é uma boa ideia. Em relação ao wifi, eu me preocupo em relação aos inúmeros casos de assalto dentro dos ônibus, então existe usuários que não tira o celular quando está dentro do ônibus, pela falta de segurança. Hoje o principal problema que eu identifico no transporte é a segurança até para trazer essas novas tecnologias.

5 – Para se entender a real necessidade do consumidor e identificar o que pode ser aprimorado, deve ser criado um aplicativo para cada empresa, um serviço de atendimento ao cliente, para se desenvolver uma melhoria da comunicação com o nosso cliente/passageiro.

Existe o aplicativo “Cadê Meu Ônibus”, que serve para entregar ao usuário em tempo real e tem um canal exclusivo onde o usuário pode reclamar, propor sugestões, novas linhas. O Maio índice de reclamações hoje é a “queima de parada”.

6 – Demonstração de análise para o governo de se criar mais faixas exclusivas em áreas de maiores tráfegos, com fiscalização diariamente (guardas e/ou câmeras inteligentes), punindo com multas aqueles usuários de outros tipos de transporte que trafeguem nessas faixas.

Acredito que a faixa azul é um dos principais projetos que deve vir para Manaus, pois já existe as faixas na Constantino Nery, na Recife, na Torquato Tapajós e na Max Teixeira, onde tem o corredor que passaria pelo T3 sentido centro, porém esse projeto não foi aplicado de forma a dar continuidade, sendo o principal problema identificado no trânsito é a velocidade, o que seria uma grande melhoria a faixa exclusiva ser ativada corretamente, pois permitiria o fluxo no trânsito mais rápido. Temos a promessa que a faixa exclusiva será ativada de forma correta em janeiro de 2023.

7 – Fiscalização diária e multas para os ônibus clandestinos e ubers que não estão adequados para a prestação de serviço de transporte de passageiros que trafegam pela cidade de Manaus.

Trata-se de um problema em que todas as cidades que possuem transporte público enfrentam, eu vejo que a melhor fiscalização e apreensão desses veículos que operam de forma irregular, traria o aumento da demanda do passageiro do transporte coletivo, não sendo necessário o aumento da passagem de ônibus, pois a passagem de ônibus de Manaus é a quarta passagem de ônibus mais barata do Brasil, porém isso tem afetado o contrato junto as empresas e o poder público.

8 - Analisar se existem linhas de ônibus grande da empresa que estão em um determinado horário, com ociosidade e pouco fluxo, podendo colocar ônibus menores para trafegarem nestes locais e realocando o ônibus grande para operar em locais de alta demanda, diminuindo assim a espera dos passageiros nas paradas.

Já existe esse tipo de ônibus operando, que no caso é chamado como TU (turno único), aonde esse turno único no primeiro horário ele trabalha no horário de pico, que é o horário de maior demanda do passageiro e no segundo turno também trabalha no horário de pico e no “entrepico”, horário que tem menos demanda, esses carros não operam. Sou a favor de um ônibus sobre demanda em terminais e horários, aonde o próprio usuário solicitaria o ônibus em determinado local e esse ônibus faria uma rota para o terminal facilitando assim para o passageiro ir a qualquer local, então acredito que é válido e poderia melhorar o conforto dos passageiros e disponibilizar uma maior segurança.

9 - A empresa deve fazer demonstração de análise para o governo e /ou investidores que ajudem a injetar dinheiro para financiar o aumento da frota de ônibus substituindo os veículos à diesel por veículos mais limpos/sustentáveis, utilizando também de pontos de recarga com painéis solares nas garagens, fazendo assim com que tenhamos uma melhoria do meio ambiente, economia no uso do combustível e reutilização de energia.

Manaus assinou recentemente um contrato em que teremos 12 ônibus elétricos, particularmente eu não acredito no ônibus elétrico, por que se analisarmos historicamente o carro elétrico surgiu antes do carro de combustão. O carro elétrico tem um gasto muito alto e uma autonomia muito pequena, tem ônibus aqui em Manaus que roda 500/km/dia e a economia do ônibus elétrico é 100/km/dia, então quanto tempo ficaria esse ônibus recarregando sem transportar passageiro? Qual o aumento que teria de frota? Tudo isso deve ser analisado. Em relação ao aumento da tarifa em virtude desse ônibus, eu não acredito que o usuário concordaria, pois o usuário do transporte público é muito carente, então se você aumentar 10 centavos, 20 centavos em uma tarifa ele reage, então isso geralmente diminui a demanda, então deve ser feito um estudo muito grande sobre esse assunto para que avalie se há um pacto social que pode ter, pois se for aumentar e jogar toda essa despesa do ônibus elétrico, que hoje custa mais de 6 milhões de reais, para o usuário do transporte público a tarifa iria para quase 10 reais. Me pergunto se o usuário pagaria essa tarifa pelo fato de o ônibus elétrico não prejudicar o meio ambiente ou ele acharia muito caro? Então deve ser analisado.

10 – Verificar a possibilidade de, em caso de esquecimento do passageiro de comprar a sua passagem no passe, a liberação de uma passagem para o passageiro fazer a sua viagem, não podendo utilizar novamente, até que na próxima recarga tenha o desconto da passagem não paga.

Não vejo culturalmente o Brasil acessível a essa situação de liberar a passagem e ele comprar uma segunda vez a passagem. Não concordo, popularmente identificamos as fraudes só aumentando em relação ao transporte público.

11 – Tecnologia avançada para o rastreamento do ônibus e análise do operacional em tempo real, afim de haver o trajeto no horário programado, conforme informado pelo aplicativo da empresa, sem haver atrasos absurdos, para que os clientes fiquem satisfeitos e demonstre que a nossa empresa tem um diferencial diante das outras que não cumprem horário.

Absterve-se.

12 – A utilização do “botão do pânico” no transporte público de passageiros em Manaus, que permite que o motorista alerte uma central de operações sobre um ato de violência ou assalto que esteja ocorrendo dentro do ônibus, permitindo a rápida intervenção da polícia em um próximo terminal de passageiros.

Como citado anteriormente, a questão dos assaltos e segurança o botão do pânico já existia nos ônibus, porém é uma faca de dois gumes pois se o motorista aperta ea polícia intervir, pode ocorrer uma troca de tiro dentro do ônibus e pode haver muitos feridos. Então essas situações deveriam ser tratadas de forma preventiva, no caso do botão eu sugiro um projeto em que o motorista e o cobrador apertem o botão e as câmeras que existem dentro dos ônibus gravem as imagens e de forma on line transmitiria ao poder público e ao secretário da segurança pública para que acompanharia o trajeto do ônibus em que parada ou local o os bandidos desceram, e faria a abordagem fora do ônibus, pois dentro do ônibus não concordo com abordagem pelo risco.

ROTEIRO DE ENTREVISTA REFERENTE AS IDEIAS CONCEITOS PARA
MELHORIA DOTRANSPORTE PUBLICO DA CIDADE DE MANAUS-
AMAZONAS

JAPIIM

Qual o seu Nome: Josi

Qual a sua idade: 23 anos

Em qual empresa você trabalha: Expresso Coroadó

Qual função exerce no seu trabalho: Aux. Administrativo

Qual a forma de transporte que você utiliza diariamente: transporte público

Esclarecendo que a entrevista ocorrera sobre a sua opinião referente as 13 perguntas que são ideias conceito do modelo de geração de valor em busca de melhorias no sistema de transporte público de Manau.

No caso esse formato fica para o stakeholders externos

1 – Qual a sua opinião sobre a ideia conceito quanto a criar uma linha com micro-ônibus, com ar condicionado, que rodem 24 hs aos finais de semana, em locais estratégicos (próximos a Pubs, Clubes, Bares e restaurantes) para que os usuários não dependam apenas do transporte por aplicativos.

R: Seria de grande ajuda a população que fica a mercê de app de transporte e precisam pagar valores altíssimos, porque aos finais de semanas as frotas de transporte público ficam reduzidas e não entendem depois de certo horário.

2 – Qual a sua opinião sobre a ideia conceito quanto em propor que os usuários ganhem descontos quando adquirem pacotes antecipados de passagens e/ou por um período maior de uso no aplicativo específico da empresa, isto ficaria atraente não só para os usuários que queiram economizar com descontos, mas também para as empresas que vendem mais passagens.

R: É uma boa proposta, chamaria mais atenção dos usuários e também diminuiria a quantidade de pessoas que ainda pagam a passagem em dinheiro e talvez diminuísse os números de assaltos no transporte público

3 – Qual a sua opinião sobre a ideia conceito quanto a criar um plano de fidelidade (assinatura), de valor fixo de compra de passagens com duração mensal/trimestral/anual.

R: Para os estudantes isso seria ótimo, pois todos precisam recarregar seus passes e quem sabem com a assinatura eles ganhassem desconto se comprassem para um período maior.

4 – Na sua opinião você acha que as empresas de transporte coletivo devem realizar uma análise e demonstrar para a administração pública local sobre os pontos positivos de modernização das frotas com mais tecnologia, como a liberação de wi-fi e o uso de ar-condicionado, dando assim mais conforto aos passageiros.

R: Sim, mas a frota teria que ser maior, pois o ar condicionado não vale de muita coisa quando o ônibus está muito cheio, e quanto a liberação de wifi nos coletivos só seria possível se os órgãos públicos melhorassem a segurança da cidade, pois os índices de assaltos ainda são muito altos

5 – Na sua opinião, para se entender a real necessidade do consumidor e identificar o que pode ser aprimorado, deve ser criado um aplicativo para cada empresa e um serviço de atendimento ao cliente, para se desenvolver uma melhoria da comunicação com o nosso cliente/passageiro.

R: Sim, mas precisaria ser divulgado e realmente atendido as reclamações da população, pois muitos não sabem a quem recorrer quando querem prestar uma queixa ou sugestão sobre algo referente ao serviços de transporte

6 – Na sua opinião você acha que as empresas de transporte coletivo devem realizar uma análise e demonstrar para a administração pública local quanto a criação de mais faixas exclusivas em áreas de maiores tráfegos, com fiscalização diariamente (guardas e/ou câmeras inteligentes) e punição com multas aos usuários de outros tipos de transporte como carros, motos e caminhões que trafeguem nessas faixas iria ajudar a melhorar o tráfego do transporte coletivo em Manaus.

R: Sim, pois além dos ônibus andarem sempre acima do lotação permitida, os passageiros passam horas no trânsito, em Manaus já existem algumas faixas, mas sem a devida a fiscalização elas não tem muita serventia.

7 – Na sua opinião a fiscalização diária pela administração pública local, com multas e apreensão de ônibus clandestinos, carros e motos de aplicativos que não estão adequados para a prestação de serviço de transporte de passageiros que trafegam pela cidade de Manaus irão contribuir com a melhoria do transporte urbano de Manaus.

R: Só melhoraria se a frota fosse maior e atendesse todas as áreas da cidade , pois não haveria transporte clandestinos se todos tivessem acesso ao transporte urbanos.

8 - Na sua opinião, você acha que a realização de uma análise para verificar se existem linhas de ônibus da empresa que estão em um determinado horário, com ociosidade e pouco fluxo, podendo colocar ônibus menores para trafegarem nestes locais e realocando o ônibus grande para operar em locais de alta demanda, diminuindo assim a espera dos passageiros nas paradas de ônibus traria melhorias para o sistema de transporte público.

R: Sim, pois desafogaria um pouco as linhas que tem mais demanda.

9 – Qual a sua opinião, sobre se a empresa deve fazer demonstração de análise para a administração pública local e/ou investidores que desejem investir dinheiro para financiar o aumento da frota de ônibus substituindo os veículos à diesel por veículos de matriz energética limpa como ônibus elétricos, utilizando também de pontos de recarga com painéis solares nas garagens, fazendo assim que tenhamos uma contribuição na preservação do meio ambiente com uso de energia renovável mesmo que isso influencie no aumento da tarifa da passagem.

R: Já está mais do que na hora de pensarmos no meio ambiente e começar a colocar em prática aos planos para reduzir os danos a natureza, então a população não vai se opor se um projeto for bem implantado, em que a frota atenda toda a população com um serviços de qualidade e contribua com a preservação do nosso planeta, mesma que isso custe o aumento da tarifa.

10 – Qual a sua opinião de se verificar a possibilidade de, em caso de esquecimento do passageiro de comprar a sua passagem no passe, de haver a liberação de uma passagem para o passageiro fazer a sua viagem, não podendo utilizar novamente outra passagem, até que na próxima recarga tenha o desconto da passagem não paga anteriormente.

R: Às vezes na correria do dia a dia as pessoas acabam esquecendo de recarregar seus passes, então seria algo útil para o passageiro.

11 – Qual a sua opinião sobre a implantação de tecnologia avançada para o rastreamento do ônibus e análise do operacional em tempo real, afim de haver o trajeto no horário programado, conforme informado pelo aplicativo da empresa, sem haver atrasos absurdos, para que os clientes fiquem

maiores trânsitos, com fiscalização diariamente (guardas e/ou câmeras inteligentes) e punição com multas aos usuários de outros tipos de transporte como carros, motos e caminhões que trafeguem nessas faixas iria ajudar a melhorar o trefego do transporte coletivo em Manaus.

Sim, essas faixas existentes devem ter fiscalização cada vez mais recorrentes. A fim de educar os manauaras. Acredito que quando põe a mão no bolso do consumidor ele tende à cumprir a lei.

7 – Na sua opinião a fiscalização diária pela administração pública local, com multas e apreensão de ônibus clandestinos, carros e motos de aplicativos que não estão adequados para a prestação de serviço de transporte de passageiros que trafegam pela cidade de Manaus irão contribuir com a melhoria do transporte urbano de Manaus.

Sim

8 - Na sua opinião, você acha que a realização de uma análise para verificar se existem linhas de ônibus da empresa que estão em um determinado horário, com ociosidade e pouco fluxo, podendo colocar ônibus menores para trafegarem nestes locais e realocando o ônibus grande para operar em locais de alta demanda, diminuindo assim a espera dos passageiros nas paradas de ônibus traria melhorias para o sistema de transporte público.

Interessante, principalmente nas principais avenidas com grande fluxo em horários específicos. Contudo, qual viabilidade de um deslocamento?

9 – Qual a sua opinião, sobre se a empresa deve fazer demonstração de análise para a administração pública local e/ou investidores que desejem investir dinheiro para financiar o aumento da frota de ônibus substituindo os veículos à diesel por veículos de matriz energética limpa como ônibus elétricos, utilizando também de pontos de recarga com painéis solares nas garagens, fazendo assim que tenhamos uma contribuição na preservação do meio ambiente com uso de energia renovável mesmo que isso influencie no aumento da tarifa da passagem.

Acho super interessante ecologicamente e financeiramente interessante à longo prazo.

10 – Qual a sua opinião de se verificar a possibilidade de, em caso de esquecimento do passageiro de comprar a sua passagem no passe, de haver a liberação de uma passagem para o passageiro fazer a sua viagem, não podendo utilizar novamente outra passagem, até que na próxima recarga tenha o desconto da passagem não paga anteriormente.

É uma saída, porém é mais interessante ampliar e facilitar os canais de vendas. Para que os "esquecimentos" não sejam tão recorrentes.

11 – Qual a sua opinião sobre a implantação de tecnologia avançada para o rastreamento do ônibus e análise do operacional em tempo real, a fim de haver o trajeto no horário programado, conforme informado pelo aplicativo da empresa, sem haver atrasos absurdos, para que os clientes fiquem satisfeitos e demonstre que a nossa empresa tem um diferencial diante das outras que não cumprem horário.

Acho que nem é diferencial, é o básico mesmo. Lembrando que existem fatores externos que influenciam esses atrasos. Então não tem como passar por cima, o ideal então é que o app indicasse o motivo do atraso.

12 – Qual a sua opinião sobre a implantação de um botão de emergência ou “botão do pânico” nos ônibus do transporte público de passageiros em Manaus, que permitiria que o motorista alerte a uma central de operações sobre um ato de violência ou assalto que esteja ocorrendo dentro do ônibus, permitindo a rápida intervenção da polícia.

ROTEIRO DE ENTREVISTA REFERENTE AS IDEIAS CONCEITOS PARA MELHORIA DO TRANSPORTE PUBLICO DA CIDADE DE MANAUS-AMAZONAS

- 1- Qual o seu Nome: Carlos Fernando Cavalcante da Silva 2- Qual a sua idade: 33
- 3- Em qual empresa você trabalha: Auto Ônibus Líder Ltda
- 4- Qual função exerce no seu trabalho: Gerente Administrativo
- 5- Qual a forma de transporte que você utiliza diariamente: Carro particular

Esclarecendo que a entrevista ocorrera sobre a sua opinião referente as 13 perguntas que são ideias conceito do modelo de geração de valor em busca de melhorias no sistema de transporte público de Manaus.

No caso esse formato fica para o stakeholders externos

1 – Qual a sua opinião sobre a ideia conceito quanto a criar uma linha com micro-ônibus, com ar condicionado, que rodem 24 hs aos finais de semana, em locais estratégicos (próximos a Pubs, Clubes, Bares e restaurantes) para que os usuários não dependam apenas aos transportes por aplicativos.

R: Na minha opinião se torna um projeto inviável, pois além de ter um custo elevado, tem se a problemática das violências nas ruas.

2 – Qual a sua opinião sobre a ideia conceito quanto em propor que os usuários ganhem descontos quando adquirem pacotes antecipados de passagens e/ou por um período maior de uso no aplicativo específico da empresa, isto ficaria atraente não só para os usuários que queiram economizar com descontos, mas também para as empresas que vendem mais passagens.

R: Acho que seria viável gerar desconto para os usuários, pois a passagem é um único valor para todos, causando desequilíbrio financeiro para o sistema.

3 – Qual a sua opinião sobre a ideia conceito quanto a criar um plano de fidelidade (assinatura), de valor fixo de compra de passagens com duração mensal/trimestral/anual.

R: Acho que não seria bem aceito, pois as empresas funcionam como um único sistema de transportes da cidade, não sendo viável financeiramente.

4 – Na sua opinião você acha que as empresas de transporte coletivo devem realizar uma análise e demonstrar para a administração pública local sobre os pontos positivos de modernização das frotas com mais tecnologia, como a liberação de wi-fi e o uso de ar-condicionado, dando assim mais conforto aos passageiros.

R: Acho que seria um bom projeto para ser adotado pelas empresas do transporte urbano trazendo conforto e tecnologia ao usuário durante o trajeto, podendo ser um diferencial do serviço.

5 – Na sua opinião, para se entender a real necessidade do consumidor e identificar o que pode ser aprimorado, deve ser criado um aplicativo para cada empresa e um serviço de atendimento ao cliente, para se desenvolver uma melhoria da comunicação com o nosso cliente/passageiro.

R: Acho que deveria ter sim um canal de atendimento ao cliente, trazendo tanto as satisfações e insatisfações do usuário de transportes, ou até mesmo ideias que tragam melhoria para o sistema, elogios e reclamações no atendimento do serviço.

6 – Na sua opinião você acha que as empresas de transporte coletivo devem realizar uma análise e demonstrar para a administração pública local quanto a criação de mais faixas exclusivas em áreas de maiores tráfegos, com fiscalização diariamente (guardas e/ou câmeras inteligentes) e punição com multas aos usuários de outros tipos de transporte como carros, motos e caminhões que trafeguem nessas faixas iria ajudar a melhorar o tráfego do transporte coletivo em Manaus.

R: Acho que sim, pois faixas exclusivas para os ônibus do transporte urbano trazem maior velocidade percorrida em seu trajeto, dando agilidade do serviço para os passageiros.

7 – Na sua opinião a fiscalização diária pela administração pública local, com multas e apreensão de ônibus clandestinos, carros e motos de aplicativos que não estão adequados para a prestação de serviço de transporte de passageiros que trafegam pela cidade de Manaus irão contribuir com a melhoria do transporte urbano de Manaus

R: Acho que sim, pois veículos clandestinos como carros, ônibus e motos, trazem prejuízo para o sistema de transporte urbano, além de trazer risco para o passageiro que o utiliza, esses veículos não tem a manutenção preventiva controlada ou monitorada, não pagam impostos, além dos profissionais não serem capacitados ou passarem por cursos de qualificação, pois nada disso é divulgado ou comprovado.

8 - Na sua opinião, você acha que a realização de uma análise para verificar se existem linhas de ônibus da empresa que estão em um determinado horário, com ociosidade e pouco fluxo, podendo colocar ônibus menores para trafegarem nestes locais e realocando o ônibus grande para operar em locais de alta demanda, diminuindo assim a espera dos passageiros nas paradas de ônibus traria melhorias para o sistema de transporte público.

R: Sim, pois através de um acompanhamento da quantidade de passageiros por linha, e realocando ônibus maiores aonde se apresente maior quantidade de passageiros, dando maior conforto e qualidade para esses clientes, trazendo velocidade em seus deslocamentos.

9 – Qual a sua opinião, sobre se a empresa deve fazer demonstração de análise para a administração pública local e/ou investidores que desejem investir dinheiro para financiar o aumento da frota de ônibus substituindo os veículos à diesel por veículos de matriz energética limpa como ônibus elétricos, utilizando também de pontos de recarga com painéis solares nas garagens, fazendo assim que tenhamos uma contribuição na preservação do meio ambiente com uso de energia renovável mesmo que isso influencie no aumento da tarifa da passagem.

R: Acho um excelente projeto, que possa iniciar a troca gradativa dos veículos que utilizam combustível limpo e que as empresas possam ter essas estruturas que tornem esse projeto viável tecnicamente e financeiramente.

10 – Qual a sua opinião de se verificar a possibilidade de, em caso de esquecimento do passageiro de comprar a sua passagem no passe, de haver a liberação de uma passagem para o passageiro fazer a sua viagem, não podendo utilizar novamente outra passagem, até que na próxima recarga tenha o desconto da passagem não paga anteriormente.

R: Acho que não seria muito viável, pois iria gerar outro tipo de controle financeiro com uma defasagem de caixa nas empresas, aumentando em primeiro momento o custo operacional.

11 – Qual a sua opinião sobre a implantação de tecnologia avançada para o rastreamento do ônibus e análise do operacional em tempo real, afim de haver o trajeto no horário programado, conforme informado pelo aplicativo da empresa, sem haver atrasos absurdos, para que os clientes fiquem satisfeitos e demonstre que a nossa empresa tem um diferencial diante das outras que não cumprem horário.

R: É uma ótima ferramenta, essa tecnologia já é utilizada nas empresas de transporte urbano, rastreando em tempo real toda a frota de Manaus, aonde se tem o CCO, Centro Controle Operacional que faz esse monitoramento, e quando essa rota não cumpriu o horário estabelecido, essa empresa é penalizada pelo horário não cumprido pelos órgãos de controle.

12 – Qual a sua opinião sobre a implantação de um botão de emergência ou “botão do pânico” nos ônibus do transporte público de passageiros em Manaus, que permitiria que o motorista alerte a uma central de operações sobre um ato de violência ou assalto que esteja ocorrendo dentro do ônibus, permitindo a rápida intervenção da polícia.

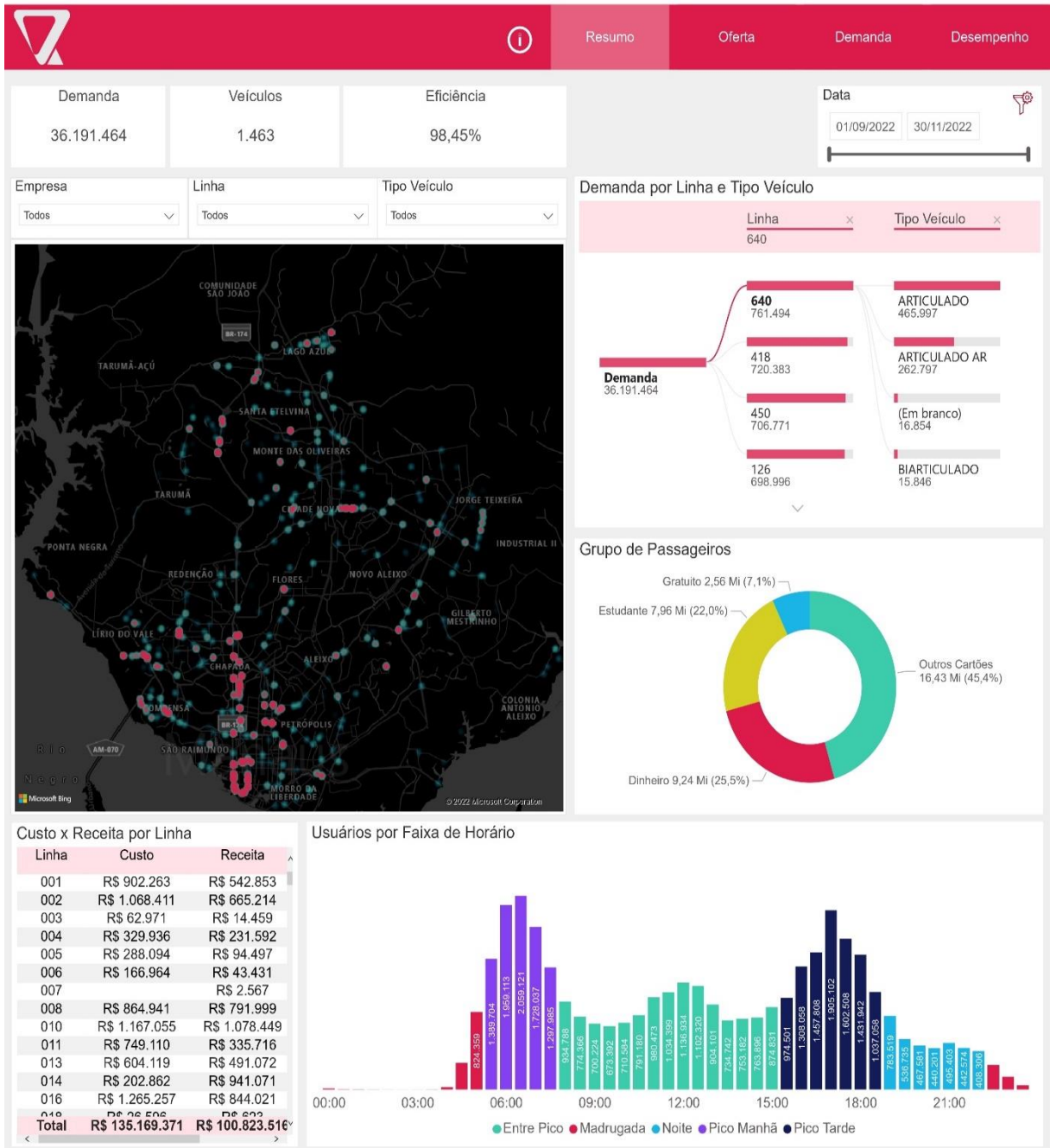
R: Acho de grande utilidade para os trabalhadores e passageiros, funcionando assim como mais um auxílio para as forças de segurança pública, e que quando ocorre esse tipo de violência, uma ação mais rápida da policia para a sociedade, trazendo maior clima de segurança a todos.

ANEXO I – População por Zona em Manaus
População

ZONA ADM	BAIRRO	POPULAÇÃO		Renda Mensal (R\$)	Número de Eleitores	PERÍMETRO (ha)
		IBGE 2010	ESTIMATIVA 2015	IBGE/2010	TRE/ 2012	PMM/2010
CENTRO-OESTE	ALVORADA	67.257	73.790	1.171	68.773	553,18
	DA PAZ	13.669	17.349	1.464	2.966	240,97
	DOM PEDRO	15.338	19.492	2.456	15.608	275,78
	PLANALTO	13.928	18.593	2.500	4.598	429,22
	REDENÇÃO	36.028	40.156	1.090	25.770	300,16
CENTRO-SUL	ADRIANÓPOLIS	7.987	10.102	4.824	11.268	248,45
	ALEIXO	18.432	23.586	4.930	18.169	618,34
	CHAPADA	9.738	12.769	3.096	2.833	241,27
	FLORES	44.686	54.923	2.357	14.223	1311,57
	NOSSA SRA. DAS GRAÇAS	14.284	17.261	3.707	7.217	211,72
	PARQUE 10 DE NOVEMBRO	35.887	47.110	3.112	40.657	821,12
	SAO GERALDO	7.558	8.677	1.898	12.642	104,50
LESTE	ARMANDO MENDES	20.887	32.302	802	16.168	307,65
	COLÔNIA ANTÔNIO ALEIXO	13.800	18.958	714	9.735	923,82
	COROADO	46.234	58.641	1.049	44.438	1031,62
	DISTRITO INDUSTRIAL II	-	4.452	1.172	-	5137,69
	GILBERTO MESTRINHO	-	63.200	784	9.112	707,15
	JORGE TEIXEIRA	92.645	128.896	726	44.839	1557,15
	MAUAZINHO	15.547	26.903	734	10.538	748,83
	PURAUQUARA	5.422	6.687	680	2.976	4055,69
	SAO JOSÉ OPERÁRIO	103.950	75.558	920	64.137	543,10
	TANCREDO NEVES	43.161	55.762	700	20.725	304,64
	ZUMBI DOS PALMARES	32.674	40.148	725	19.452	251,05
NORTE	CIDADE DE DEUS	-	80.095	787	17.050	676,76
	CIDADE NOVA	286.289	138.323	1.174	102.074	1419,38
	COLÔNIA SANTO ANTÔNIO	15.893	20.141	925	1.163	342,08
	COLÔNIA TERRA NOVA	47.598	51.472	761	14.298	943,98
	LAGO AZUL	-	8.715	816	-	2961,87
	MONTE DAS OLIVEIRAS	27.587	45.861	743	6.671	401,92
	NOVA CIDADE	-	68.030	1.129	11.666	1044,48
	NOVO ALEIXO	-	110.320	973	37.599	1276,78
	NOVO ISRAEL	14.285	19.210	792	14.572	140,14
SANTA ETELVINA	21.627	29.986	814	13.091	669,45	
OESTE	COMPENSA	74.095	85.592	1.032	64.302	508,27
	GLÓRIA	8.239	10.255	900	11.021	49,47
	LÍRIO DO VALE	20.490	24.590	1.105	14.329	214,01
	NOVA ESPERANÇA	19.221	20.207	1.507	14.561	147,78
	PONTA NEGRA	2.748	5.717	9.102	-	2413,04
	SANTO AGOSTINHO	15.773	18.947	1.463	9.964	149,07
	SANTO ANTÔNIO	20.097	22.560	1.120	19.525	113,15
	SÃO JORGE	24.548	24.714	1.367	24.002	320,95
	SÃO RAIMUNDO	16.304	17.579	1.135	15.404	112,45
	TARUMÁ	26.360	32.038	914	3.533	3928,07
	TARUMÁ-ACÚ	-	13.763	967	4.630	4807,05
SUL	VILA DA PRATA	11.461	12.608	1.049	8.877	66,13
	BETÂNIA	11.639	12.499	1.028	10.056	52,51
	CACHOEIRINHA	18.706	19.353	1.414	26.649	197,71
	CENTRO	28.336	37.892	1.927	52.546	426,94
	COLÔNIA OLIVEIRA MACHADO	12.693	9.713	939	6.822	140,01
	CRESPO	9.373	17.643	908	11.050	110,11
	DISTRITO INDUSTRIAL I	29.120	3.092	1.008	-	1168,59
	EDUCANDOS	15.635	18.107	907	22.941	82,83
	JAPIIM	52.643	60.943	1.418	43.815	547,63
	MORRO DA LIBERDADE	13.046	13.599	931	11.086	71,37
	NOSSA SRA. APARECIDA	6.184	7.989	1.764	5.982	66,85
	PETRÓPOLIS	41.228	47.057	1.094	41.596	324,1
	PRAÇA 14 DE JANEIRO	11.409	11.704	1.283	12.769	100,34
	PRESIDENTE VARGAS	9.738	9.071	1.327	4.684	56,7
	RAIZ	15.724	16.126	1.293	5.286	85,92
	SANTA LUZIA	8.135	7.426	1.075	11.926	27,39
	SÃO FRANCISCO	16.226	19.211	1.385	15.798	162,28
	SÃO LÁZARO	11.368	13.627	1.299	10.499	81,73
	VILA BURITI	1.839	2.086	2.430	1.353	1004,96
	ÁREA DE EXPANSÃO URBANA (b)		2.717	3.103	-	-
TOTAL URBANA		1.792.881	2.044.179	95.636	1.170.034	48338,92
ZONA RURAL		9.133	10.429	-	8.086	-
TOTAL MUNICÍPIO		1.804.731	2.057.711	-	1.178.120	-

Fonte: Secretaria de Estado de Planejamento, Desenvolvimento, Ciência, Tecnologia e Inovação - SEPLAN-CTI, 2015.

ANEXO II – Headway



ANEXO III - Relatórios sobre valores subtraídos da coleta de passagens ano 2021.

DEMONSTRATIVO ANO DE 2021 - FONTE DEPARTAMENTO JURÍDICO DO SINETRAM

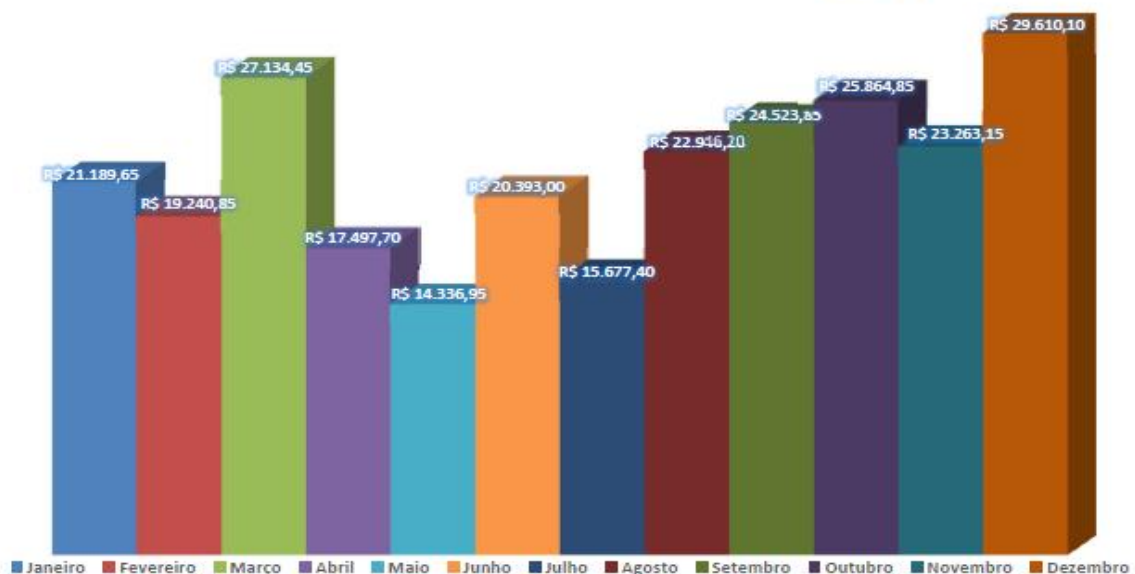
ITEM		EMPRESA	JAN	FEV	MAR	ABR	MAIO	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ	Nº ASSALTOS	VALOR (R\$)
1		Açaí Transportes	16	18	15	10	16	22	-	-	-	-	-	-	97	9.877,90
2		Global GNZ	16	12	11	9	8	8	18	11	13	11	7	5	129	16.474,80
3		Auto Ônibus Líder	8	10	2	1	1	1	5	6	6	7	14	8	69	8.725,90
4		Viação São Pedro	11	9	20	17	7	12	8	12	10	12	15	19	152	25.455,05
5		Vega Manaus	15	9	10	3	11	2	11	11	12	16	7	9	116	10.822,50
6		Via Verde Transportes	9	11	6	7	5	13	11	21	6	11	11	15	126	16.656,85
7		Expresso Coroado	9	2	9	10	6	5	12	15	19	7	4	10	108	12.779,25
8		Integração Transportes	70	61	80	48	47	62	43	62	64	79	58	76	750	141.299,95
9		Rondônia Transportes	10	7	11	3	5	5	7	13	15	19	16	11	122	19.585,95
TOTAL			164	139	164	108	106	130	115	151	145	162	132	153	1669	261.678,15



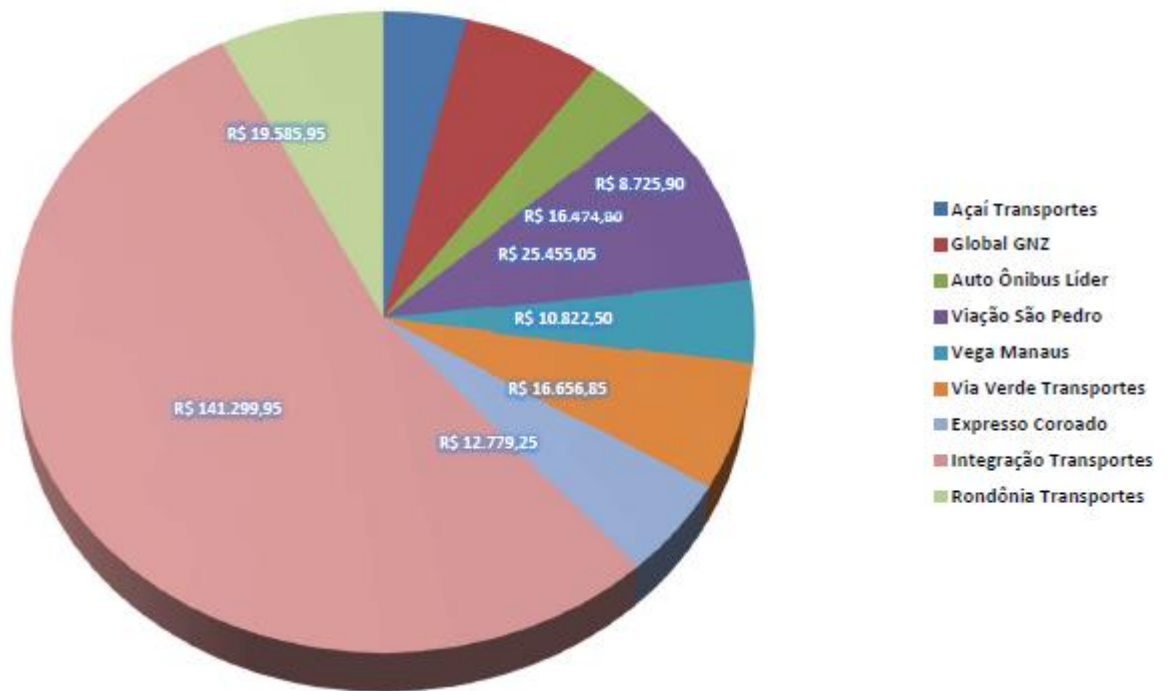
Relação de Valores por Mês

EMPRESAS	Janeiro	Fevereiro	Março	Abril	Maior	Junho	Julho	Agosto	Setembro	Outubro	Novembro	Dezembro	Valores no Total Por Empresa
Açaí Transportes	R\$ 1.561,80	R\$ 1.435,20	R\$ 1.766,80	R\$ 1.059,00	R\$ 1.303,40	R\$ 2.751,70	-	-	-	-	-	-	R\$ 9.877,90
Global GNZ	R\$ 2.028,40	R\$ 1.663,85	R\$ 1.199,80	R\$ 1.615,00	R\$ 1.106,80	R\$ 1.159,00	R\$ 2.173,35	R\$ 2.022,60	R\$ 1.349,80	R\$ 473,80	R\$ 1.075,40	R\$ 607,00	R\$ 16.474,80
Auto Ônibus Líder	R\$ 699,05	R\$ 509,20	R\$ 144,40	R\$ 102,70	R\$ 144,40	R\$ 133,00	R\$ 444,60	R\$ 668,30	R\$ 1.014,60	R\$ 1.235,00	R\$ 2.578,85	R\$ 1.051,80	R\$ 8.725,90
Viação São Pedro	R\$ 1.302,10	R\$ 1.245,20	R\$ 3.815,60	R\$ 2.210,00	R\$ 773,55	R\$ 2.097,60	R\$ 547,20	R\$ 1.881,20	R\$ 1.521,80	R\$ 2.429,00	R\$ 3.312,20	R\$ 4.319,60	R\$ 25.455,05
Vega Manaus	R\$ 1.335,90	R\$ 643,40	R\$ 619,60	R\$ 346,60	R\$ 765,20	R\$ 60,80	R\$ 842,40	R\$ 1.124,20	R\$ 765,60	R\$ 1.457,00	R\$ 1.330,60	R\$ 1.531,20	R\$ 10.822,50
Via Verde Transportes	R\$ 1.022,20	R\$ 1.575,45	R\$ 638,40	R\$ 756,20	R\$ 648,80	R\$ 1.246,90	R\$ 1.462,65	R\$ 2.461,40	R\$ 1.914,05	R\$ 1.264,60	R\$ 1.793,80	R\$ 1.872,40	R\$ 16.656,85
Expresso Coroado	R\$ 1.028,00	R\$ 64,60	R\$ 1.436,20	R\$ 1.757,60	R\$ 320,40	R\$ 960,15	R\$ 1.045,20	R\$ 2.013,50	R\$ 694,40	R\$ 1.252,00	R\$ 489,80	R\$ 1.717,40	R\$ 12.779,25
Integração Transportes	R\$ 10.768,00	R\$ 11.431,35	R\$ 15.954,65	R\$ 9.114,80	R\$ 8.756,60	R\$ 11.525,50	R\$ 7.783,40	R\$ 10.410,80	R\$ 14.434,40	R\$ 13.894,55	R\$ 10.305,80	R\$ 16.920,10	R\$ 141.299,95
Rondônia Transportes	R\$ 1.444,20	R\$ 672,60	R\$ 1.559,00	R\$ 535,80	R\$ 517,80	R\$ 458,35	R\$ 1.378,60	R\$ 2.364,20	R\$ 2.829,20	R\$ 3.858,90	R\$ 2.376,70	R\$ 1.590,60	R\$ 19.585,95
TOTAL	R\$ 21.189,65	R\$ 19.240,85	R\$ 27.134,45	R\$ 17.497,70	R\$ 14.336,95	R\$ 20.393,00	R\$ 15.677,40	R\$ 22.946,20	R\$ 24.523,85	R\$ 25.864,85	R\$ 23.263,15	R\$ 29.610,10	R\$ 261.678,15

GRÁFICO DE VALORES SUBTRAÍDOS POR MÊS



Soma dos Valores até Dezembro 2021 por Empresa



ANEXO IV - Relatórios sobre valores subtraídos da coleta de passagens ano 2022.

**DEMONSTRATIVO ATÉ OUTUBRO DE 2022 –
FONTE: DEPARTAMENTO JURÍDICO DO SINETRAM**

SINETRAM		DEMONSTRATIVO ANUAL ROUBOS EMPRESAS DE TRANSPORTE COLETIVO													
ANO: 2022															
ITEM	EMPRESA	JAN	FEV	MAR	ABR	MAIO	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ	Nº ASSALTOS	VALOR (R\$)
1	Global GNZ	4	3	5	3	8	7	7	3	5	9				6.376,55
2	Auto Ônibus Líder	7	7	6	10	8	6	5	8	4	5				7.583,95
3	Viação São Pedro	26	18	21	21	25	25	29	18	21	16				39.801,00
4	Vega Manaus	22	13	21	14	18	19	24	20	22	23				25.258,01
5	Via Verde Transportes	5	4	11	19	15	10	12	13	11	13				16.084,95
6	Expresso Coroado	3	8	4	7	12	15	27	23	9	14				19.183,20
7	Integração Transportes	68	52	96	93	95	122	87	66	73	82				162.853,40
8	Rondônia Transportes	10	8	8	20	12	-	-	-	-	-				9.892,80
TOTAL		145	113	172	187	193	204	191	151	145	162	0	0	0	287.033,86



Relação de Valores por Mês

EMPRESAS	Janeiro	Fevereiro	Março	Abril	Maio	Junho	Julho	Agosto	Setembro	Outubro	Novembro	Dezembro	Valores no Total Por Empresa
Global GNZ	R\$ 368,60	R\$ 439,00	R\$ 900,60	R\$ 428,40	R\$ 691,00	R\$ 428,60	R\$ 905,60	R\$ 394,50	R\$ 580,25	R\$ 1.240,00			R\$ 6.376,55
Auto Ônibus Líder	R\$ 924,80	R\$ 1.117,20	R\$ 674,30	R\$ 959,45	R\$ 700,80	R\$ 725,80	R\$ 335,60	R\$ 1.279,60	R\$ 364,80	R\$ 501,60			R\$ 7.583,95
Viação São Pedro	R\$ 4.413,20	R\$ 2.405,60	R\$ 3.984,80	R\$ 4.238,40	R\$ 4.158,20	R\$ 5.377,00	R\$ 5.734,00	R\$ 2.718,00	R\$ 3.572,40	R\$ 3.199,40			R\$ 39.801,00
Vega Manaus	R\$ 2.727,40	R\$ 2.125,00	R\$ 2.360,40	R\$ 1.691,60	R\$ 2.524,20	R\$ 2.555,00	R\$ 2.858,20	R\$ 2.030,60	R\$ 3.709,40	R\$ 2.676,21			R\$ 25.258,01
Via Verde Transportes	R\$ 991,80	R\$ 478,80	R\$ 1.316,00	R\$ 2.548,80	R\$ 2.393,20	R\$ 1.926,10	R\$ 1.312,15	R\$ 2.065,10	R\$ 1.450,00	R\$ 1.603,00			R\$ 16.084,95
Expresso Coroado	R\$ 339,80	R\$ 1.205,20	R\$ 551,20	R\$ 1.404,40	R\$ 2.417,20	R\$ 2.038,30	R\$ 4.844,00	R\$ 2.728,70	R\$ 1.384,00	R\$ 2.270,40			R\$ 19.183,20
Integração Transportes	R\$ 14.026,20	R\$ 8.915,00	R\$ 16.014,20	R\$ 23.327,50	R\$ 19.090,05	R\$ 26.920,50	R\$ 15.439,40	R\$ 14.024,00	R\$ 11.461,45	R\$ 13.635,10			R\$ 162.853,40
Rondônia Transportes	R\$ 1.552,20	R\$ 1.478,20	R\$ 1.289,40	R\$ 3.363,20	R\$ 2.209,80	-	-	-	-	-			R\$ 9.892,80
TOTAL	R\$ 25.344,00	R\$ 18.164,00	R\$ 27.090,90	R\$ 37.961,75	R\$ 34.184,45	R\$ 39.971,30	R\$ 31.428,95	R\$ 25.240,50	R\$ 22.522,30	R\$ 25.125,71	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 287.033,86

GRÁFICO DE VALORES SUBTRAÍDOS POR MÊS

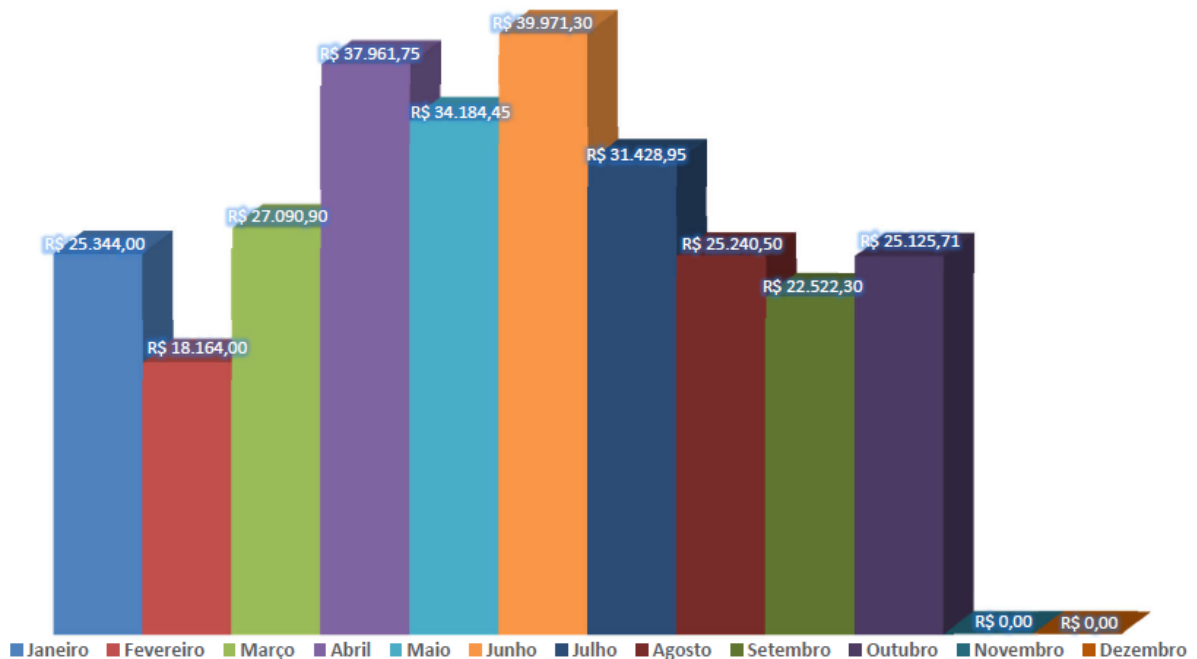

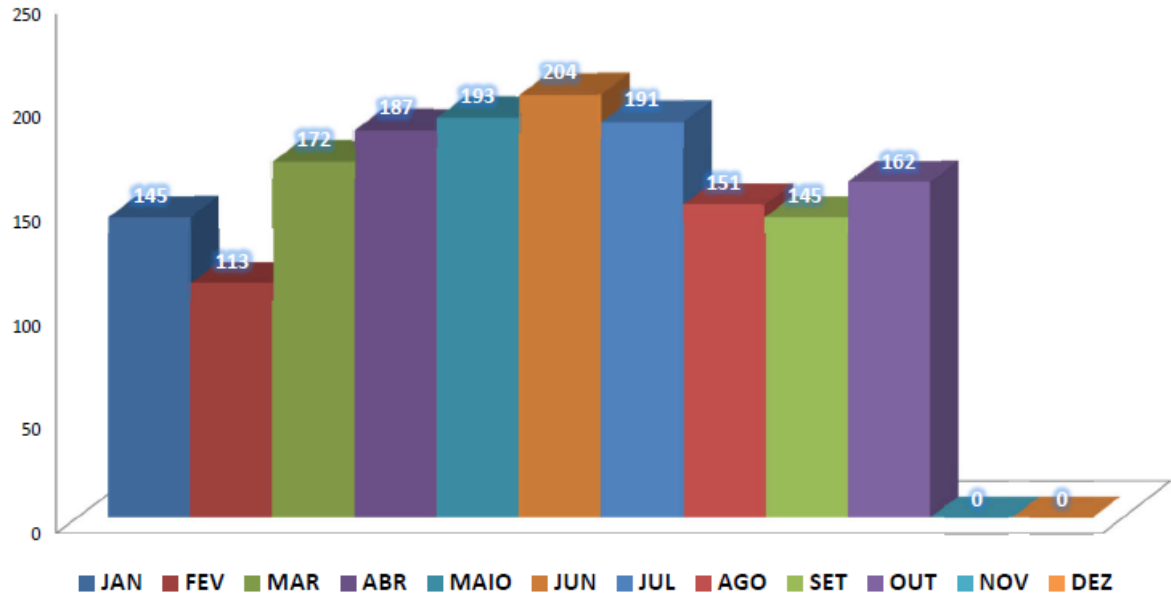



GRÁFICO DE OCORRÊNCIAS REGISTRADA COMPARATIVO POR MÊS  SINETRAM



Soma dos Valores até Outubro 2022 por Empresa  SINETRAM

