

## PERCEPÇÃO DE QUALIDADE DO SERVIÇO DE TRANSPORTE PÚBLICO EM GRANDES EVENTOS: O CASO ROCK IN RIO 2017

*O serviço de transporte público é fator importante para o êxito de grandes eventos uma vez que responsável pela condução de milhares de pessoas que chegam ou saem de um mesmo local em horários concentrados. Neste contexto, este artigo apresenta um estudo de caso sobre o transporte público que atendeu os espectadores do Rock in Rio 2017, festival de música realizado no Rio de Janeiro. O objetivo deste estudo é avaliar a qualidade do transporte público utilizado durante o evento a partir da percepção de seus usuários, identificando sua satisfação, buscando também apontar indicadores que possam contribuir para o planejamento dos transportes em grandes eventos. Além de etapa teórica, foi realizada pesquisa empírica com abordagem quantitativa. Os resultados indicam que a satisfação do usuário com o transporte público é maior na ida do que na volta do evento. Atributos como sinalização, condição das estações e segurança se destacam.*

**Palavras-chaves:** Qualidade de serviço; Transporte Público; Eventos

Bruno Brandimarte Leal<sup>1</sup>

Tânia Almeida Gouveia<sup>2</sup>

### 1. Introdução

O transporte público coletivo tem o objetivo de ligar as diversas regiões de uma cidade, proporcionando mobilidade àqueles que não podem ou não querem se utilizar de um veículo particular. Ele tem importância fundamental no contexto do transporte urbano, entre outros fatores, porque contribui para a redução de viagens em automóvel particular, reduzindo congestionamentos, mitigando os acidentes de trânsito e diminuindo o consumo de combustível. Especificamente no caso de grandes eventos, é serviço de absoluta relevância na medida em que conduz milhares de pessoas que chegam ou saem de um mesmo lugar em horários concentrados e reduz consideravelmente o número de veículos particulares nas vias próximas ao local.

O National Highway Institute (NHI), instituto vinculado ao Departamento de Transportes dos Estados Unidos, define evento especial como

uma ocorrência que aumenta anormalmente a demanda de tráfego, diferentemente de incidentes ou atividades de construção e manutenção, que restringem a capacidade das vias. Sob essa definição, eventos especiais podem incluir espetáculos

<sup>1</sup> Graduado em Administração pela Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ) - brandimarte@usp.br

<sup>2</sup> Professor da Faculdade de Administração e Finanças (FAF) da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ) – almeida.tania@globo.com

culturais e jogos esportivos, entre outras ocorrências planejadas. Verifica-se que o tema transporte público em eventos especiais é muito pouco discutido na literatura acadêmica, embora seja importante debatê-lo uma vez que uma ocorrência neste tipo de evento pode colapsar o sistema de transportes de uma região.

Neste contexto, este artigo apresenta um estudo de caso sobre o transporte público que atendeu os espectadores do Rock in Rio 2017, festival de música realizado em setembro daquele ano, na cidade do Rio de Janeiro. O objetivo deste estudo teórico-empírico é avaliar a qualidade do transporte público utilizado durante o evento a partir da percepção de seus usuários, identificando sua satisfação com o serviço, buscando também apontar indicadores que possam contribuir para o planejamento e gerenciamento de transportes em eventos de grande porte. O Rock in Rio 2017 teve um público de quase 700 mil pessoas e é um caso relevante para a discussão sobre transporte público em grandes eventos visto que implicou em uma mudança significativa no sistema de transporte da cidade. Esta edição do festival utilizou as instalações fixas do serviço de transporte de público do Rio de Janeiro, tendo sido criados serviços especiais para o BRT (Bus Rapid Transit), além de o metrô ter funcionado durante 24 horas por dia, em uma operação semelhante à adotada nos Jogos Olímpicos de 2016, que aconteceu na mesma cidade. As empresas de ônibus do município, em parceria com os organizadores do evento, também ofereceram transporte especial realizado por veículos tipo rodoviários que seguiam de alguns pontos estratégicos da cidade, sem paradas, até local bem próximo à Cidade do Rock.

## **2. Referencial teórico**

Este capítulo fornecerá uma visão geral sobre os temas serviços e qualidade em serviços; serviço de transporte público; e transporte público em eventos especiais, que são centrais para a sustentação teórica do estudo.

### **2.1. *Serviços e qualidade em serviços***

Serviço é uma atividade intangível e que não pode ser estocada, o oposto do que acontece aos produtos físicos. A American Marketing Association (AMA) define serviço como um produto intangível, total ou parcialmente, ou como atividades que acompanham a venda de um produto físico, como, por exemplo, um serviço de segurança doméstica ou uma troca de um sapato. Lovelock et al. (2011, p. 520)

indicam que “em troca de dinheiro, tempo e esforço, os consumidores de serviços esperam receber o valor do acesso a bens, mãos de obra, habilidades profissionais, instalações, redes e sistemas”, embora não passem a “deter a propriedade de qualquer um dos elementos físicos envolvidos”.

Em relação à qualidade, esta é definida por Edvardsson (1992) como uma força motriz que melhora a competitividade, a satisfação do cliente e a lucratividade. Segundo Lovelock et al. (2011, p. 520) qualidade é “o grau de satisfação de um cliente por um serviço que atenda às suas necessidades, desejos e expectativas”. Quanto à qualidade do serviço, a AMA a define de duas maneiras: (1) uma área de estudo que define e descreve como os serviços podem ser entregues de forma a satisfazer o destinatário; ou (2) serviço de alta qualidade é a entrega do serviço que atende ou excede as expectativas dos consumidores.

Medir a qualidade do serviço tem-se mostrado desafiador tanto para pesquisadores quanto para companhias, devido às suas características (PARASURAMAN et al., 1985; IMMAM, 2014). Diferente de qualidade de produto, um conjunto de especificações ou aspectos físicos, como defeitos, não podem ser aplicados à qualidade do serviço, devido, por exemplo, à sua intangibilidade (PORCARO, 2002). O modelo de qualidade de serviço mais notório é o SERVQUAL e avalia, entre outros aspectos, a discrepância entre o que os clientes esperam do serviço e como o percebem. São identificadas, neste modelo, lacunas de qualidade que podem gerar perda de satisfação. Já Grönroos (1982) definiu dois tipos de qualidade em serviço: técnica, que é o que o consumidor recebe do serviço; e a funcional, definida como a maneira como o serviço é entregue, ou como o consumidor recebe a qualidade técnica. Além disso, há a qualidade da imagem, ou seja, a imagem corporativa, relativa a como os clientes percebem o fornecedor do serviço. Tanto os aspectos da qualidade técnica como os da funcional contribuem para a qualidade da imagem. Fatores como comunicação boca a boca, ideologia e atividades de marketing também influenciam a qualidade da imagem.

Gummesson (1993) apud Grönroos (2009) desenvolveu, com base em modelos anteriores, o modelo 4 Qs de oferta de qualidade, sugerindo a combinação de conceitos do modelo de qualidade percebida e noções de qualidade orientada para produtos físicos. São incluídas no modelo as variáveis ‘expectativas’, ‘experiências’ e

'imagem de marca'. O modelo é dividido entre fontes e resultados de qualidade. As fontes da qualidade estão relacionadas aos elementos de serviço, bens de produto e a sua combinação (qualidade de projeto) e a como o pacote e seus elementos são produzidos e entregues em relação ao projeto (qualidade de produção e entrega). Os resultados se referem à maneira como o cliente percebe a qualidade durante a produção do serviço (qualidade relacional) e quais seriam os seus benefícios de curto e longo prazo (qualidade técnica).

Os três modelos apresentam visões distintas sobre qualidade de serviço, entretanto, observa-se que, com ênfases distintas, todos indicam a expectativa do usuário como um elemento presente, o que evidencia certa subjetividade na avaliação do cliente. Neste aspecto, Parasuraman et al. (1991) afirma que todos os consumidores esperam o serviço básico prometido pelo provedor do serviço, ou seja, um serviço fundamental. Por exemplo, passageiros querem realizar a viagem ao seu destino com segurança e sem atrasos. Os hóspedes de um hotel esperam quartos limpos e seguros e uma equipe de atendimento educado. De acordo com os autores, o preço geralmente aumenta as expectativas dos clientes, e se os consumidores pagam acima do preço médio eles querem mais e melhores serviços.

## **2.2. O serviço de transporte público**

Segundo Lobo (2009), o conceito de serviço público não pode ser concebido sem que haja uma interpretação histórica. Assume-se que há um ponto comum na elaboração deste conceito nos contextos históricos, sendo o fato de se caracterizar como uma prestação de serviço em que o Estado assume obrigatoriamente, direta ou indiretamente, a incumbência de satisfazer certas necessidades coletivas. Neste sentido, a Emenda Constitucional nº 90 de 2015 alterou o artigo 6º da Constituição Federal e introduziu o transporte como um direito social da população, assim como, por exemplo, a educação, a saúde, a alimentação, o trabalho e a moradia.

O serviço do transporte público é dividido em etapas (Reck, 2017) como: um percurso realizado a pé da origem do passageiro até o ponto de embarque, a espera pelo coletivo, o deslocamento do coletivo, e a caminhada até o destino final. Lembrando que, ocasionalmente, também é realizado o serviço de transferência entre coletivos para chegar ao destino.

Vuchic (2007) classifica os modos de transportes urbanos de acordo com o tipo de utilização, a saber: (a) o transporte privado, feito com veículos de propriedade privada operados pelos donos para seu próprio uso; (b), o transporte de passageiros por aluguel, oferecido por um operador que é disponível a todos que atendam às condições de um contrato por transporte, como táxis, serviços de compartilhamento (Uber, Cabify, 99Pop etc.) e vans fretadas; além do (c) transporte de massa, definidos como um sistema de transporte com rotas e horários estabelecidos, disponíveis para uso por todas as pessoas que pagam tarifas pré estabelecidas. Os exemplos mais representativos são os ônibus, veículos leves sobre trilhos (VLT), BRT (Bus Rapid Transit), trem e metrô. Vuchic (2007) também define que transporte público urbano inclui as duas últimas categorias, uma vez que ambas estão disponíveis para o uso público.

Ferraz e Torres (2004) enumeraram vários fatores que influenciam na qualidade de transporte público urbano, entre as quais (a) a frequência de atendimento, sendo o intervalo de tempo entre a operação de dois veículos consecutivos em uma mesma linha e sentido. Tempos médios de espera excessivos são considerados desagradáveis e podem produzir atitudes desfavoráveis a utilização do transporte público; (b) o tempo de viagem, influenciado pela velocidade média de transporte e pela distância entre os pontos de embarque e desembarque; (c) a lotação, que pode ser avaliada com base no número de pessoas em pé por metro quadrado no espaço livre no interior dos veículos; (d) as características dos locais de parada, pois os pontos de parada e terminais devem ser adequados para prover as necessidades básicas de conforto, informação e proteção aos usuários e (e) o sistema de informações, que se refere a como o sistema de transporte é entendido e utilizado.

Cabe ressaltar que o planejamento do transporte público urbano tem o potencial para alcançar objetivos ambientais e sociais importantes. Diab (2015) sugere uma perspectiva de que o transporte público pode contribuir com a qualidade de vida da população em quatro aspectos: social, cultural, econômico e ambiental. Benefícios sociais são fornecidos pelo transporte público uma vez que, ao menos conceitualmente, o sistema fornece o acesso equitativo a oportunidades, responde a diferentes demandas e necessidades e permite que todos possam continuar as suas atividades diárias, mesmo em períodos de incerteza. O transporte público também

contribui para a criação de lugares mais variados na escala humana, uma vez que diminui as instalações da cidade que acompanham a utilização massiva de automóveis, como por exemplo, estacionamentos e redes maiores de estradas. Também colabora na economia quando permite mobilidade, utilizando de maneira eficiente os recursos energéticos e espaciais e reduzindo o tempo de viagem. Além disso, coopera com o meio ambiente, uma vez que diminui as emissões de gases, bem como o consumo de energia e de material necessário para a mobilidade das pessoas.

### **2.3. Transporte público em eventos especiais**

O National Highway Institute - NHI (2003) define evento especial como uma ocorrência que aumenta anormalmente a demanda de tráfego, ao contrário de incidentes ou atividades de construção e manutenção que restringem a capacidade da via. Sob essa definição, eventos especiais podem incluir eventos esportivos, paradas, feiras e outros eventos planejados. Especificamente, o National Cooperative Highway Research Program – NCHRP (2003) classifica os eventos especiais como (a) frequentes, com durações e horários previsíveis do dia e que ocorrem mais de uma vez ao ano, como, por exemplo, eventos esportivos profissionais de futebol; e (b) infrequentes, que aumentam a demanda por tráfego drasticamente em tamanho e duração, que ocorrem uma vez por ano ou menos, como feiras, festivais, os Jogos Olímpicos e Paralímpicos, e outros.

As características de eventos especiais envolvem tamanho da multidão, hora do dia, estação do ano, duração e impacto que ela causaria na rotina da cidade. Alguns eventos de naturezas similares podem ter percepções diferentes de impacto, em que pesam fatores como população local e tamanho da área metropolitana em seu julgamento.

Os benefícios potenciais para melhorar o planejamento de transportes em eventos especiais estão relacionados a melhorias em toda a eficiência e segurança do sistema de transporte. Benefícios específicos podem incluir, por exemplo, a redução do atraso para motoristas que participam dos eventos, através da disseminação ativa de informações, gerenciamento do tráfego e uso de modos alternativos. Podem envolver também a redução do atraso para os motoristas que não

participam do evento, através da divulgação de rotas ou modos alternativos. Da mesma forma, podem gerar redução da demanda por tráfego no local do evento ou próximo a ele, através da promoção de rotas ou modos alternativos ou divulgação de informações, resultando no cancelamento ou mudança de horário de viagens.

Com planejamento e gerenciamento proativos para eventos especiais, a possibilidade destes benefícios é aumentada. Várias partes interessadas (stakeholders) estarão familiarizadas com os seus papéis e o que se espera delas. Também com um planejamento adequado, não haverá duas empresas com funções duplicadas, como, por exemplo, o serviço de patrulha de vias, podendo ser designado tanto para a Polícia Militar ou para a Guarda Municipal, ou nenhuma função específica sem ser preenchida. Além disso, as ferramentas e técnicas usadas para disseminação da informação aos motoristas, gerenciamento do tráfego ou gerenciamento da demanda por viagens podem ser mais apropriadamente planejados, arranjados e implementados.

Segundo o NCHRP (2003), os principais stakeholders identificados como tendo um papel principal no planejamento e gerenciamento de transporte em eventos especiais são a polícia local e os organizadores. As agências de transporte público são citadas apenas como stakeholders secundários, embora o envolvimento dessas companhias seja extremamente benéfico à cidade. Um evento especial pode afetar os serviços prestados por essas agências ou os serviços de transporte público podem ser utilizados para reduzir alguma demanda por tráfego gerado pelo evento especial. Os esforços cooperativos normalmente exigem que uma pessoa ou agência tome a liderança na coordenação da interação.

Para planejar e gerenciar de forma bastante abrangente as atividades de eventos especiais, os esforços devem se concentrar, basicamente, em disseminar informação ao motorista; gerenciar e controlar o tráfego; e gerenciar a demanda por viagem.

O NCHRP (2003) realizou uma análise de 36 respostas de um questionário que fora enviado a vários stakeholders de planejamento e gerenciamento de eventos nos Estados Unidos. A utilização de incentivos e aplicação de melhorias no transporte foram pouco empregadas no planejamento e gerenciamento de transporte em eventos

especiais deste estudo. Assim, há a justificativa no investimento desse tipo de ferramenta para a melhoria do tráfego em eventos especiais.

De forma geral, a melhor maneira para aumentar a utilização do transporte público é fornecer acessibilidade ao serviço. Ao localizar uma estação de metrô ou trem, ou um terminal de ônibus nas proximidades do local do evento, a conveniência de tais modos incentiva o público. Para os Jogos Olímpicos de Verão de 2016, no Rio de Janeiro, foram realizadas a implementação do Sistema BRT de transporte público, a construção da Linha 4 do metrô, além de obras de acessibilidade em todas as estações e terminais de metrô e trem da região metropolitana (PCRJ, 2016). O objetivo principal dessas melhorias foi acomodar a demanda extrema projetada para as Olimpíadas.

### **3. O caso Rock in Rio 2017**

Na etapa empírica deste artigo foi realizado um estudo de caso, que contribui para a compreensão de fenômenos individuais, organizacionais e políticos de forma profunda, detalhada e objetivista (YIN, 2001). O caso escolhido para a análise foi o Rock in Rio 2017, ocorrido em setembro de 2017, no Parque Olímpico, na Barra da Tijuca, na cidade do Rio de Janeiro. Apesar de o evento ocorrer desde 1980, a edição de 2017 foi a primeira que contou com instalações e operações já existentes e presentes na rotina da cidade para o transporte de espectadores.

#### **3.1. O transporte para o festival**

A história do Rock in Rio (RIR) começou em 1985, em sua primeira edição, com atrações brasileiras e internacionais de diferentes estilos musicais. O evento aconteceu entre os dias 10 e 21 de janeiro, em um espaço com 250 mil m<sup>2</sup>, denominado Cidade do Rock, na Barra da Tijuca, no Rio de Janeiro (ROCK IN RIO, 2017). Apesar do grande sucesso, sua segunda edição só foi realizada em 1991, tendo como palco o estádio do Maracanã. A terceira edição, no ano de 2001, foi marcada pelo regresso à inicial Cidade do Rock, na Barra da Tijuca, reconstruída com a capacidade total para 250 mil pessoas por dia (ROCK IN RIO, 2017). A quarta edição do RIR foi marcada pela sua internacionalização, com a primeira edição portuguesa.



Em 2017, em sua sétima edição brasileira, o Rock in Rio foi realizado no Parque Olímpico, na Barra da Tijuca, no Rio de Janeiro. Durante sete dias, no mês de setembro, cerca de 700 mil pessoas compareceram ao festival. Especificamente, esta edição do festival utilizou as instalações fixas de serviço de transporte público da cidade do Rio de Janeiro. Foram criados serviços especiais para o BRT e o metrô funcionou pelas 24 horas do dia com uma operação semelhante à utilizada nos Jogos Olímpicos de 2016.

Para atender ao público do festival, a Secretaria Municipal de Transporte do Rio de Janeiro e a Companhia de Engenharia de Tráfego do Rio (CET-Rio) desenvolveram um esquema especial de transporte no entorno. A operação contou com 550 agentes, por dia, entre guardas municipais e controladores de trânsito, 40 veículos operacionais e 44 motocicletas, para manter a fluidez, coibir o estacionamento irregular, ordenar os cruzamentos, orientar pedestres e efetuar os bloqueios, que tiveram apoio da Polícia Militar (CET-RIO, 2017). Além de um trecho com bloqueio total na entrada do evento, algumas vias apresentaram bloqueio parcial nos dias de shows. Apenas o trânsito de veículos credenciados foi autorizado nestes trechos. Todo o entorno da Cidade do Rock teve estacionamento proibido (CET-RIO, 2017).

Nos anos anteriores do festival, em 2011 e 2013, o transporte regular até a Cidade do Rock foi realizado por ônibus urbanos convencionais do Terminal Alvorada a um terminal provisório montado próximo ao evento. Em 2015, ônibus articulados (BRT), com ar condicionado, fizeram o transporte de passageiros entre estes terminais.

No ano de 2017, apesar da alteração da localização do evento para o Parque Olímpico, em região próxima à de edições anteriores do festival, a operação foi bem semelhante, porém não houve a necessidade de construção de terminais provisórios. O Terminal Alvorada, o Terminal Centro Olímpico e o Terminal Jardim Oceânico, esses dois últimos como legado dos Jogos Olímpicos, foram os principais pontos de ligação BRT do evento com a cidade, com a operação de serviços especiais (RIO ÔNIBUS, 2017). Além da operação especial nestes terminais, as estações de BRT Rio 2 e Parque Olímpico foram fechadas temporariamente para não haver

direcionamento de público para elas, já que não comportariam o volume esperado de pessoas.

Além disso, desde a edição de 2011 do Rock in Rio, as empresas de ônibus do município do Rio de Janeiro, em parceria com os organizadores do festival, ofereceram transporte especial para acesso à Cidade do Rock. O serviço, chamado de Primeira Classe, foi realizado por veículos diferenciados com ar condicionado, tipo rodoviário, que seguiram de pontos estratégicos da cidade direto para o local de desembarque, em frente à Cidade do Rock, mesmo local onde ocorreu o embarque na volta (RIO ÔNIBUS, 2017). Com o pagamento de um valor diferenciado, os passageiros tiveram a opção de escolher local (dentre 17 pontos espalhados pela cidade) e horário de embarque, e a volta do evento ocorreu com saídas de hora em hora, ou assim que os veículos tivessem lotação completa.

### **3.2. A avaliação do usuário**

Nesta etapa do estudo de caso foi realizada pesquisa de campo com abordagem quantitativa, com pessoas que foram ao Rock in Rio 2017 utilizando transporte público, procurando avaliar sua percepção em relação à qualidade deste serviço. O levantamento foi realizado por meio de um questionário elaborado no Google Forms e divulgado em redes sociais no primeiro dia após o término do evento, de modo que a análise da qualidade do serviço ainda fosse bem lembrada por quem utilizou a rede de transportes disponibilizada para a ida e volta do evento. O questionário foi divulgado por meio de redes sociais (Facebook, Instagram e Whatsapp) dos próprios pesquisadores e compartilhado nas redes de contatos. Ficou disponibilizado para resposta durante uma semana e recebeu 497 respostas.

Para análise dos resultados, primeiramente, foram desenhados os perfis dos respondentes e descritas as informações sobre seu deslocamento na ida e na volta do evento para, depois disso, ser discutida a qualidade do serviço de transporte utilizado.

Em relação ao perfil dos respondentes, 48% eram do sexo feminino e 52% masculino; 60% na faixa etária entre 21 e 29 anos, 25% com 20 anos ou menos e 15% com 30 anos ou mais. No que diz respeito aos meios de transporte utilizados na ida do evento, 74% dos respondentes afirmaram que utilizaram o BRT como modal e 10%

utilizaram o serviço de Ônibus Primeira Classe, objetos deste trabalho. Na volta para casa, 69% dos respondentes utilizaram o BRT e 10% utilizaram o serviço de Ônibus Primeira Classe. Ao realizar uma comparação entre a utilização dos meios de transporte na ida e na volta (Figura 1), vê-se que o uso do serviço BRT teve uma ligeira queda, que pode ser devido ao cansaço do espectador aliado à busca pela utilização de serviços de automóvel como passageiro, como táxis e os serviços de carsharing (Uber, Cabify e 99), que mostrou alta da utilização na volta. O serviço de Ônibus Primeira Classe não apresentou alterações na utilização.

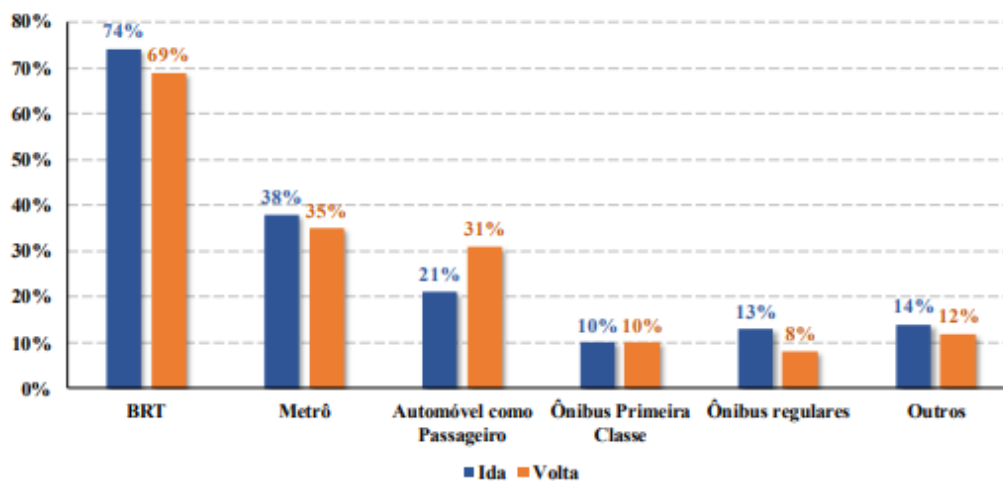


Figura 1 - Comparação da utilização dos meios de transporte na ida e na volta do evento

Sobre o tempo de ida e volta do evento, pode-se observar na figura 2 uma leve alta no tempo de retorno.

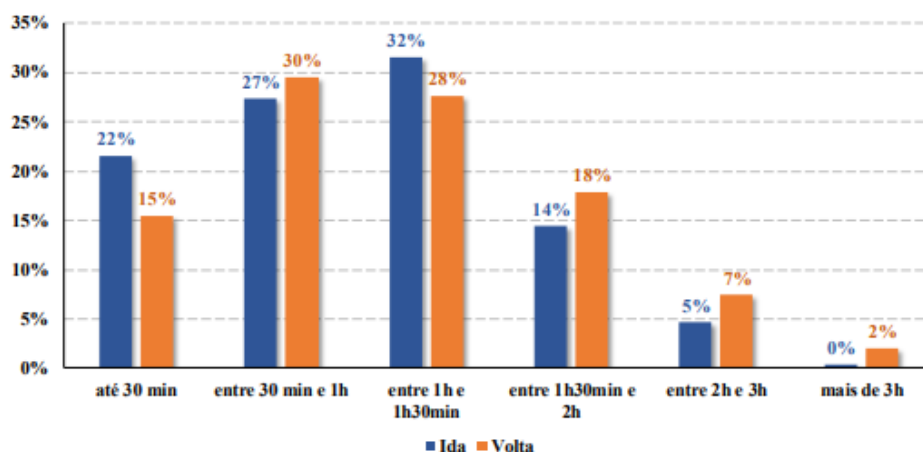


Figura 2 - Tempo de ida e volta do evento

Os entrevistados foram solicitados a dar notas de 1 a 10 para o serviço de transporte público oferecido na ida e volta do festival, para avaliar a imagem geral do sistema. A ida foi avaliada com uma nota média de 8,4 e a volta com uma média de 7,8, indicando que o tempo de ida e de volta pode ser crucial para a avaliação do transporte público em grandes eventos.

Em relação ao transporte por BRT, conforme figura 3, os atributos melhor avaliados foram “instalações das estações” e “facilidade do pagamento da tarifa”, com 78% e 77% dos respondentes tendo se considerado muito satisfeitos ou satisfeitos. Os atributos com menor satisfação foram o “conforto dos ônibus”, com 42% de satisfação, e “lotação dos ônibus”, com 24%. Por outro lado, ao se analisar a insatisfação, observa-se que 47% dos entrevistados se disseram insatisfeitos ou muito insatisfeitos com a “lotação dos ônibus”, 26% com o “tempo de volta”, 8% tanto com a “sinalização das estações” como com a facilidade de baldeação” e 4% com as “instalações das estações”.

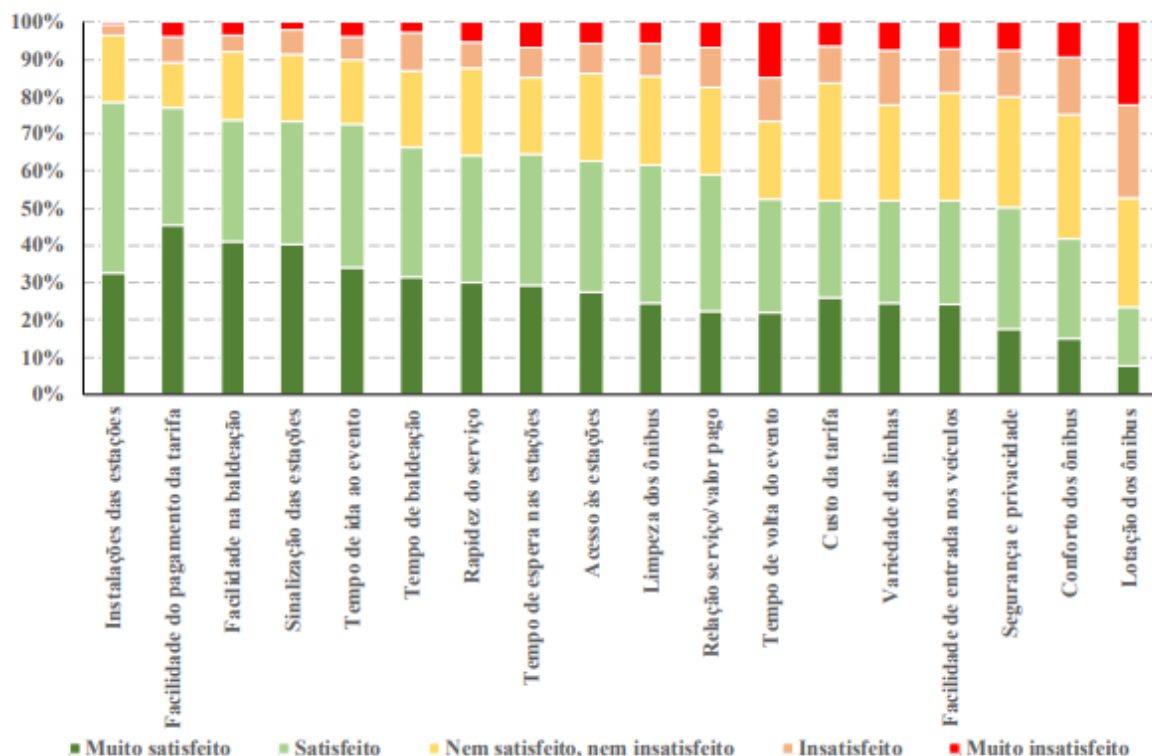


Figura 3 - Avaliação do transporte por BRT

Neste sentido, depreende-se que a qualidade dos níveis de serviço pode diminuir, sobretudo na viagem de volta do evento, caracterizada por possuir uma distribuição mais pontual e carregada do que na chegada de público, mais distribuída ao longo do dia. A compra da passagem de volta logo na chegada do evento com a distribuição de pulseiras como comprovante também pode ter ligação direta com a avaliação no atributo “facilidade do pagamento da tarifa”. O investimento pesado em sinalização, por parte da organização do evento, se mostrou bem avaliado também. Já a facilidade na baldeação, outro item bem avaliado, pode ter ligação direta com a operação simultânea entre o BRT e o metrô.

Para o transporte pelo serviço de ônibus Primeira Classe, os atributos “sinalização dos pontos” e “lotação dos ônibus” foram os avaliados com 86% e 82% dos respondentes se declarando como satisfeitos ou muito satisfeitos. Os atributos “variedade de linhas” e “custo da tarifa” também se destacaram positivamente. No entanto, analisando a insatisfação, os atributos de “custo da tarifa” e “facilidade de pagamento” são avaliados com 39% e 20% de insatisfeitos ou muito insatisfeitos e os atributos “instalações dos pontos de ônibus” e “facilidade de baldeação” alcançaram 4% e 2% de insatisfação e muita insatisfação, respectivamente (Figura 4).

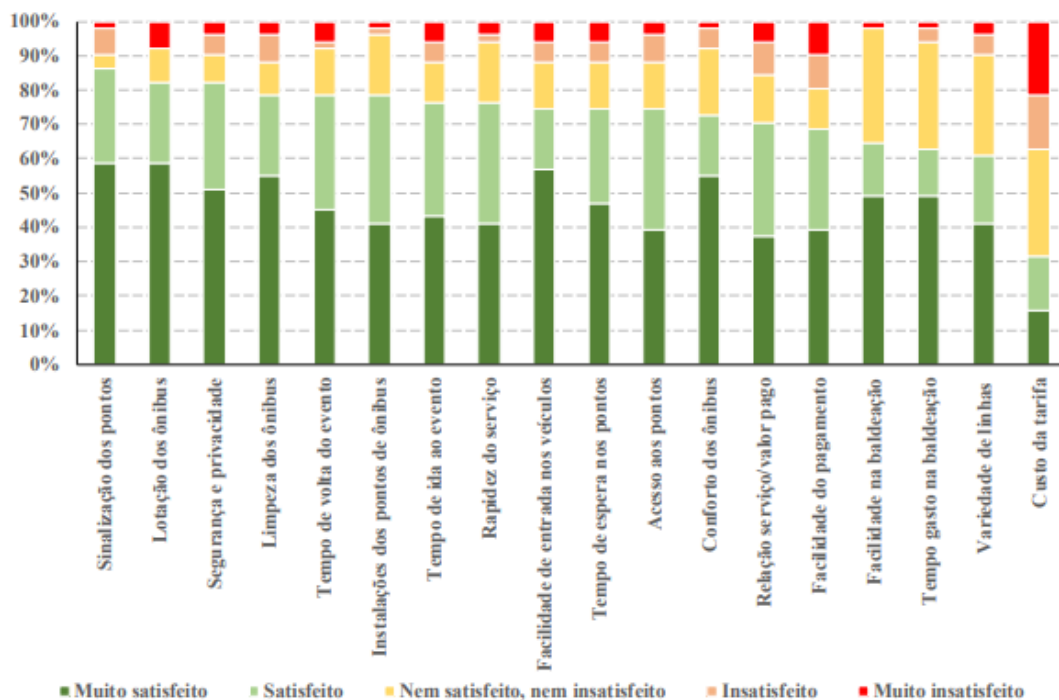


Figura 4 - Avaliação do transporte por Ônibus Primeira Classe

Por ser um serviço com tarifa mais cara, as empresas tendem a melhorar o conforto e a comodidade aos clientes; com a garantia de que os ônibus saíssem dos pontos sem haver um único passageiro em pé, com ar condicionado presente em toda a frota. Isso pode, de certo modo, justificar a boa avaliação dos atributos “lotação dos ônibus” e “conforto dos ônibus”. Também houve grande investimento nos pontos de embarque, tanto em instalações de infraestrutura quanto em sinalização.

Os pontos de embarque para ida ao evento foram localizados próximos a grandes centros comerciais que possuem infraestrutura já instalada, cabendo à empresa organizadora instalar apenas a sinalização adequada em cada ponto de embarque. O terminal provisório construído também foi amplamente sinalizado com informações sobre os locais de embarque das linhas de ônibus, tendo sido também disponibilizados diversos banheiros químicos. Estes fatores podem ter contribuído para a boa avaliação do atributo “instalações dos pontos de ônibus”.

#### **4. Conclusão**

O presente trabalho teve por objetivo avaliar a qualidade do transporte público utilizado durante o Rock in Rio 2017, a partir da percepção de seus usuários, buscando também apontar indicadores que possam contribuir para o planejamento dos transportes em grandes eventos. A revisão bibliográfica mostrou que a avaliação da qualidade de serviços é mais complexa para a definição e medição do que qualidade de um produto, havendo alguns modelos que tentam fornecer critérios para esta avaliação. A qualidade do serviço no transporte público tem sido um assunto frequente em muitas discussões e o entendimento das expectativas do consumidor torna-se crucial.

Em relação ao festival de música que foi objeto deste estudo de caso, os resultados indicam que a satisfação do usuário com o transporte público foi maior na ida ao evento do que na volta dele, o que pode estar relacionado a uma maior expectativa de conforto e rapidez do serviço gerada pelo cansaço ao final da festa, bem como ao horário concentrado de saída dos espectadores. Atributos como sinalização e condições nas estações, facilidade de baldeação, segurança e característica dos veículos (conforto e lotação) se destacaram nesta avaliação.

Cabe destacar que este estudo não teve a intenção de esgotar a discussão sobre a qualidade do serviço de transporte público em grandes eventos, assunto ainda pouco abordado pela academia. Como estudo futuro, que amplie a visão sobre o assunto entre estudiosos e gestores deste tipo de serviço, sugerimos que seja realizada uma pesquisa com abordagem qualitativa que aprofunde a compreensão sobre as expectativas dos usuários e as razões de (in)satisfação em relação ao transporte público em grandes eventos.

## 5. Referências

CET-RIO – Companhia de Engenharia de Tráfego do Rio de Janeiro (2017) Rock in Rio 2017 – Parque Olímpico.

Diab, E. (2015) Urban public transportation systems: understanding the impacts of service improvement strategies on service reliability and passenger 's perception. 179 p. Tese (Doutorado) – Curso de Planejamento Urbano, schoolofurban Planning, mcgilluniversity,

Montreal, disponível em: <http://tram.mcgill.ca/Teaching/phd/dissertations/Diab.pdf>. (acesso em outubro de 2017).

Edvardsson, B. (1992) Service breakdowns: a study of critical incidents in an airline industry. *International Journal of Service Industry Management*, v. 3, n. 4, p. 17-29, disponível em: [https://www.researchgate.net/publication/235301184\\_Service\\_Breakdowns\\_A\\_Study\\_of\\_Critical\\_Incidents\\_in\\_an\\_Airline](https://www.researchgate.net/publication/235301184_Service_Breakdowns_A_Study_of_Critical_Incidents_in_an_Airline). (acesso em outubro de 2017).

Ferraz, A. C. C. P. e Torres, I. G. E. (2004) Transporte público urbano. 2 ed. São Carlos: Rima, 428p.

Grönroos, C. (1982) An applied service marketing theory. *European Journal of Marketing*, v. 16, n. 7, p. 30-41, disponível em: <https://doi.org/10.1108/EUM000000004859> (acesso em outubro de 2017).

\_\_\_\_\_ (2009) Marketing: gerenciamento e serviços. 3 ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 424 p. Tradução de Arlete Simille Marques e Cláudia Mello Belhassof.

Gummesson, E. (1993) Quality management in service organizations. International Service Quality Association. Estocolmo: ISQA. In: Grönroos (2009)

Immam, R. (2014) Measuring public transport satisfaction from user surveys. International Journal of Business and Management, v. 9, n. 6, p. 106-114.

Lobo, S. M. P. (2009) A evolução de conceito de serviço público: análise da evolução histórica da noção de serviço público, bem como de suas mutações mais recente, disponível em: <http://www.direitonet.com.br/artigos/exibir/4860/A-evolucao-do-conceito-de-servico-publico>. (acesso em outubro de 2017).

Lovelock, C.; Wirtz, J. e Hemzo, M.A. (2011) Marketing de serviços: pessoas, tecnologia e estratégia, 7 Ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 530p, Tradução de Sônia Midori Yamamoto.

NCHRP – National Cooperative Highway Research Program. (2003) Transportation planning and management for special events: a synthesis of highway practice. Transportation Research Board, Synthesis 309. Washington D. C., EUA.

NHI – National Highway Institute. (2003) Managing Travel for Planned Special Events. Washington D. C., EUA.

Parasuraman, A.; Zeithaml, V. A., e Berry, L. L. (1985) A conceptual model of service quality and its implications for future research, The Journal of Marketing, v. 49, n. 4, p. 41-50, disponível em: <http://www.jstor.org/stable/1251430?Origin=JSTOR-pdf> (acesso em setembro de 2017).

Parasuraman, A.; Berry, L. L., e Zeithaml, V. A. (1991) Understanding customer expectations of service. Sloan Management Review, v. 32, n. 3, p. 39-49, disponível em: [https://www.researchgate.net/publication/225084143\\_Understanding\\_Customer\\_Expectations\\_of\\_Service](https://www.researchgate.net/publication/225084143_Understanding_Customer_Expectations_of_Service) (acesso em outubro de 2017).

PCRJ – Prefeitura da Cidade do Rio de Janeiro. (2016) Rio 2016: Jogos Olímpicos e Legado. Cadernos de políticas públicas. Rio de Janeiro, disponível em: [http://www.rio.rj.gov.br/dlstatic/10112/4379008/4130519/RIO2016\\_estudos\\_PORT.pdf](http://www.rio.rj.gov.br/dlstatic/10112/4379008/4130519/RIO2016_estudos_PORT.pdf) (acesso em outubro de 2016).



Porcaro, J. (2002) Marketing interno em empresas de serviço: o caso da Viação Águia Branca. 159p. Dissertação (Mestrado) – Curso de Administração, COPPEAD, UFRJ, Rio de Janeiro, disponível em: [http://www.coppead.ufrj.br/upload/publicacoes/Jorge\\_Porcaro.pdf](http://www.coppead.ufrj.br/upload/publicacoes/Jorge_Porcaro.pdf). (acesso em setembro de 2017).

Reck, G. (2017) Apostila Transporte Público. Departamento de Transporte Universidade Federal do Paraná, disponível em: [http://www.dtt.ufpr.br/Transporte%20Publico/Arquivos/TT057\\_Apostila.pdf](http://www.dtt.ufpr.br/Transporte%20Publico/Arquivos/TT057_Apostila.pdf). (acesso em outubro de 2017)

Rio Ônibus (2017) Operação Rock in Rio 2017: Sistema de transporte para o Parque Olímpico.

Rock in Rio (2017) História, disponível em: <http://rockinrio.com/rio/pt-BR/historia> (acesso em outubro de 2017).

Vuchic, V. R. (2007) Urban transit systems and technology. 1ª ed. Hoboken, New Jersey: John Wiley & Sons, Inc. 627 p.

Yin, R. K. (2011) Estudo de caso: planejamento e métodos. 2ª ed. Porto Alegre. Bookman, 200p.