



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO MARANHÃO**  
**DEPARTAMENTO DE TURISMO E HOTELARIA- DETUH**  
**CURSO DE HOTELARIA**

**EWERTON DE OLIVEIRA SILVA**

**HOSPITALIDADE EM SERVIÇOS DE APLICATIVOS DE MOBILIDADE URBANA  
NA CIDADE DE SÃO LUÍS-MA**

**São Luís**

**2018**

**EWERTON DE OLIVEIRA SILVA**

**HOSPITALIDADE EM SERVIÇOS DE APLICATIVOS DE MOBILIDADE URBANA  
NA CIDADE DE SÃO LUÍS-MA**

Monografia apresentada ao curso de Hotelaria da Universidade Federal do Maranhão – UFMA, como requisito para a obtenção do título de Bacharel em Hotelaria.

Orientador: Professor Me. Cairo César Braga de Souza

São Luís

2018

Ficha gerada por meio do SIGAA/Biblioteca com dados fornecidos pelo(a) autor(a).  
Núcleo Integrado de Bibliotecas/UFMA

de Oliveira Silva, Ewerton.

HOSPITALIDADE EM SERVIÇOS DE APLICATIVOS DE MOBILIDADE  
URBANA NA CIDADE DE SÃO LUÍS-MA / Ewerton de Oliveira  
Silva. - 2018.

49 p.

Orientador(a): Cairo César Braga de Souza.

Monografia (Graduação) - Curso de Hotelaria,  
Universidade Federal do Maranhão, São Luís, 2018.

1. Aplicativo. 2. Google Forms. 3. Hospitalidade. I.  
César Braga de Souza, Cairo. II. Título.

**EWERTON DE OLIVEIRA SILVA**

**HOSPITALIDADE EM TRANSPORTES DE MOBILIDADE URBANA NA CIDADE  
DE SÃO LUÍS-MA**

Monografia apresentada ao curso de Hotelaria da Universidade Federal do Maranhão – UFMA, como requisito para a obtenção do título de Bacharel em Hotelaria.

Aprovado em: \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_

**BANCA EXAMINADORA**

---

**Prof. Me Cairo César Braga de Souza (Orientador).**

---

**Prof. Ma Sarany Rodrigues da Costa**

---

**Prof. Ma Ângela Roberta Lucas Leite**

*Dedico em primeiro lugar a Deus, a minha família,  
e aos meus amigos que me acompanharam e  
torceram por essa conquista.*

## AGRADECIMENTOS

A meus pais, Raimundo Pereira dos Santos Silva e Edilene Soares de Oliveira Silva, por serem minha base, minha inspiração e que sempre acreditaram nos meus potenciais para passar por mais essa fase da minha vida.

A meu irmão Emerson Silva, por toda confiança aplicada em mim, e por todo apoio nos momentos que eu mais precisei.

A meu eterno avô Floriano Pereira que sempre acreditou e me aconselhou por diversas vezes a seguir o caminho dos estudos.

Aos meus familiares, tios e tias, primos e primas, que torceram por mim e concederam sempre que possível sua ajuda.

A meu grande amigo e irmão que a vida me deu, Ricardo Santos, que sempre foi compreensivo e amigo nos momentos de dificuldades, seja elas no âmbito acadêmico ou pessoal e que me ajudou para que este trabalho fosse concluído.

A meu grande amigo Ramirio Ribeiro que acreditou dando forças para que eu seguisse o caminho dos estudos e me aconselhando tanto na vida acadêmica quanto pessoal.

A meu grande amigo Wallyson Araújo que me ajudou nos momentos difíceis da elaboração deste trabalho e me apoiou nos momentos difíceis.

A meus amigos da UFMA, Carlos Magno, Sônia Passinho, Etielma Assunção, Rafael Nunes, Lucas Santos, Julia Naomi, Lorena Silva, Elizangela Arouche, Cristianelia Alves, que apesar de todas as nossas indiferenças, soubemos lidar com elas, ajudando uns aos outros.

Aos meus amigos na qual deixei por muitas vezes de estar presente em momentos importantes devido à elaboração deste trabalho

Aos meus professores que atuaram como educadores e amigos, seja os que me ensinaram a escrever as primeiras palavras deste trabalho, vocês foram verdadeiros mestres e responsáveis por tudo isso.

Ao meu orientador, professor Cairo Cezar, a quem lhe tenho imensa estima e um grande respeito, pois sempre esteve comigo no momento mais difícil dessa caminhada e pode me ajudar mesmo tendo uma elaboração da tese.

A minha coordenadora e professora Ana Leticia, que sempre estava disposta a tirar minhas dúvidas tanto nas disciplinas que era composta no curso de Hotelaria, quanto nas inúmeras dúvidas em relação a este trabalho.

A minha banca examinadora que se dispôs utilizando seu tempo e conhecimento para apreciar o meu trabalho, além do conhecimento a mim repassado pelos seus integrantes durante este curso.

A todos que de forma direta e indireta contribuíram para a realização deste trabalho e me acompanham em minha vida pessoal, e não foram nominalmente citados.

## RESUMO

A hospitalidade vem se tornando a cada dia um quesito para que a população se agrade do serviço prestado, podendo ser em hotéis, transportes, serviços públicos, dentre outros, pois a hospitalidade é o encontro entre pessoas mostrado pela atitude de recepção em relação a outra pessoa, indicando assim todas as situações da vida. Pode ela ser aplicada tanto nos turistas quanto no próximo, no vizinho, amigo de trabalho ou estranho. A presente pesquisa teve como objetivo identificar os usuários que utilizam os aplicativos de meio de transporte urbano avaliando a hospitalidade dos motoristas para com os usuários. A pesquisa foi realizada por meio de aplicação de questionários online e a área amostral foi representada pela Região Geográfica da ilha de São Luís. Utilizou-se o Google Forms para a formulação e desenvolvimento do questionário com perguntas fechadas e abertas. Os entrevistados foram escolhidos pela rede de contato familiar pelo método aleatório simples, onde cada entrevistado recebeu um questionário online com 18 perguntas e podendo replicar na sua rede de contato. A análise dos dados ocorreu em forma de histograma, na qual interpretou-se isoladamente cada pergunta. Dentre os entrevistados a maioria correspondeu a discentes e pessoas do gênero masculino, sendo 53% e 54%, respectivamente. Quanto a faixa etária dos respondentes os adultos e jovens se sobressaíram, com 50% e 46%. Referente a escolaridade dos indivíduos 53% foram de pessoas que ainda não obtiveram o superior completo. No que se refere a renda dos entrevistados 47% são de pessoas que tem de 1 a 2 salários mínimos. A importância da hospitalidade dos motoristas ficou representada por 96%, sendo que 91% dos entrevistados avaliaram o motorista UBER como mais hospitaleiro tendo em vista que a hospitalidade dos mesmos foi estimada em ótima e boa, respectivamente em 37% e 61%, quanto dos taxistas foram representados também respectivamente com 2% e 48%. Os entrevistados consideraram em 38% a importância do profissionalismo em uma viagem na qual é realizada. Esta pesquisa tem como objetivo analisar a hospitalidade dos motoristas de aplicativos para com seus usuários e averiguar por qual meio de transporte os mesmos preferem usufruir. Com os dados obtidos, conclui-se que a hospitalidade é um quesito que é exigido pelos usuários do aplicativo de meios de transporte, levando em conta a hospitalidade que é o bem receber, o profissionalismo, a boa conversa e o respeito com o usuário do meio de transporte.

Palavras-chave: Hospitalidade, Google Forms, Aplicativo



## ABSTRACT

Hospitality has become a daily requirement for the population to enjoy the service provided, and can be in hotels, transportation, public services, among others, because hospitality is the meeting between people shown by the attitude of reception in relation to another person, thus indicating all life situations. It can be applied to both the tourists and the next, in the neighbor, work buddy or stranger. The present research aimed to identify the users that use the urban transport applications evaluating the hospitality of the drivers to the users. The survey was carried out through the application of online questionnaires and the sample area was represented by the Geographic Region of the island of São Luís. Google Forms was used to formulate and develop the questionnaire with closed and open questions. The interviewees were chosen by the family contact network using the simple random method, where each interviewee received an online questionnaire with 18 questions and can replicate in their network of contact. The data analysis took the form of a histogram, in which each question was interpreted in isolation. Among the interviewees, the majority corresponded to students and people of the masculine gender, being 53% and 54%, respectively. As for the age group of the respondents, adults and young people excelled, with 50% and 46%. Regarding the schooling of individuals, 53% were from people who have not yet obtained the full superior. With regard to the income of the interviewees 47% are of people who have from 1 to 2 minimum salaries. The importance of driver hospitality was represented by 96%, and 91% of the interviewees evaluated the UBER driver as more hospitable because their hospitality was estimated to be excellent and good, respectively, at 37% and 61%, respectively. taxi drivers were also represented respectively with 2% and 48%. The interviewees considered in 38% the importance of the professionalism in a trip in which it is realized. This work aims to analyze the hospitality of the drivers of applications to their users and to find out which means of transport they prefer to use. With the data obtained, it is concluded that hospitality is a requirement that is demanded by the users of the means of transportation, taking into account the hospitality that is the well-being, the professionalism, the good conversation and the respect with the user of the means of transport.

Keywords: Hospitality, Google Forms, Application

## **LISTA DE FIGURAS**

Figura 1	Questionário aplicado aos entrevistados	24
Figura 2	Questões de múltiplas escolhas	24
Figura 3	Gráficos construídos através da ferramenta Google Forms	25
Figura 4	Dados tabulados através da ferramenta Google Forms	25

## LISTA DE GRÁFICOS E QUADROS

Quadro 1	Atrativos Turísticos e seus Benefícios	19
Quadro 2	Tipos de Transportes	20
Gráfico 1	Perfil dos Entrevistados	27
Gráfico 2	Gênero dos Entrevistados	28
Gráfico 3	Idade dos Entrevistados	29
Gráfico 4	Escolaridade dos Entrevistados	30
Gráfico 5	Renda do Entrevistados	31
Gráfico 6	Localidade dos Entrevistados	32
Gráfico 7	Uso do Aplicativo	33
Gráfico 8	Frequência no uso do Aplicativo	34
Gráfico 9	Meio de Transporte mais utilizado	35
Gráfico 10	Importância da Hospitalidade	36
Gráfico 11	Motorista mais Hospitaleiro	37
Gráfico 12	Informações solicitadas pelos entrevistados	38
Gráfico 13	Avaliação das informações prestadas	38
Gráfico 14	Hospitalidade dos Motoristas	39
Gráfico 15	Indicação do Meio de Transporte	40
Gráfico 16	Critérios Importantes em uma Viagem	41

## Sumário

<b>1</b>	<b>INTRODUÇÃO</b>	13
<b>2.</b>	<b>HOSPITALIDADE</b>	15
2.1	Contexto histórico da hospitalidade	15
2.2	O espaço social da hospitalidade	16
<b>3.</b>	<b>HOSPITALIDADE COMERCIAL</b>	17
3.1	- Turismo e transporte	17
3.2	- Tipos de transportes	19
3.3	- A importância do transporte no fenômeno turismo	20
3.4	- Fidelização	21
3.5	- Google Forms	22
<b>4.</b>	<b>METODOLOGIA</b>	23
4.1	- Área Amostral	23
4.2	- Respondentes da pesquisa	23
4.3	- Cálculo amostral	26
4.4	- Características levantadas	26
<b>5.</b>	<b>RESULTADOS E DISCUSSÕES</b>	27
5.1	- Perfil dos Entrevistados	27
5.2	- Gênero	28
5.3	- Idade	29
5.4	- Escolaridade	29
5.5	- Renda	30
5.6	- Localidade dos entrevistados	31
5.7	- Uso de aplicativo de Transporte Urbano	32
5.8	- Frequência na utilização desses meios de transportes	33
5.9	- O Meio de Transporte utilizado pelo Entrevistado	34
5.10	- Hospitalidade e o nível de satisfação dos seus usuários	35
5.11	- Informações solicitadas aos motoristas	37
5.12	- A Hospitalidade dos Motoristas	39
5.13	- A Indicação do Meio de Transporte	40
5.14	- Quanto aos critérios importantes em uma viagem	41

<b>6. CONCLUSÃO</b> .....	42
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	44
APENDICE 1 .....	47

## 1 INTRODUÇÃO

Os critérios de receber, hospedar e alimentar bem as pessoas de fora não é somente o que nomeia a hospitalidade, implica também em vários fatores relacionados aos próprios moradores do local, chamada hospitalidade pública. Isso faz com que a população usufrua de vários recursos (culturais e/ou naturais), não somente para sua própria sobrevivência, mas também, para levar uma vida digna. Alguns dos critérios da hospitalidade pública, abrangem os sistemas viário de transportes, hospedagem, comunicações (acesso e disponibilidade de informações), equipamentos e áreas de lazer (restaurantes, parques, dentre outros). Existem outros critérios que são levados em consideração como segurança, educação, higiene, educação, emprego e trabalho, como forma de sustentabilidade de um estilo de vida mais equilibrado (GRINOVER, 2003).

A hospitalidade é considerada por Baptista (2002), um modo privilegiado de encontro interpessoal através da atitude de acolhimento em relação a outra pessoa. O autor Grinover (2005), analisa a cidade para definir hospitalidade, levando em consideração que quanto maior for a sua legibilidade mais hospitaleira ela será, simplificando o ingresso de todos ao turismo, até mesmo com as mais variadas deficiências. A hospitalidade é também, segundo Montandon (2003) "uma maneira de se viver em conjunto, regida por regras, ritos e leis". Nesse sentido, a hospitalidade é "concebida não apenas como uma forma essencial de interação social, mas também como uma forma própria de humanização, ou no mínimo, uma das formas essenciais de socialização".

A origem do transporte parece ter surgido conforme Paolillo (2002), devido a necessidade humana para facilitar seu trabalho físico, no transporte de carga, avançando para o deslocamento de seres humanos com o passar do tempo. A ligação entre as áreas de origens e de destino facilita a circulação de pessoas em viagens, férias, negócios, visitas a parentes, amigos e aqueles que usufruem para o turismo educacional e de saúde são fornecido pelo transporte, sendo um elemento essencial para a experiência turística que é um elemento importante para a indústria do turismo. (PAGE, 2001).

Esta pesquisa se justifica pela relevância do tema na atualidade, bem como a necessidade de ampliação dos debates que envolvem a hospitalidade dos motoristas de aplicativos do transporte urbano e o porquê a hospitalidade é importante nesse meio de transporte. Diante desse contexto, o objetivo geral desta pesquisa é analisar a hospitalidade

dos motoristas de aplicativo de transporte urbano para com os usuários dentro da ilha de São Luís no Estado do Maranhão.

Na primeira parte deste trabalho vai tratar-se da hospitalidade, decorrendo do contexto histórico continuando com o espaço social da hospitalidade e por fim, falará sobre a hospitalidade comercial abordando sobre o turismo e transporte, tipos de transportes, a importância do transporte no fenômeno turístico e sobre a fidelização. Na segunda parte, mostrará a metodologia utilizada para este trabalho. A terceira parte vai exibir os resultados e discussões através da pesquisa realizada e por fim a conclusão deste trabalho.

## **2. HOSPITALIDADE**

A compreensão da Hospitalidade, depende em antemão do seu histórico social, desta forma, será esclarecido inicialmente o contexto e o espaço social da mesma e, por conseguinte os princípios quando esta é aplicada a área comercial, servindo como base para as seções seguintes.

### **2.1 Contexto histórico da hospitalidade**

A palavra hospitalidade é tão arcaica quanto a humanidade. Gerado do latim “hospitalis” que significa Deus dos viajantes, e do francês hospice “dar abrigo”, a hospitalidade associada aos aspectos sociais e religiosos é desempenhada há milhões de anos. (DENCKER & BUENO, 2003). Segundo Chon (2003) informa que a hospitalidade é uma obrigação de alimentar, proteger, disponibilizar bebidas e atender os desconhecidos com dignidade.

Por volta de 1.700 a.C, na Grécia, iniciou-se a prática de hospedar, devido ao desenvolvimento do comércio grego e romano que nas suas árduas jornadas de trabalho, pudesse fazer com que as pessoas se deslocasse precisando, assim, de comida e acomodação. Com o propósito de acomodar e alimentar os viajantes, as famílias gregas abriram as portas, porém, com a queda do império Romano eram os jogos olímpicos que agitavam os viajantes. (WALKER, 2003).

Um dos últimos marcos da história da hotelaria no século XIX foi a construção, em 1870, do primeiro estabelecimento hoteleiro em Paris, tendo como exemplo o início da hospitalidade. (DENCKER & BUENO, 2003). A partir de então, com o crescimento da economia norte-americana no mesmo século, propiciou o aumento no turismo de negócios e no de lazer. Em 1829, na iniciativa do “Tremont House”, de Boston, se remontou o conceito de apartamentos, tendo como “double” e “single”, oferecendo utensílios de higiene pessoal e sabonete cortesia, considerado o maior e mais caro hotel da época.

César Ritz, o precursor da hospedagem de luxo, deu início ao estudo do bom atendimento, uma das novidades foram a uniformização dos colaboradores e banheiro privativo em cada quarto. (WALKER, 2003). Menciona também que “a maioria dos valores da hospitalidade medieval adequam-se aos dias de hoje, por exemplo a atmosfera amena, a abundância de comida e o serviço amigável”. (WALKER, 2002).



## 2.2 O espaço social da hospitalidade

Obrigatoriamente, a hospitalidade é o ato de abrigar e fornecer serviço a alguém por qualquer razão que esteja fora de seu local de moradia. É uma relação entre dois protagonistas, entre aquele que recebe e aquele que é recebido.

Portanto, todo o processo de receptividade do cliente (hospitalidade) e, conseqüentemente, a rentabilidade da empresa, necessita muito do elemento humano.(CASTELLI, 2003). A hospitalidade é explicada por Baptista (2002), como um encontro entre pessoas mostrado pela atitude de recepção em relação a outra pessoa. A aplicação de hospitalidade deverá indicar todas as situações da vida, ou seja, a hospitalidade não deverá permanecer limitada à disponibilidade para acolher o turista, o visitante que vem de fora e está apenas de passagem pela cidade, necessitando que este comportamento de acolhimento e cortesia, seja do próximo, seja o vizinho, o amigo de trabalho ou um estranho.

Para Praxedes (2004), a hospitalidade é uma maneira de relação humana fundada na ação recíproca entre anfitriões e visitantes. Sempre que os seres humanos são recebidos ou recebem alguém em um lugar, a prática necessitará dos princípios que conduzem as condutas dos incluídos na relação.

Montandon (2003), afirma que a hospitalidade é também, "uma maneira de se viver em grupo, controlada por ritos, regras e leis", assim, é "constituída como uma aparência própria de civilização, ou no mínimo, um dos traços essenciais de civilização, e não apenas como formato essencial de integração social".

### **3. HOSPITALIDADE COMERCIAL**

Quando certificado, a hospitalidade comercial, pode ser compreendida como a perspectiva de aproximar e preservar clientes dentro de uma organização, fazendo com que garanta a qualidade das relações interpessoais, visto que a atividade fornecida é generosa, não desprendido totalmente (LASHLEY, 2004)

A finalidade básica da hospitalidade é determinar um relacionamento ou proporcionar um relacionamento já estabelecido. As ações correlacionadas com a hospitalidade atingem este efeito no processo de troca de produtos e serviços, tanto simbólico quanto materiais, entre as pessoas que recebem hospitalidade e aquelas que ofertam.

A função da hospitalidade cobre tanto o espaço geográfico onde ela se cede – as instalações físicas, no caso dos restaurantes – como o planejamento e a organização de seus recursos financeiros, materiais e humanos. “Ela implica, também, na preservação dos traços culturais, na manutenção das tradições” (PAULA, 2002).

#### **3.1 - Turismo e transporte**

Percebeu que na idade média o transporte mantinha os meios de hospedagem, descobriu-se que o transporte condicionava os meios de hospedagem, devido a presteza de carruagens os viajantes obtiveram hospedagem nas tabernas. Outra aptidão da hospitalidade foi quando os meios de hospedagem se é organizaram atualizaram cocheiras para alojar os cavalos que levavam essas carruagens. (DENCKER & BUENO, 2003).

A área do turismo é formada por um grupo de prestadores de serviços que ampara várias demandas em destinos distintos. Neste âmbito, as empresas responsáveis pelos sistemas de transporte se enquadram com a atribuição de possibilitar a estadia dos turistas nas suas cidades destino (KOTLER, 2002). Por isso, para que o turismo se materialize como elemento diferencial é de grande importância que a locomoção de pessoas seja executada através de uma apropriada rede de transportes.

O surgimento do transporte tem inúmeras suposições. Parece ter surgido devido à carência do ser humano de facilitar sua atividade física, sobre tudo, no transporte de cargas, evoluindo para a locomoção de seres humanos com o passar do tempo (PAOLILLO, 2002).

Estritamente ligado à viagem, o indivíduo de estadia fora da própria residência habitual é parte integrante do conceito de turismo. A duração dessa permanência é uma das principais variáveis na classificação e caracterização do fluxo de pessoas (BENI, 2001).

No Brasil, o turismo doméstico, devido as viagens serem realizadas internamente em maior parte, portanto o transporte turístico rodoviário, é bastante importante, tanto pelas razões econômicas, quanto pela aproximação dos destinos e produtos turísticos. Os meios de transportes intercalam-se numa estrutura composta por equipamentos e serviços de um ou mais meios de transportes necessariamente para a locomoção dos viajantes e turistas (PAOLILLO, 2006).

Confirma-se conforme Palhares (2001), uma tendência nacional de que na atualidade inúmeros pontos de transporte rodoviário estão realizando o crescimento em suas atividades no comércio de mesmo modo na oferta de serviços para os passageiros e outros quanto ampliando suas atividades para o comércio e a oferta de serviços para passageiros e outros usufruidores potenciais (centro de convenções, cinemas, restaurantes, centro de exposições, hotéis, etc). No entanto, nessa dinâmica, o “transporte é um componente essencial da atividade turística, que tem no deslocamento do consumidor a sua própria definição” (BRASIL. MINISTÉRIO DO TURISMO, 2007, p.65).

Há casos onde os autores são específicos em relação ao tempo em que o turista deverá ficar fora de sua residência para ser caracterizado como turismo, 24 horas no mínimo (LAGE, 2000) e 1 ano no máximo (ANDRADE, 2001). Realizar turismo está ligado com estar em outro local, sair do seu lugar habitual e, em decorrência disso, está relacionado com a ligação entre turismo e transporte. O transporte é responsável pelo transporte dos turistas quando os mesmos chegam ao local de destino e não apenas para movimentar a demanda turística para os locais de oferta. (COOPER, 2001)

Os destinos turísticos são lugares em que os turistas visitam, passam ou permanecem durante suas viagens. Geograficamente, os destinos podem ser um vilarejo, centro autônomo, uma cidade, ilha, região ou mesmo um país inteiro. Além disso, pode estar localizado em apenas um lugar, pode ser um conjunto de inúmeros destinos como destino em movimento (cruzeiros marítimos e nas viagens cênicas de trem) ou parte de um tour (Page, 2001). Diversos elementos podem induzir o turista na escolha de um ou mais destinos. Há cinco tipos principais de atratividade em um destino turístico considerado por Cho (2000), a saber:

Quadro 1 - Atrativos Turísticos e seus Benefícios

ATRATIVOS TURISTICOS	BENEFICIOS
ATRAÇÕES	Naturais, construídas, culturais e sociais
CONVENIÊNCIA	Infraestrutura básica, acomodações, transportes, serviços de alimentação, entretenimento, lojas e centros de informações turísticas.
ACESSIBILIDADE	Refere-se à facilidade de acesso que os turistas têm para chegar aos destinos e de se locomover dentro deles.
IMAGEM	Ideias e impressões que os turistas possuem sobre um destino turístico.
PREÇO	Varia em função do tipo e da classe do serviço (acomodação, transportes, atividades), sazonalidade e distância do destino.

Fonte: Cho (2000)

O turista escolhe seu destino através do que o local tem a oferecer ao mesmo, levando em consideração o que foi informado acima. O turista sempre busca em suas viagens o conforto e variedades de atrativos.

### 3.2 - Tipos de transportes

Os meios de transportes na qual permitem a entrada em um ponto de destino podem ser aéreos (presta serviços regulares, aluguel de pequenos aviões, helicópteros, fretados e aviões particulares), terrestres (ônibus, bicicletas, motos, carros, trens e trailers) e aquáticos (barcos, navios e cruzeiros).

No Brasil, as atividades de transporte turístico são regulamentadas pelo Decreto nº 87.348/82, de 29 de junho de 1982, pela Resolução Normativa nº 32, de 21 de maio de 1998, e também pela Deliberação Normativa nº 246, de 03 de outubro de 1988, ambas do Conselho Nacional de Turismo, do Ministério da Indústria e do Comércio. (EMBRATUR, 2007). Segundo a primeira, em seu artigo 4º: Consideram-se serviços de transporte turístico de superfície os prestados nas seguintes modalidades:

Quadro 2 -Tipos de Transportes

TIPOS DE TRANSPORTES	DEFINIÇÃO
TRANSPORTE PARA EXCURSÕES	O realizado no âmbito municipal, interestadual ou internacional, para o atendimento de excursões organizadas por Agências de Turismo
TRANSPORTE PARA PASSEIO LOCAL	O realizado para visita aos locais de interesse turístico de um município ou de suas vizinhanças, organizado por Agências de Turismo
TRANSPORTE PARA TRANSLADO	O realizado entre as estações terminais de embarque e desembarque de passageiros, os meios de hospedagem e os locais onde se realizem eventos turísticos, como parte de serviços respectivos organizados por Agências de Turismo
TRANSPORTE ESPECIAL	O ajustado diretamente pelo usuário com a transportadora turística

Fonte: EMBRATUR (2007)

A explicação pelas quais as empresas de transportes de passageiros, se nomeiam indústria de viagens, ao contrário de indústria do turismo, é devido o fato de que nem todos os que fazem a utilização dos serviços concedidos por estas empresas são turistas, trata-se de um serviço de uso público, aos quais todos os tipos de viajantes recorrem (ACERENZA, 2002).

### 3.3 - A importância do transporte no fenômeno turismo

Existem seis fatores de medição em relação ao transporte conforme Segundo La Torre (2002, p. 08): agilidade (de movimento), comodidade, segurança, rapidez, preço e alcance. Qualquer viajante, seja turista ou não, usa um ou mais meios de transportes no decorrer da sua viagem. Sendo um dos elementos essenciais das viagens e do turismo, o meio de transporte se torna responsável pela locomoção dos viajantes dos núcleos emissores para os receptores ou vice-versa, bem como pela locomoção dentro destes últimos. Retratam, assim, a acessibilidade, ou seja, tornam os destinos turísticos e suas expectativas atrações acessíveis ao viajante, exercendo um papel facilitador.

O meio de transporte oferece a correlação de grande importância entre as áreas de destino e as de origens facilitando a circulação de pessoas em férias, visita a amigos e parentes, que utilizam para o turismo educacional, viajantes de negócios e saúde, o transporte também é um componente chave da experiência turística, parte integrante da indústria do turismo (PAGE, 2001).

### **3.4 - Fidelização**

Nota-se que fidelizar os clientes é um problema grande também para os empreendedores em relação aos meios de transportes urbanos, em relação ao grande número de oferta onde o usuário pode obter através de aplicativos de mobilidade urbana ou não. Atualmente os clientes optam em escolher seu meio de transporte devido aos históricos e as experiências já vivenciadas quando os mesmos já os utilizaram, considerando a boa hospitalidade, confiança e superando suas expectativas.

Quanto mais às organizações puderem agradar seus clientes com um atendimento de excelência e atendê-los de forma única, tratando-o de forma individual, mais satisfeito eles ficarão causando, assim, sua fidelização. A satisfação reflete os julgamentos comparativos dos clientes, captado de um produto correlacionado às suas expectativas. Se o desempenho fica inferior às expectativas, o cliente ficará desapontado e insatisfeito. Se o desempenho alcança as expectativas, o cliente fica satisfeito. Se o desempenho ultrapassa as expectativas, o cliente fica excessivamente satisfeito. (KOTLER, 2006)

As organizações que fazem o possível para conservar seus clientes são, na atualidade, as de maior sucesso. “Cliente fiel é aquele que sempre volta à organização por ocasião de uma nova compra ou transação, por estar satisfeito com o produto/serviço.” (BOGMANN, 2000) A fidelização em uma empresa deve se dar início lidando bem os funcionários. Os clientes internos são importantíssimos, pois a satisfação dos mesmos está de forma direta ligada à satisfação em relação à organização. Desta forma, quando o cliente interno é importante para a organização, de modo consequente este se importa com o cliente final que, dar valor a ponto de proteger a organização em qualquer situação. Conduzir com eficácia e eficiência os funcionários simboliza amplo caminho trilhado em direção ao sucesso. Sustentando seus funcionários, a organização pode captar e manter seus clientes (BOGMANN, 2000).

Sempre existe graus de fidelidade de acordo com Stone et al (1998), e alguns clientes são mais fiéis, outros são menos, contudo, a fidelidade é desenvolvida pelo tratamento que estimulam e corroboram um estado mental positivo e os comportamentos correlacionados. O propósito não é tornar todos os clientes fiéis, mas sim fazer com que a fidelidade cresça perante aqueles clientes mais favoráveis a reagir. Alguns são mais sujeitos a reagir a estímulos, outros a diferenciação no atendimento proporcionado apenas para os clientes fiéis, enquanto outros, ainda, podem reagir à conjunção dos dois.

### **3.5 - Google Forms**

A empresa Google Inc. é uma multinacional de serviços on-line e de software, fundada em quatro de setembro de 1998, em Menlo Park, Califórnia, nos Estados Unidos (GOOGLE, 2015a). O principal serviço prestado pela empresa é o de pesquisas na internet, o qual mudou a maneira das pessoas interagirem com a informação. No entanto, além do serviço de busca do Google, diversas ferramentas são desenvolvidas e disponibilizadas aos internautas atualmente.

Dentre os diversos softwares disponibilizados de maneira gratuita aos interessados, encontra-se o Formulário Google, onde é possível, entre outras coisas, “criar pesquisas ou votações, preparar testes para alunos, bem como coletar outras informações de forma simples e rápida” (GOOGLE, 2015b). Este aplicativo funciona de maneira on-line ou off-line, possibilitando o acesso a partir de computadores, tablets e smartphones. Ainda, possibilita a criação, formatação, divulgação e tabulação dos dados de uma pesquisa de maneira rápida, fácil, e segura para o pesquisador. O fato deste tipo de instrumento não ter custo de desenvolvimento, torna muito atrativa sua escolha para pesquisas onde não existem recursos disponíveis para investimento em estrutura e pessoal.

## **4. METODOLOGIA**

### **4.1 - Área Amostral**

A área amostral foi representada pela Região Geográfica da ilha de São Luís, cuja maior porção se localiza no “litoral, no golfo maranhense, entre as baías de São Marcos e São José” (MARANHÃO, 2008) abrangendo os municípios de São Luís, Paço do Lumiar, Raposa e São José de Ribamar.

O município de São Luís apresentava no censo de 2017, 1.091.868 (Hum milhão noventa e um mil oitocentos e oitocentos e sessenta e oito) habitantes. Isso coloca o município na posição 1 dentre 217 do mesmo estado. Em comparação com outros municípios do Brasil, fica na posição 15 dentre 5.570 (Cinco mil quinhentos e setenta). Sua densidade demográfica é de 1.215 (Hum mil duzentos e quinze) habitantes por quilômetro quadrado, colocando-o na posição 1 de 217 municípios do mesmo estado. Quando comparado com outros municípios no Brasil, fica na posição 84 de 5.570 (Cinco mil quinhentos e setenta) (IBGE, 2010).

### **4.2 - Respondentes da pesquisa**

A população alvo da pesquisa definido por Hair Jr. (2005), é um “grupo completo de objetos ou elementos relevantes para o projeto de pesquisa” que compartilham algum conjunto comum de características. Foram entrevistadas 263 pessoas, chegando próximo a 267, valor base definido pelo cálculo amostral conforme Berni (2002), da Região Geográfica da ilha de São Luís, no período de 16 de maio a 01 de junho de 2018.

Na busca de obter subsídio expressivo junto ao número de pessoas para desenvolvimento do trabalho e por sua vez face à necessidade da aplicação prática e econômica de um questionário, buscou-se a utilização do Google Forms para a formulação e desenvolvimento de um questionário com perguntas fechadas e abertas sobre a Percepção dos consumidores a propósito da rúcula. O levantamento de dados e opiniões foi realizado pela ferramenta, conforme mostrado na figura 1 e 2, ilustrando os tipos de questões utilizadas na pesquisa.



**Figura 1.** Questionário aplicado aos entrevistados através da ferramenta Google Forms.

Transportes Urbanos

Esta pesquisa tem como objetivo, identificar a relação de hospitalidade entre passageiros e motoristas de taxi e aplicativos urbanos (UBER), para melhor atendê-los, com intuito de contribuir com trabalho de conclusão do curso de um discente de Hotelaria-UFMA.

\*Obrigatório

Qual seu perfil? \*

Estudante

Autônomo

Assalariado

Aposentado

Desempregado

**Fonte:** Google Forms, link:

[https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSfzoUdwddWvN\\_990sC52Gd8683gJ3nCG455Ig9C6K4m2BlkBA/viewform](https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSfzoUdwddWvN_990sC52Gd8683gJ3nCG455Ig9C6K4m2BlkBA/viewform)

Para a grande maioria das questões, houve a possibilidade de tornar as perguntas obrigatórias, de modo que o questionário só foi concluído e enviado se todas as questões obrigatórias estivessem respondidas. Na figura 2, apresentou-se uma questão tipo múltipla escolha, ideal para levantamento de opiniões em que se solicita o nível de concordância do respondente em um determinado item avaliado.

**Figura 2.** Questão múltipla escolha obrigatória utilizada pela ferramenta Google Forms.

Falam mal dos locais e da cidade

Informa que a cidade é insegura e sugere que não saia

Como você considera a hospitalidade dos motoristas? \*

	Péssima	Ruim	Boa	Ótima
Taxi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
UBER	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

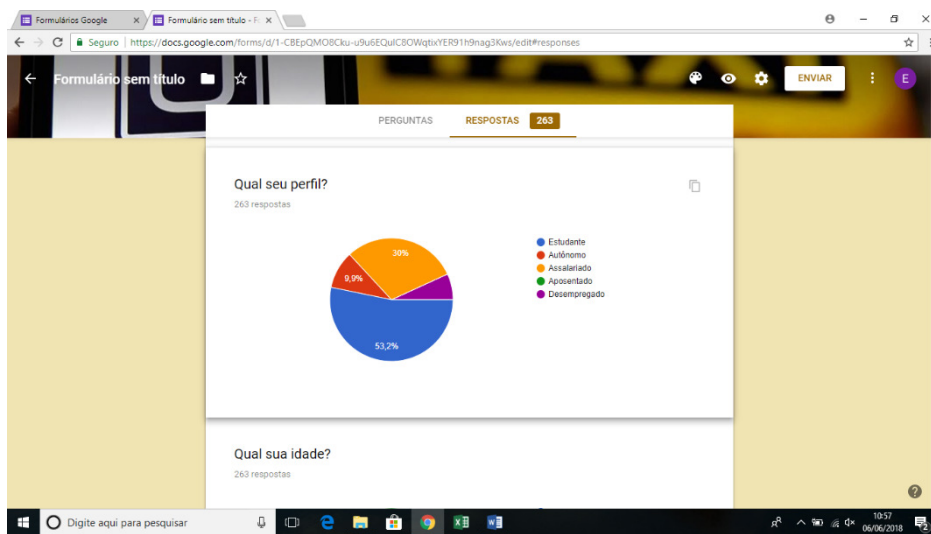
Você indicaria algum meio de transporte urbano para algum amigo?

	Táxi	UBER
SIM	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
NÃO	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**Fonte:** Google Forms.

O formulário foi construído e disponibilizado através de um endereço eletrônico >[https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSfzoUdwwdWvN\\_99OsC52Gd8683gJ3nCG455Ig9C6K4m2BlkBA/viewfor](https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSfzoUdwwdWvN_99OsC52Gd8683gJ3nCG455Ig9C6K4m2BlkBA/viewfor) < compartilhado através das redes sociais e por e-mail. O questionário quando preenchido pelos respondentes, as respostas apareceram imediatamente na página do Google Forms no usuário responsável pela pesquisa (FIGURA 3).

**Figura 3.** Gráficos construídos através da ferramenta Google Forms.



Fonte: Google Forms.

Na figura 4 mostra em forma de planilha, os resultados obtidos através das respostas dos entrevistados na ferramenta Google Forms.

**Figura 4.** Dados tabulados através da ferramenta Google Forms.

Carimbo de data/hora	A	B	C	D	E	F	G	H	I
1	Carimbo de data/hora	Qual seu perfil?	Qual sua idade?	Você é do sexo?	Qual sua escolaridade?	Qual a renda total de sua família?	Você já fez uso de aplicativos?	Qual frequência?	
2	16/05/2018 18:23:24	Estudante	25 a 64 anos	Feminino	Pós-graduação	Entre 3 e 4 salários mínimos	Morador de São Luís	Sim, uso frequentemente	Mensal
3	16/05/2018 18:23:29	Assalariado	25 a 64 anos	Feminino	Pós-graduação	Acima de 5 salários	Morador de São Luís	Sim, uso frequentemente	Mensal
4	16/05/2018 18:23:53	Estudante	25 a 64 anos	Masculino	Pós-graduação	Entre 1 e 2 salários mínimos	Morador de São Luís	Sim, uso frequentemente	Quinzenal
5	16/05/2018 18:24:06	Estudante	25 a 64 anos	Masculino	Ensino superior completo	Acima de 5 salários	Morador de Paço do Lum	Quando estou em outro e só em viagens	
6	16/05/2018 18:24:11	Estudante	18 a 24 anos	Feminino	Ensino superior incompleto	Entre 1 e 2 salários mínimos	Morador de São Luís	Sim, uso frequentemente	Duas ou mais vezes
7	16/05/2018 18:26:24	Desempregado	18 a 24 anos	Feminino	Ensino superior completo	Entre 1 e 2 salários mínimos	Turista	Sim	Duas ou mais vezes
8	16/05/2018 18:29:35	Estudante	18 a 24 anos	Feminino	Ensino superior completo	Entre 3 e 4 salários mínimos	Morador de São Luís	Sim	Semanalmente
9	16/05/2018 18:32:14	Desempregado	18 a 24 anos	Feminino	Ensino superior completo	Acima de 5 salários	Morador de São Luís	Sim	Mensal
10	16/05/2018 18:33:37	Autônomo	25 a 64 anos	Feminino	Ensino superior incompleto	Entre 3 e 4 salários mínimos	Morador de São Luís	Sim	Usoi uma única vez
11	16/05/2018 18:38:44	Estudante	25 a 64 anos	Feminino	Pós-graduação	Entre 3 e 4 salários mínimos	Morador de São Luís	Sim	Mensal
12	16/05/2018 18:49:58	Desempregado	25 a 64 anos	Feminino	Ensino superior completo	Entre 3 e 4 salários mínimos	Morador de São Luís	Sim, uso porque não tenho	Semanalmente
13	16/05/2018 18:57:31	Assalariado	25 a 64 anos	Feminino	Ensino superior incompleto	Entre 1 e 2 salários mínimos	Morador de São Luís	Sim	Mensal
14	16/05/2018 18:58:17	Desempregado	25 a 64 anos	Masculino	Ensino superior completo	Acima de 5 salários	Morador de São Luís	Sim	Bimestral
15	16/05/2018 20:42:39	Estudante	25 a 64 anos	Masculino	Ensino superior completo	Acima de 5 salários	Morador de Paço do Lum	Quando estou em outro e só em viagens	
16	16/05/2018 20:55:17	Desempregado	25 a 64 anos	Feminino	Pós-graduação	Entre 1 e 2 salários mínimos	Morador de São Luís	Sim	Mensal
17	16/05/2018 21:15:29	Assalariado	25 a 64 anos	Feminino	Pós-graduação	Acima de 5 salários	Morador de São Luís	Sim	Esporadicamente
18	16/05/2018 21:24:51	Assalariado	25 a 64 anos	Masculino	Ensino médio	Entre 1 e 2 salários mínimos	Morador de São Luís	Sim	Duas ou mais vezes
19	16/05/2018 21:28:52	Assalariado	25 a 64 anos	Masculino	Ensino superior completo	Acima de 5 salários	Morador de São Luís	Sim	De vez em quando
20	16/05/2018 21:33:31	Estudante	15 a 17 anos	Masculino	Ensino superior incompleto	Entre 1 e 2 salários mínimos	Morador de São Luís	Sim	Raramente
21	16/05/2018 21:45:23	Estudante	25 a 64 anos	Masculino	Ensino superior incompleto	Acima de 5 salários	Morador de São Luís	Sim	Semanalmente
22	16/05/2018 21:48:42	Assalariado	25 a 64 anos	Masculino	Ensino superior completo	Acima de 5 salários	Morador de São Luís	Sim	De vez em quando

Fonte: Google Forms.

### 4.3 - Cálculo amostral

Para que se tivesse uma amostra aceitável, recorreu-se a fórmula de Berni (2002), considerando um erro amostral de 6%.

Fórmula utilizada para o cálculo da amostra:

$$n = \frac{N}{1 + (N - 1) \cdot e^2}$$

**Fonte:**BERNI (2002)

**N**= Tamanho da população da Região Metropolitana da Grande São Luís

**n**= Tamanho da amostra

**e**= erro amostral

O atendimento quanto ao número de entrevistado, proposto por Berni, 2002, correspondeu a 267, constituindo o número de entrevistados no trabalho igual a 263. Após a coleta e tabulação dos dados feitos no próprio aplicativo utilizado para a pesquisa, foi realizado a análise dos mesmos em forma de histograma, na qual interpretou-se isoladamente cada pergunta e posteriormente correlacionadas.

### 4.4 - Características levantadas

Os predicados levantados na pesquisa envolveram o perfil dos entrevistados. Quanto ao perfil foram questionadas as situações como perfil, gênero, idade, escolaridade, renda e localidade dos entrevistados. Enquanto a respeito da hospitalidade foram questionados os quesitos sobre o uso de aplicativo de transporte urbano, frequência na utilização dos meios de transportes urbanos, qual meio de aplicativo de transporte urbano que o entrevistado utiliza, a hospitalidade e o nível de satisfação dos seus usuários e as informações solicitadas aos motoristas.

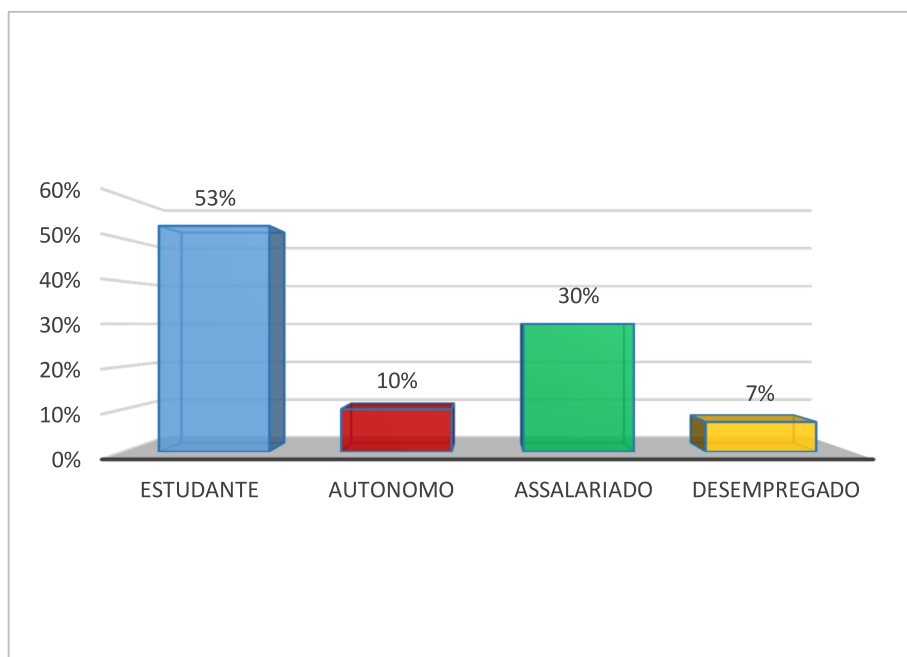
## 5. RESULTADOS E DISCUSSÕES

Os entrevistados foram escolhidos aleatoriamente dentro de uma amostra representativa da população da Região Geográfica da Ilha de São Luís, envolvendo as categorias de estudante, assalariado, autônomo e desempregado, alcançando um grupo bastante diversificado totalizando 263 pessoas.

### 5.1 - Perfil dos Entrevistados

Os dados apresentados no gráfico 1 retratam o perfil dos entrevistados que foram escolhidos aleatoriamente dentre a população representativa da Região geográfica da ilha de São Luís, mostrando um grupo bastante diversificado. Por ser uma entrevista com cunho científico, dentre os 263 entrevistados que responderam o questionário, 53% foram estudantes, totalizando assim mais da metade dos entrevistados, seguidos por Assalariados que corresponderam a 30%, Autônomo 10% e desempregado 7%.

**Gráfico 1.** Perfil dos entrevistados da Região Geográfica na Ilha de São Luís. 2018



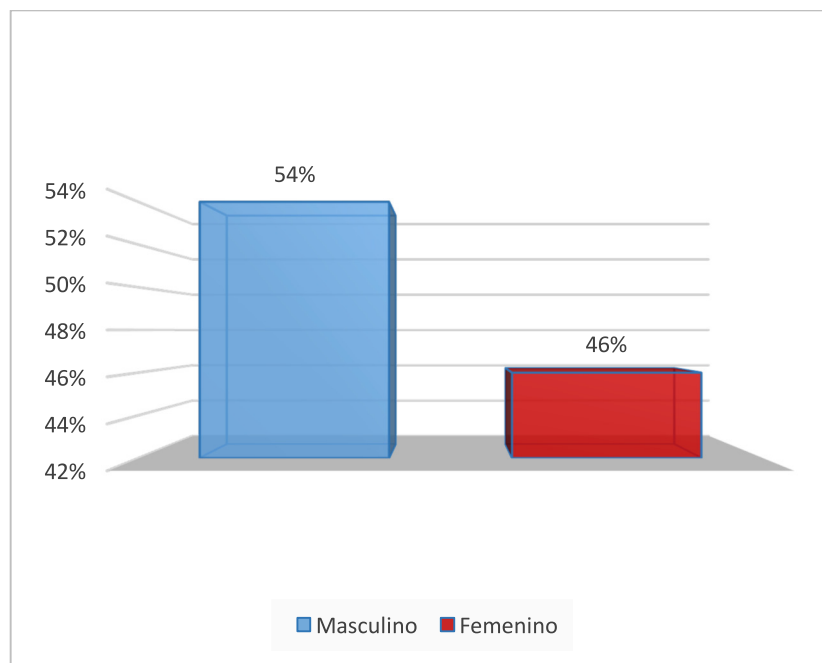
**Fonte:** Elaborado pelo autor, através de dados obtidos a partir das entrevistas.

Os estudantes estão em grande número devido à grande utilização dos aplicativos de transportes urbanos para ir as escolas, faculdades e demais locais

## 5.2 - Gênero

Os dados apresentados no gráfico 2 retratam a proporção entre o sexo masculino e feminino. O gênero masculino corresponde a maioria, totalizando 54%, enquanto as mulheres correspondem a 46%.

**Gráfico 2.** Gênero dos entrevistados da Região Geográfica na Ilha de São Luís. 2018



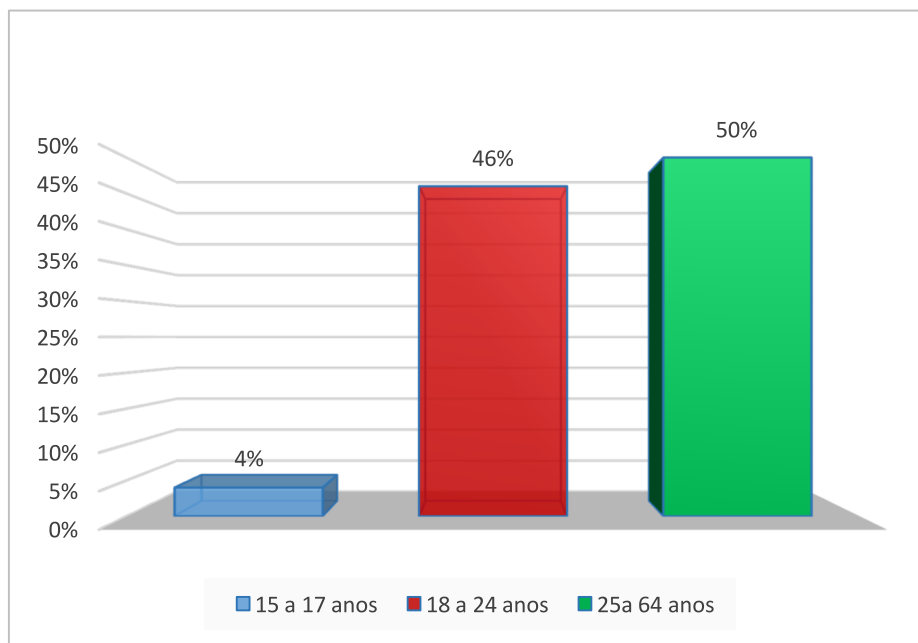
**Fonte:** Elaborado pelo autor, através de dados obtidos a partir das entrevistas.

Com a maioria dos entrevistados serem do sexo masculino, percebe-se que o receio do uso do aplicativo de transporte urbano pelas mulheres ainda é um pouco receoso.

### 5.3 - Idade

Seguindo a faixa etária do IBGE, a pesquisa mostra no gráfico 3, que a população entre 18 e 24 anos, se sobressaíram, sendo 46% seguindo com a faixa etária entre 15 e 17 anos em 4% e finalizando em 50% pessoas entre 25 a 64 anos.

**Gráfico 3.** Faixa etária dos entrevistados da Região Geográfica na Ilha de São Luís. 2018



**Fonte:** Elaborado pelo autor, através de dados obtidos a partir das entrevistas.

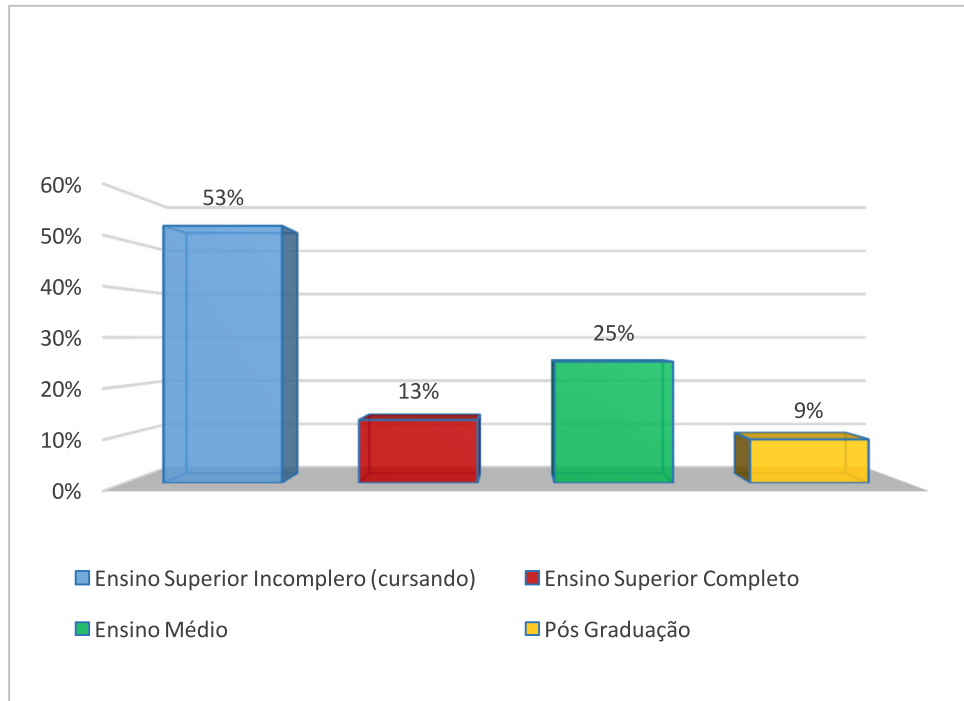
A Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República (2014), realizou uma pesquisa que mostra que os jovens e adultos são usuários mais intensos das novas mídias, já que 65% dos usuários na faixa de 18 a 40 anos se conectam todos os dias, em média 5 horas e 51 minutos durante a semana, contra 4% e 2 horas e 53 minutos dos usuários com 65 anos ou mais. Tal fato, pode ser um dos motivos que explica a grande atuação da faixa etária adulta e jovem na resposta do questionário online.

### 5.4 - Escolaridade

A escolaridade dos entrevistados, também foi um dado abordado, sendo possível observar no gráfico 4, o índice de pessoas com ensino superior incompleto representando 53% da população, sendo a maioria. E com nível médio apresentou 25%, o que obteve em

porcentagem o segundo maior índice dos entrevistados, seguidos assim por pessoas que possuem ensino superior completo com 13%, e pós-graduação com 9%.

**Gráfico 4.** Escolaridade dos entrevistados da Região Geográfica na Ilha de São Luís. 2018



**Fonte:** Elaborado pelo autor, através de dados obtidos a partir das entrevistas.

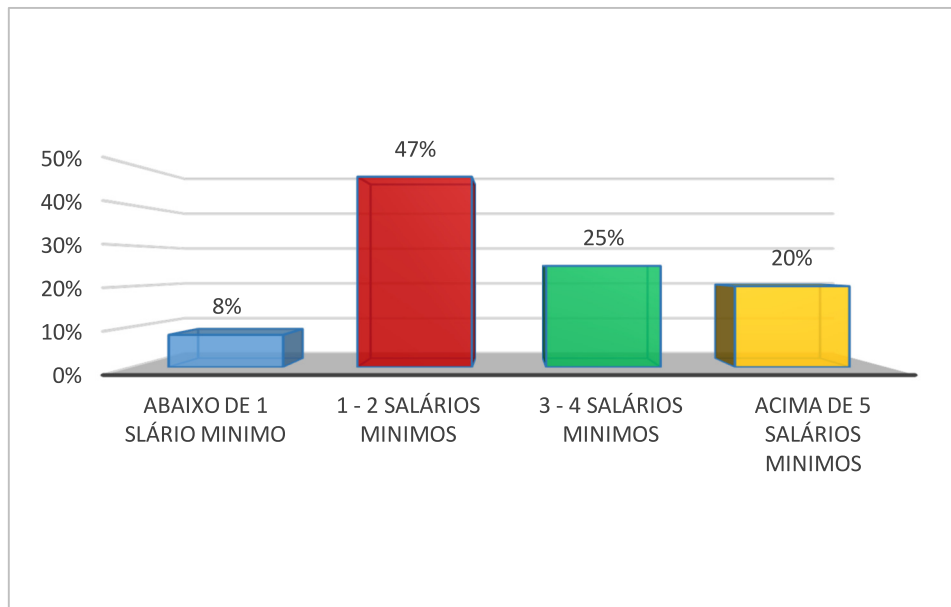
A escolaridade é um fator que impulsiona a frequência e a intensidade do uso da internet no Brasil. E por ser um questionário online, onde obteve-se um grande número de estudantes, com o superior incompleto, o presente resultado corrobora com a pesquisa da Secretaria de comunicação social da presidência da república (2014), pois segundo a pesquisa os usuários com ensino superior em andamento são responsáveis por 72% dos que acessam a internet todos os dias, com uma intensidade média diária de 5 horas 41 minutos, de segunda a sexta-feira. Entre as pessoas com até a 4ª série, os números caem para 5% e 3 horas e 22 minutos.

## 5.5 Renda

A renda é um fator observado no gráfico 5, baseada no salário mínimo segundo as leis de trabalho brasileiras, na qual corresponde a R\$ 954,00. Observa-se na pesquisa que os entrevistados que recebem de 1 a 2 salários mínimos obtiveram maior representatividade na

pesquisa, sendo 47%, seguido por 25% pelos que recebem entre 3 a 4 salários mínimos, acima de 5 salários representaram 20% e o menor índice constatado, ficando para os que recebem menos de um salário mínimo, apresentando 8%.

**Gráfico 5.** Renda dos entrevistados da Região Geográfica na Ilha de São Luís. 2018



**Fonte:** Elaborado pelo autor, através de dados obtidos a partir das entrevistas.

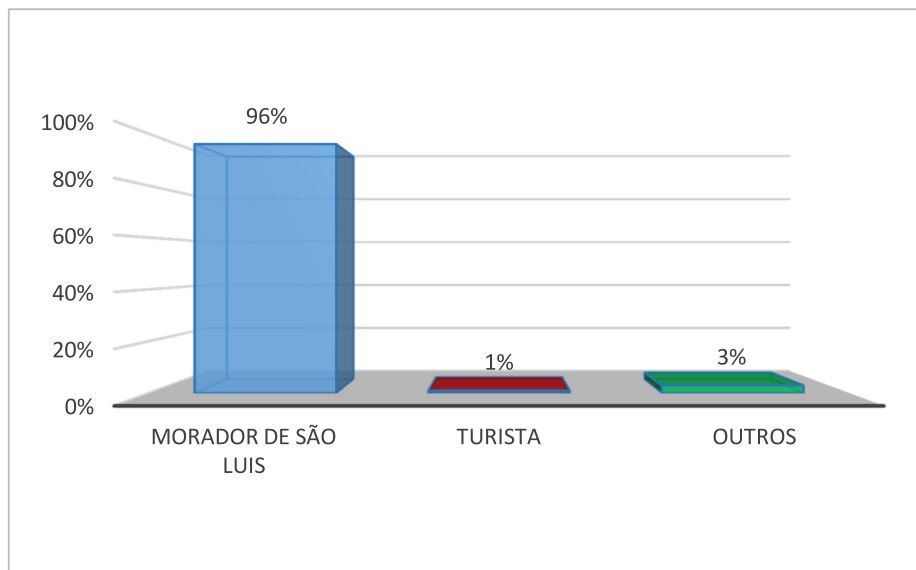
A renda na região Metropolitana de São Luís vem crescendo, com esse aumento consequentemente favorece o poder de compra, logo pessoas que tem um bom salário sempre tem acesso as mais diversas tecnologias, assim foram maioria entre os que responderam o questionário online. Vale ressaltar que segundo a pesquisa do Pnad (Pesquisa Nacional por Amostra Domicílios), a renda per capita média do maranhense em 2015 chegou a R\$509,00 (quinhentos e nove reais) o de menor peso dentre todas as capitais do Brasil. (IBGE, 2015)

## 5.6 - Localidade dos entrevistados

No gráfico 6, constatou-se a localidade dos entrevistados, onde 96% são da cidade de São Luís, 1% turistas e outros 6% são entrevistados das cidades de São José de Ribamar, Raposa, Paço do Lumiar e Rosário.



**Gráfico 6.** Localidade dos entrevistados na Região Geográfica na Ilha de São Luís. 2018



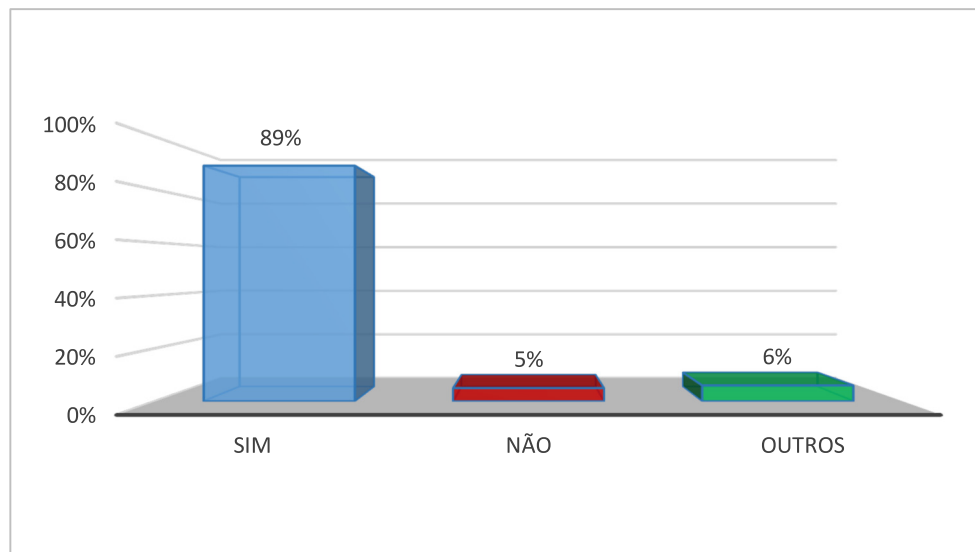
**Fonte:** Elaborado pelo autor, através de dados obtidos a partir das entrevistas.

Nota-se que a maioria dos usuários são moradores da cidade de São Luís e os turistas que aqui visitam não usam com frequência os aplicativos de transportes urbanos.

### 5.7 - Uso de aplicativo de Transporte Urbano

Antes do deslocamento de um local a outro, é necessário refletir de que forma vai haver esse deslocamento, sendo assim, objetivou-se com o gráfico 7 demonstrar os meios de transporte mais utilizados, para tal, questionou-se ao entrevistado se o mesmo já fez uso de aplicativo de transporte urbano (TAXI/UBER) e constatou-se que a maioria já realizou o uso de aplicativo, correspondendo a 89%, enquanto apenas 5% dos entrevistados informaram que ainda não utilizaram o aplicativo e outros 6% relataram diversos outros fatores, tais como: não sabem usar, tem medo de usar, não tiveram oportunidade de usar e que usam apenas quando estão em outro estado. Isso demonstra que o uso do aplicativo é bem requisitado atualmente para o deslocamento das pessoas.

**Gráfico 7.** Uso do aplicativo de Transporte Urbano na Região Geográfica na Ilha de São Luís.  
2018



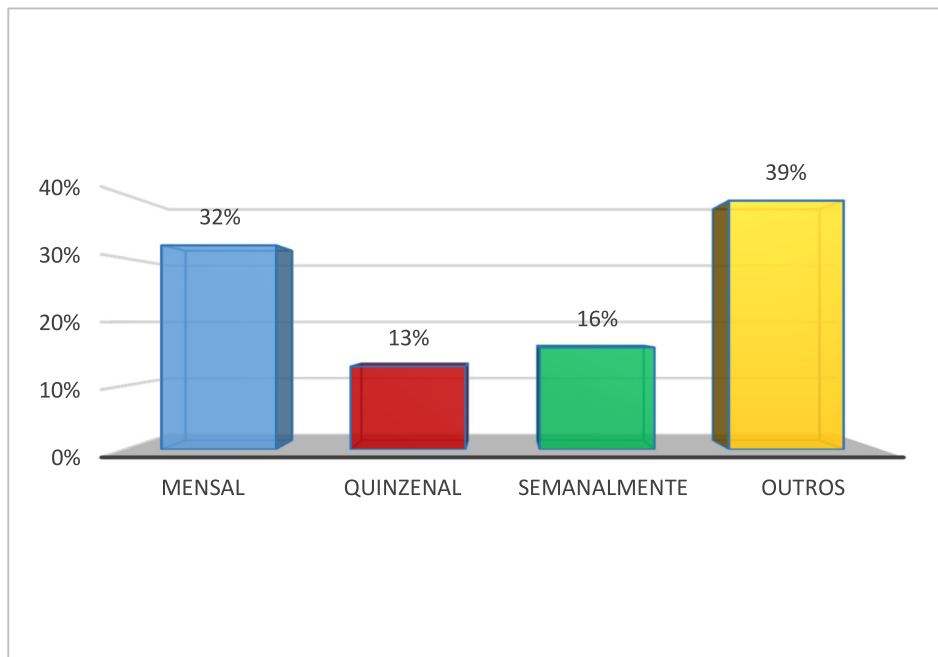
**Fonte:** Elaborado pelo autor, através de dados obtidos a partir das entrevistas.

Verifica-se que no gráfico acima, temos alto índice de usuários do aplicativo de transporte urbano, pois usam o mesmo para deslocamento de um local a outro por não possuírem veículos próprios ou mesmo possuir, mas usam o transporte urbano quando necessário.

### 5.8 - Frequência na utilização desses meios de transportes

O gráfico 8 traz a frequência com que os entrevistados utilizam os meios de transportes acima citados, demonstrando que 32% fazem o uso mensalmente, enquanto 16% utilizam semanalmente, seguido por 13% para quem usam apenas quinzenalmente e outros que somaram 39%.

**Gráfico 8.** Frequência na utilização dos aplicativos de transporte urbano Região Geográfica na Ilha de São Luís. 2018



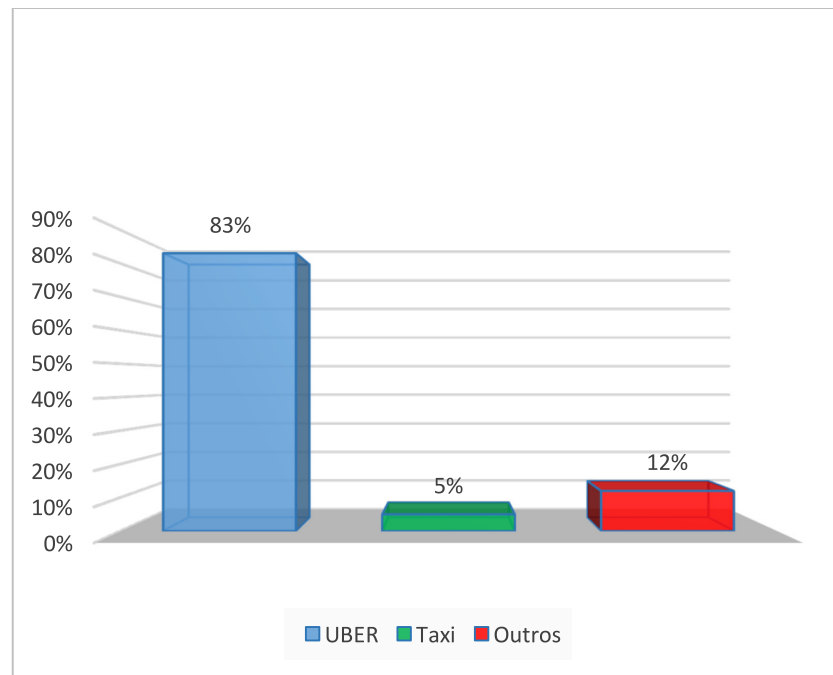
**Fonte:** Elaborado pelo autor, através de dados obtidos a partir das entrevistas.

Conforme gráfico acima o uso mensal é maior do que nos outros períodos, porém o quesito Outros está com o percentual maior devido a utilização do meio de transporte ser usada somente quando realmente há uma necessidade, ou seja, àqueles que informaram que usam esses meios de transporte esporadicamente, apenas quando viajam, saem para ingerir bebidas alcoólicas ou pela madrugada, quando precisam chegar em um lugar de forma mais rápida, em ocasiões que estão sem carro e precisam sair para um local distante, e em momentos que não possuem opção. E se antes era necessário ter um motorista dirigindo um carro, em breve também não será mais. Ainda no relatório da Lyft, 83% dos pesquisados responderam que pediriam uma corrida em um veículo autônomo quando disponível.

### 5.9 - O Meio de Transporte utilizado pelo Entrevistado

Nota-se no gráfico 9 que o aplicativo UBER tem maior preferência entre os entrevistados, representando 83% das pesquisas, seguido pelos 5% dos que preferem Taxi, e finalizando com outros que somam 12%, na qual informaram que usam carro próprio, transporte público, 99pop e moto.

**Gráfico 9.** Meio de transporte mais utilizado pelos entrevistados na Região Geográfica da Ilha de São Luís. 2018



**Fonte:** Elaborado pelo autor, através de dados obtidos a partir das entrevistas.

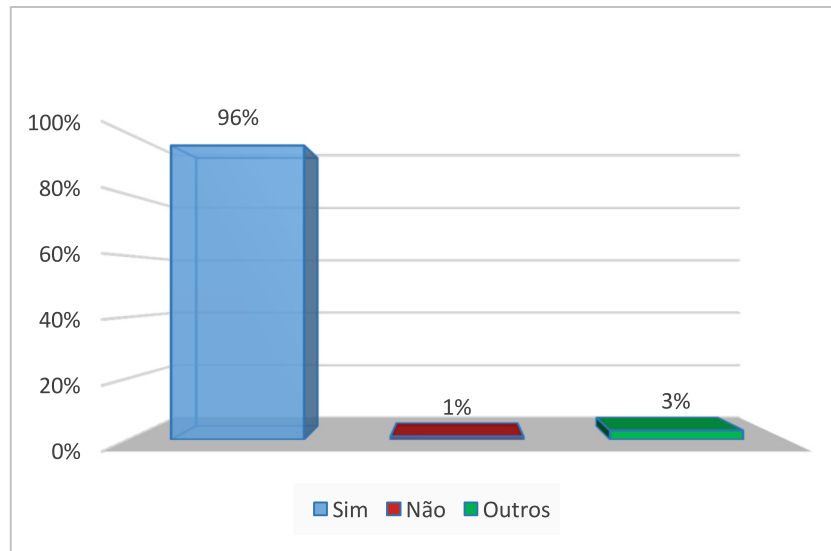
Tendo o meio de transporte UBER mais utilizado conforme respostas dos entrevistados, é devido a diversos fatores que serão mencionados posteriormente. No relatório de impacto econômico de 2017 divulgado pela Lyft, a empresa revelou números instigantes: 25% dos usuários pesquisados acreditam que ter um veículo é menos importante agora do que antes da revolução de mobilidade começar. E 50% utiliza menos o próprio carro por causa das corridas da empresa.

### 5.10 - Hospitalidade e o nível de satisfação dos seus usuários

Constata-se no gráfico 10, a importância da hospitalidade dos motoristas de mobilidade urbana com os entrevistados, onde se verifica que 96% dos entrevistados acharam importante a hospitalidade dos motoristas, 1% não consideraram importante a hospitalidade dos mesmos e 3% qualificaram que talvez seja importante a hospitalidade dos motoristas em prol dos entrevistados. Seguido do gráfico 11 demonstrando qual motorista de aplicativo é mais hospitaleiro na visão dos entrevistados. Apresentou-se que 91% consideraram o motorista Uber mais hospitaleiros, 4% indicaram motoristas de taxis mais hospitaleiros e

outros 5% consideraram hospitaleiros os dois motoristas, 99% ou informaram que nunca utilizaram os serviços de transporte urbano.

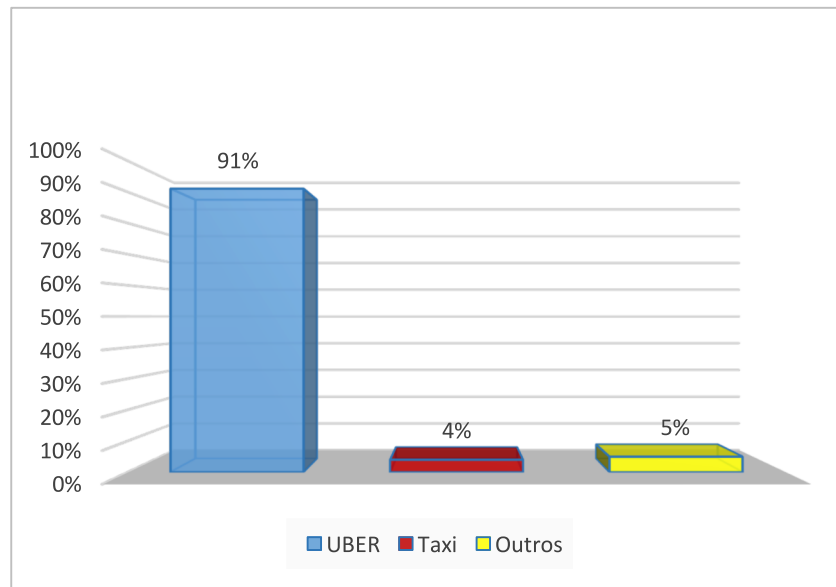
**Gráfico 10.** Importância da hospitalidade com os entrevistados na Região Geográfica da Ilha de São Luís. 2018



**Fonte:** Elaborado pelo autor, através de dados obtidos a partir das entrevistas.

Muitos acham a hospitalidade um quesito importante para que o meio de transporte seja solicitado novamente, e por isso 96% dos entrevistados responderam que acham a hospitalidade importante.

**Gráfico 11.** Motorista mais hospitaleiro com os entrevistados na Região Geográfica da Ilha de São Luís. 2018



**Fonte:** Elaborado pelo autor, através de dados obtidos a partir das entrevistas.

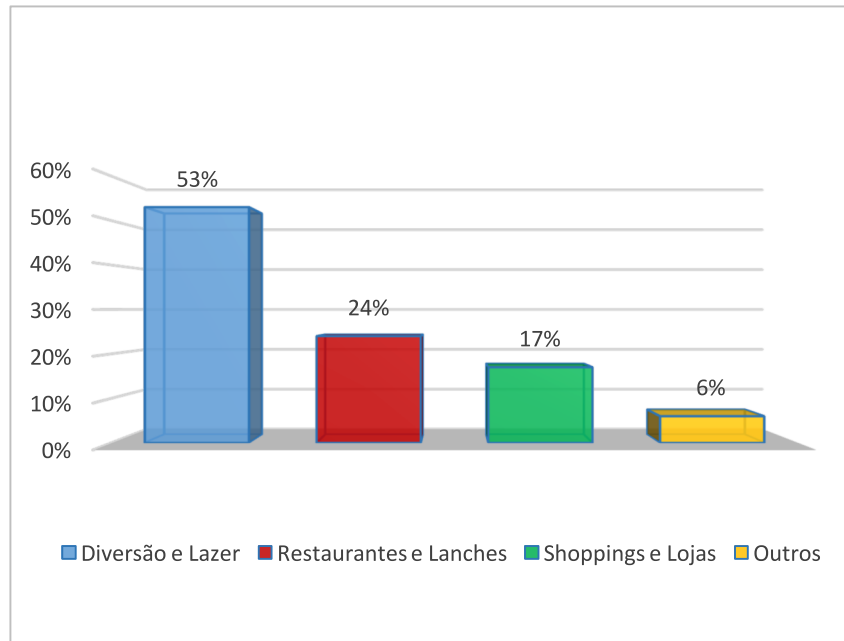
Conforme pesquisa anterior, na qual a hospitalidade é considerada um quesito importante, neste gráfico mostra-se que os mais hospitaleiros são os motoristas UBER, onde foi informado durante a pesquisa que são mais atenciosos, educados, gentis e buscam sempre agradar o usuário. Com isso há desenvolvimento da atividade turística, pois requer deslocamentos sejam aquáticos, aéreos, rodoviários ou ferroviários. Proporcionando maior desenvolvimento do turismo com a revolução tecnológica, onde os transportes se tornaram confortáveis e mais rápidos, diminuído a distância entre os locais oferecendo maior conforto nas viagens. Nos meios de transportes, a hospitalidade não se limita apenas ao ato de prestar serviço e sim a qualidade do serviço, a qualidade do transporte utilizado (bem tangível) e toda a infraestrutura básica na qual esse transporte necessita para se locomover.

### 5.11 - Informações solicitadas aos motoristas

No gráfico 12, mostra-se o que frequentemente os entrevistados buscam na cidade de São Luís, ficando Diversão e lazer em maior porcentagem, 53%, seguido de Restaurante e Lanches com 24%, Shoppings e Lojas apresentando 17% e outros, como Hotéis e pousadas, Partições Públicas e Faculdade. As informações acima citadas foram avaliadas e foi constatado conforme gráfico 13, que 68% dos motoristas passaram as informações de forma correta, 16% não souberam passar as informações, motoristas que falaram mal dos locais e da cidade atingiram 9%, seguido com 3% aos que passaram as informações de forma errada e os

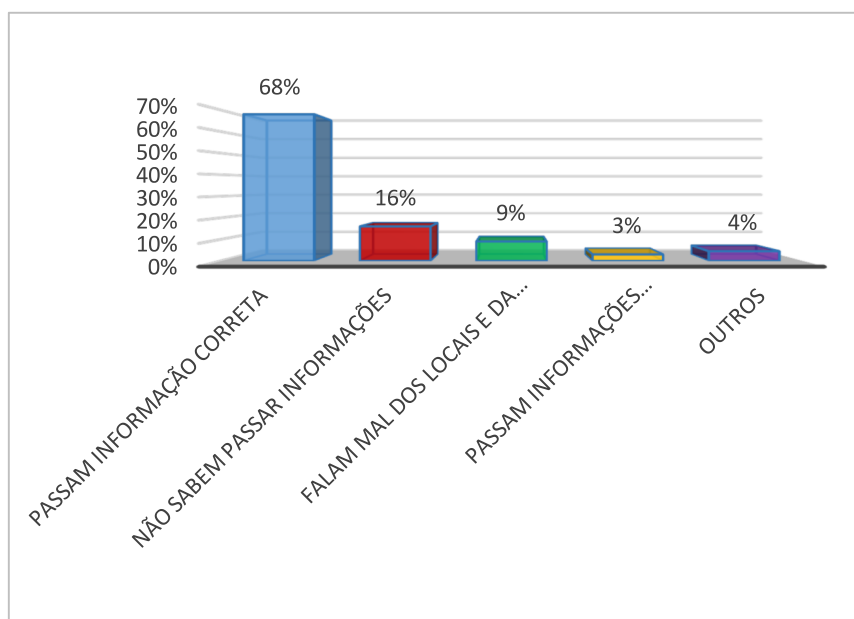
que expressaram que a cidade é insegura e sugeriram que os entrevistados permanecessem em sua residência atingiram os 4%.

**Gráfico 12.** Informações solicitadas pelos entrevistados na Região Geográfica da Ilha de São Luís. 2018



**Fonte:** Elaborado pelo autor, através de dados obtidos a partir das entrevistas.

**Gráfico 13.** Avaliação das informações prestadas aos entrevistados na Região Geográfica da Ilha de São Luís. 2018



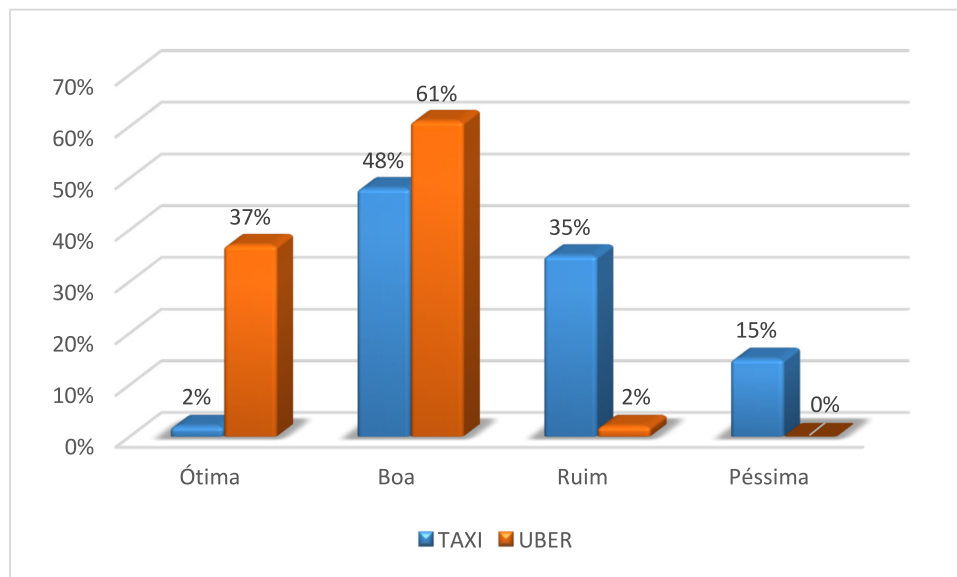
**Fonte:** Elaborado pelo autor, através de dados obtidos a partir das entrevistas.

Os entrevistados informaram na pesquisa que quando são solicitadas informações a maioria dos motoristas passam as mesmas de forma correta e isso faz com que os usuários criem fidelização e solicite constantemente os serviços devido ao profissionalismo e a competência na qual os motoristas demonstram durante o trajeto percorrido.

### 5.12 - A Hospitalidade dos Motoristas

Foi questionado aos entrevistados de como os mesmos consideravam a hospitalidade dos motoristas. Conforme gráfico 14, a hospitalidade com os taxistas indicada como Ótima, revelou 2%, considerada Boa obteve 48%, aos entrevistados que consideraram ruim obteve 35%, finalizando com péssima com 15%. Enquanto a hospitalidade dos motoristas UBER fora avaliada como Boas em 61%, Ótima em 37% e Ruim 2%.

**Gráfico 14.** Hospitalidade dos motoristas prestadas aos entrevistados na Região Geográfica da Ilha de São Luís, 2018



**Fonte:** Elaborado pelo autor, através de dados obtidos a partir das entrevistas.

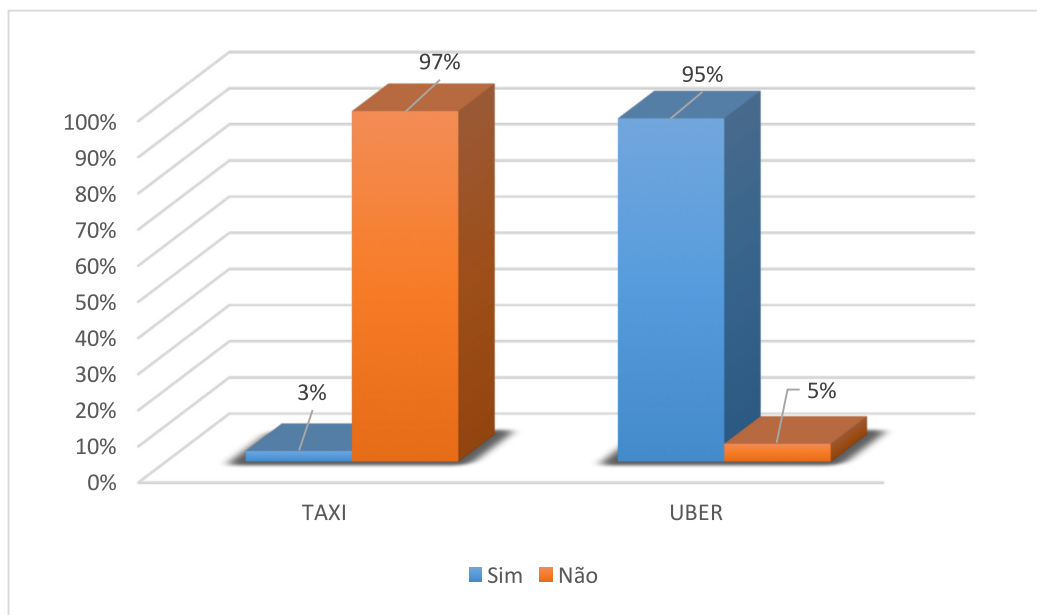


Pode-se verificar que a hospitalidade foi avaliada com uma diferença perceptível devido ao profissionalismo que os motoristas possuem, uma boa conversa com os usuários, as informações fornecidas e a educação fazem com que a hospitalidade seja mais satisfatória.

### 5.13 - A Indicação do Meio de Transporte

Os entrevistados, conforme gráfico 15, responderam quanto a indicação do meio de transporte. Mostrou-se que 3% indicariam o taxi e 97% não os indicariam. Já o meio de transporte UBER teve um percentual de 95% a ser indicado as outras pessoas e 5% a não ser indicado.

**Gráfico 15.** Indicação do Meio de Transporte na Região Geográfica da Ilha de São Luís. 2018



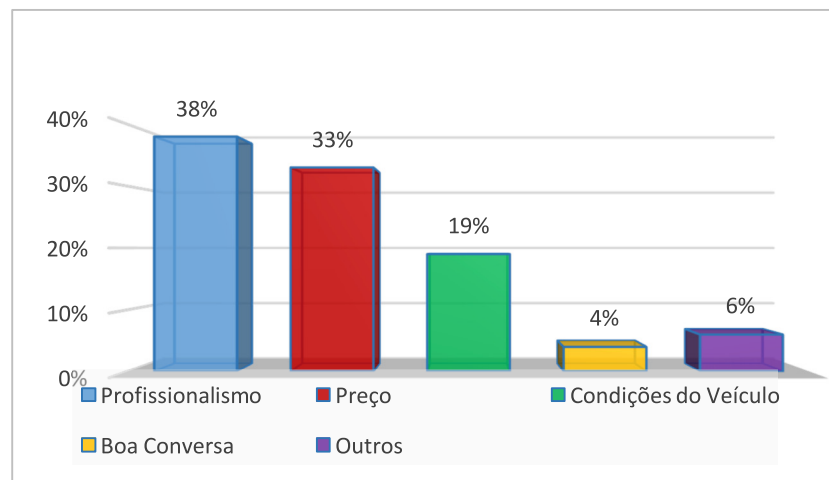
**Fonte:** Elaborado pelo autor, através de dados obtidos a partir das entrevistas.

Essa grande diferença entre os meios de transportes citados acima se tornou possível devido ao profissionalismo, a hospitalidade que os mesmos ofertam aos seus usuários, a confiança que os motoristas passam aos passageiros e as informações prestadas quando questionadas pelos usuários.

### 5.14 - Quanto aos critérios importantes em uma viagem

Os critérios avaliados no gráfico 16 foram o Profissionalismo com 38%, seguido pelos 33% relacionado ao Preço, 19% referente as condições do veículo, 4% relativo a uma Boa Conversa e outros em 6%.

**Gráfico 16.** Critérios importantes em uma viagem prestadas aos entrevistados na Região Geográfica da Ilha de São Luís. 2018



**Fonte:** Elaborado pelo autor, através de dados obtidos a partir das entrevistas.

O profissionalismo foi o mais apresentado durante esta pesquisa. E isso mostra que o motorista de aplicativo tem que estar apto as diversas situações na qual o mesmo enfrentará durante o trajeto com o passageiro em seu veículo. Tendo em vista que o motorista apresente aos usuários uma boa educação, se vestir de forma adequada ao trabalho, saber lidar com situações adversas, conversar com o usuário sem que a conversa se torne desagradável.

## 6. CONCLUSÃO

O presente trabalho buscou verificar a hospitalidade dos motoristas de aplicativos de transportes urbanos com seus usuários. É de grande importância pensar na hospitalidade gerada aos usuários desses transportes, pois é através da hospitalidade que se fideliza os clientes e faz com que a organização cresça perante as demais. Como vimos no gráfico 10, os usuários acham de grande importância a hospitalidade dos motoristas e com isso gera a confiança e a credibilidade que os motoristas podem passar a seus usuários, no entanto deve-se capacitar cada vez mais os motoristas para que possam ser hospitaleiros.

Com os dados obtidos, conclui-se que a hospitalidade está cada vez mais exigida pelos usuários dos aplicativos de transporte urbano. O profissionalismo dos mesmos conta como uma boa avaliação relacionado a hospitalidade. Notou-se que os motoristas de aplicativo UBER foram os mais bem avaliados perante a hospitalidade, levando assim com que os motoristas dos taxis busquem uma forma de (re) conquistar os usuários fazendo com que essa hospitalidade seja igual entre os dois motoristas de aplicativos. Percebeu-se também que muito dos motoristas sabem informar sobre o que é questionado aos mesmos, mas há muitos que falam mal da cidade ou informa que não é bom sair de sua residência, fazendo com que os usuários fiquem receosos quanto essas informações negativas. É cabível que os motoristas obtenham um curso ou palestras informando dos pontos turísticos da cidade de São Luís, locais para sair durante a noite e fins de semana, sozinho, acompanhado ou com a família.

Houve algumas limitações em relação às respostas do questionário deste trabalho, devido a algumas pessoas não terem meios tecnológicos para responder as perguntas pela ferramenta Google Forms, pois se trata de uma ferramenta que é utilizada por meio de internet e que o usuário deve possuir um celular, tablete ou computador.

Espera-se que este trabalho sirva de alguma forma a ajudar as organizações a ministrarem palestras a respeito da hospitalidade, pontos a serem conhecidos na cidade de São Luís, saber passar informações corretamente quando questionado pelos usuários e que os mesmos possam aplicar a hospitalidade com seus usuários para que o número de respostas dos entrevistados, posteriormente, cresça quando questionado sobre a hospitalidade dos motoristas de aplicativos de transportes urbanos, tornando esses meios de transportes como referencia tanto para quem é da cidade de São Luís, quanto para os turistas quando necessitarem desse meio de transporte. Pode-se verificar que o profissionalismo dos

motoristas foi bem avaliado tornando o serviço do meio de transporte mais confiável a quem pretende usa-lo e importante também a organização na qual esse motorista está trabalhando.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ACERENZA, Miguel Angel. Administração do turismo: conceituação e organização. trad. Graciela Rabuske Hendges. São Paulo: EDUSC, 2002.
- ANDRADE, J. V. de (2001). Turismo: fundamentos e dimensões. 8. ed. São Paulo: Ática.
- BAPTISTA I. Lugares de hospitalidade . In DIAS, C. (ORG) Hospitalidade, reflexões e perspectivas. São Paulo: Manole, 2002.
- BAPTISTA, Isabel. 2002. Lugares de Hospitalidade. IN: DIAS, Célia Maria Moraes. Hospitalidade: Reflexões e perspectivas. São Paulo: Manole, p. 157-164.
- BENI, M. C. Análise estrutural do turismo. 5. ed. São Paulo: Editora SENAC, 2001
- BERNI, DUÍLIO DE ÁVILA. **Técnicas de pesquisa em economia: transformando curiosidades em conhecimento.** São Paulo. Saraiva, 2002.
- BOGMANN, Itzhak Meir. **Marketing de Relacionamento – Estratégias de fidelização e suas implicações financeiras.** São Paulo: Nobel, 2000.
- BRASIL. MINISTÉRIO DO TURISMO. Plano nacional de turismo 2007/2010: uma viagem de inclusão. Brasília, 2007. 83p.
- CHO, B. H. Destination. In: JAFARI, J. (Ed.). Encyclopedia of Tourism. Londres e Nova York: Routledge, 2000, p.144-145.
- COOPER, Chris et al (2001). Turismo: princípios e prática. Porto Alegre: Bookman.
- Dencker A. & Bueno, M. (2003). Hospitalidade: cenários e oportunidades. São Paulo: Pioneira Thomson Learning.
- Disponível em < <http://www.turismo.ufma.br/wp-content/uploads/2018/05/RESUMO-ATUALIZADO-TODAS-AS-PESQUISAS-ANO-2017-05022018.pdf>> . Acesso em 04 jun. 2018.
- GOOGLE. **Visão geral da empresa.** 2015. Disponível em:<<https://www.google.com/intl/pt-BR/about/company/>>. Acesso em: 08 jun. 2018.
- GRINOVER, L. Hospitalidade e qualidade de vida. In: DENCKER; BUENO (Orgs.).
- GRINOVER, Lucio. 2002. Hospitalidade: um tema a ser reestudado e pesquisado. IN: DIAS, Célia Maria Moraes. Hospitalidade: Reflexões e perspectivas. São Paulo: Manole, p. 25-38
- \_\_\_\_\_. 2005. Hospitalidade no espaço urbano. IN: Revista Hospitalidade. Ano 2, n.1. São Paulo: Editora Anhembi Morumbi, p.23-32.
- Hospitalidade: cenários e oportunidades. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2003.
- <https://take.lyft.com/economic-impact/>
- INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA – IBGE - 2010. Disponível em: <<https://cidades.ibge.gov.br/v4/brasil/ma/raposa/panorama>>. Acesso em 05 jun. 2018

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATISTICA – IBGE - 2010. Disponível em: <<https://cidades.ibge.gov.br/v4/brasil/ma/sao-jose-de-ribamar/panorama>>. Acesso em: 05 jun. 2018.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATISTICA – IBGE. 2010. Disponível em:<<https://cidades.ibge.gov.br/v4/brasil/ma/sao-luis/panorama>>.Acesso em: 05 jun. 2018.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATISTICA – IBGE. 2010. Disponível em:<<https://cidades.ibge.gov.br/v4/brasil/ma/paco-do-lumiar/panorama>>.Acesso em: 05 jun. 2018.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA – IBGE. Dados sobre População do Brasil, PNAD (Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios), 2015

KOTLER, Philip e KELLER, Kevin Lane. **Administração de Marketing**. 12. ed. São Paulo: Atlas, 2006.

KOTLER, Philip. Administração de marketing: análise, planejamento, implementação e controle. São Paulo: Prentice Hall, 2002.

LA TORRE, Francisco. Sistemas de Transportes Turístico. São Paulo: Roca. Tradução: Cláudia Bruno Galvão, 2002.

LAGE (2000). Turismo: Teoria e prática. São Paulo: Altas

LASHLEY, Conrad. Para um entendimento teórico. In: LASHLEY, Conrad, MORRISON, Alison. Em busca da hospitalidade: perspectivas para um mundo globalizado. Barueri: Manole, 2004.

MARANHÃO. Secretaria de Estado do Planejamento e Gestão. **Perfil da Região da Ilha do Maranhão**. São Luís: IMESC/SEPLAN, 2008.

MONTANDON, A. Hospitalidade: ontem e hoje. In DENCKER, Ada F.M. BUENO; M.S. (Orgs) Hospitalidade : Cenários e Oportunidades. São Paulo: Pioneira-Thomson, 2003.

PAGE, S. Transporte e Turismo. São Paulo: Bookman, 2001.

PAGE, Stephen. Transporte e turismo. trad. Roberto Cataldo Costa – Porto Alegre: Bookman, 2001.

PALHARES, G. L., Transportes Turísticos, São Paulo: Aleph,2002. (buscar livro na biblioteca).

PALHARES, Guilherme Lohmann. Transportes Turísticos. São Paulo: Aleph, 2002.

PAOLILLO, André Milton. REJOWSKI, Mirian. Transportes. São Paulo: Aleph, 2006.

PAOLILLO, André Milton; REJOWSKI, Mirian. Transportes. 2002, 2ª Edição. São Paulo. Coleção ABC do Turismo.

- PAULA, N. M. (2002). Introdução ao conceito de hospitalidade em serviços de alimentação. In: Dias, Célia M.M. (org.). Hospitalidade: Reflexões e perspectivas. São Paulo: Manole.
- PRAXEDES, W. Reflexões sociológicas sobre a hospitalidade. In Revista Espaço Acadêmico, nº 37, Junho, 2004.
- STONE, Merlin e WOODCOCK, Neil. **Marketing de Relacionamento**. *Tradução LuizLiske* – São Paulo: Literatura Mundi, 1998.

## APENDICE 1

### QUESTIONÁRIO: HOSPITALIDADE DOS MOTORISTAS DE TRANSPORTES URBANOS (TAXI/UBER) PARA COM SEUS USUÁRIOS.

\*Perguntas obrigatórias

**1 - Qual seu perfil? \***

- a- Estudante
- b- Autônomo
- c- Assalariado
- d- Aposentado
- e- Desempregado

**2 - Você é do sexo? \***

- a- Masculino
- b- Feminino

**3 - Qual sua idade? \***

- a- 0 - 14 anos
- b- 15 - 17 anos
- c- 18 - 24 anos
- d- 25 - 64 anos
- e- Acima de 65 anos

**4- Qual sua escolaridade? \***

- a- Ensino fundamental
- b- Ensino médio
- c- Ensino superior completo
- d- Ensino superior incompleto
- e- Pós-Graduação

**5- Qual a renda total de sua família, incluindo seus rendimentos? \***

- a- Menor que um salário
- b- 1 - 2 salários mínimos
- c- 3 - 5 salários mínimos
- d- Acima de 5 salários

**6- Você é? \***

- a- Morador de São Luís



- b- Turista
- c- Outros \_\_\_\_\_

**7- Você já fez o uso de aplicativo de transporte urbano (Taxi/UBER)? \***

- a- Sim
- b- Sim, uso porque não tenho outra opção
- c- Não, não sei usar ou nunca tive oportunidade
- d- Gostaria, porém, tenho medo (ou não confio)
- e- Outros \_\_\_\_\_

**8- Qual frequência você costuma utilizar esses meios de transporte? \***

- a- Duas ou mais vezes por semana
- b- Semanalmente
- c- Quinzenalmente
- d- Mensal
- e- Outros \_\_\_\_\_

**9- Qual você mais utiliza? \***

- a- Taxi
- b- UBER
- c- Outros \_\_\_\_\_

**10- Você acha importante que os taxistas e os motoristas de aplicativos saibam ser hospitaleiros com os clientes? \***

- a- Sim
- b- Não
- c- Talvez

**11- Quais motoristas de aplicativos você considera mais hospitaleiros? \***

- a- Taxi
- b- UBER
- c- Outros \_\_\_\_\_

**12- Ao solicitar uma informação sobre a cidade de São Luís, o que você procura**

- a- Diversão e Lazer
- b- Restaurantes e Lanches
- c- Shoppings e Lojas

d- Outros \_\_\_\_\_

**13- Como você avalia as informações? \***

- a- Passam as informações corretas
- b- Passam informações incorretas
- c- Não sabem passar informações
- d- Falam mal da cidade e dos locais
- e- Informa que a cidade é insegura e sugere que não saia

**14- Como você considera a hospitalidade dos motoristas? \***

	ÓTIMA	BOA	RUIM	PÉSSIMA
TAXI				
UBER				

**15- Você indicaria algum meio de transporte urbano para algum amigo? \***

	TAXI	UBER
SIM		
NÃO		

**16- Quais critérios você considera importante em uma viagem? \***

- a- Condições do veículo
- b- Uma boa conversa
- c- O preço
- d- Profissionalismo
- e- Outro: \_\_\_\_\_

**17- Qual sugestão você daria para mudar a hospitalidade com os clientes?**

\_\_\_\_\_

**18- Nome?**

\_\_\_\_\_