

## **ANÁLISE DA QUALIDADE DOS SERVIÇOS PRESTADOS PELAS OFICINAS DE BICICLETAS NO MUNICÍPIO DE NITERÓI SOB A PERSPECTIVA DOS CICLISTAS: UM ESTUDO PILOTO**

### **ANALYSIS OF SERVICES QUALITY PROVIDED BY BIKE REPAIR SHOPS IN NITERÓI FROM THE CYCLISTS' PERSPECTIVE: A PILOT STUDY**

**Esp. José Antonio Luiz Bazilio** (IFRJ Niterói e Observatório do Valongo/UFRJ)  
jjbazilio@gmail.com

**Dra. Ana Carla de Souza Gomes dos Santos** (IFRJ Niterói)  
ana.carla@ifrj.edu.br

**Dra. Mariana Spacek Alvim** (IFRJ Niterói)  
mariana.alvim@ifrj.edu.br

#### **Resumo**

A demanda por oficinas de consertos de bicicletas aumentou de forma substancial no município de Niterói nos últimos anos. No entanto, percebe-se que nem todos os serviços prestados por essas oficinas têm conseguido atender às expectativas dos ciclistas. Diante do exposto, este trabalho se propôs a analisar a qualidade dos serviços prestados pelas oficinas de bicicletas no município de Niterói a partir do ponto de vista do ciclista. Para tal fim, utilizou-se o instrumento SERVQUAL, análise de quartis e a matriz de expectativa e desempenho. A coleta de dados ocorreu no terminal hidroviário Estação Praça Araribóia e no Terminal Praça XV. Após a análise de dados, verificou-se que os itens mais críticos, que são os itens que não atenderam às expectativas dos ciclistas, são pela ordem: "A empresa não dá a cada cliente atenção individualizada"; "A empresa não funciona em horário compatível"; "A empresa não entrega a bike limpa e lubrificada" e "A empresa não entrega os orçamentos no tempo previsto".

Palavras-chave: Bicicletas; Ciclistas; Qualidade em serviços; SERVQUAL.

## Abstract

The demand for bicycle repair shops has increased substantially in the municipality of Niterói in recent years. However, it is noticed that not all the services provided by these workshops have been able to meet the expectations of cyclists. Given the above, this study proposed to analyze the quality of services provided by bicycle workshops in the city of Niterói, from the point of view of the cyclist. To this end, we used the SERVQUAL instrument, quartile analysis and the expectation and performance matrix. Data collection took place at the waterway terminal Praça Araribóia Station and at the Praça XV Terminal. After data analysis, it was found that the most critical items, which are the items that did not meet the expectations of cyclists, are in the order: "The company does not give each customer individualized attention"; "The company does not work at a compatible time"; "The company does not deliver the bike clean and lubricated" and "The company does not deliver the budgets on time".

Keywords: Bikes; Cyclists; Service quality; SERVQUAL.

## 1 Introdução

O uso da bicicleta tem sido reconhecido como um meio de transporte sustentável e importante para solucionar os problemas de mobilidade nos grandes centros urbanos, além de trazer inúmeros benefícios para a saúde das pessoas que a utilizam (BIKEITAU, 2022). Copenhague, na Dinamarca, é considerada uma das cidades mais amigáveis ao uso da bicicleta no mundo, com cerca de 62% dos cidadãos utilizando este modal para ir ao trabalho ou à escola. Em 2015, 35 mil bicicletas foram incorporadas à frota de duas rodas de Copenhague, chegando a um total de 265 mil *versus* 252 mil carros. O investimento na infraestrutura, sinalização de vias, construção de ciclofaixas, ciclovias e equipamentos urbanos como paraciclos e estacionamentos próximos aos transportes de massa facilitam a integração, melhoram a circulação do trânsito e proporcionam segurança para os ciclistas.

No Brasil, foi publicado, em 2007, pelo Ministério das Cidades, um caderno de referência para elaboração de planos de mobilidade para bicicletas no país. A finalidade foi auxiliar os municípios a implantarem um plano cicloviário a ser

incorporado aos transportes existentes para fortalecer a importância da utilização de modos coletivos para deslocamento (MINISTÉRIO DAS CIDADES, 2019).

A *Política Nacional de Mobilidade Urbana* propõe a inclusão da bicicleta nos deslocamentos urbanos como forma de inclusão social, redução e eliminação de agentes poluentes e de melhoria da saúde da população. No entanto, é necessário um novo desenho urbano que contemple a implantação de ciclovias, ciclofaixas e vias cicláveis (vias de tráfego compartilhado para o uso seguro da bicicleta), bem como novas reflexões sobre o uso e a ocupação do solo urbano (MINISTÉRIO DAS CIDADES, 2019).

Em junho de 2022, a *Aliança Bike* (Associação Brasileira do Setor de Bicicletas), reuniu e organizou dados fornecidos pelas prefeituras de todas as capitais, o que possibilitou ranquear as cidades por estrutura cicloviária segregada. São, ao todo, 4.198,61 km de ciclovias e ciclofaixas no Brasil. A média por cidade é de 155,50 km, se considerada por população, essa média é de 9,91 km por 100 mil habitantes. No topo do *ranking* está São Paulo, com 699,2 km de ciclovias e ciclofaixas; seguida por Brasília, com 527,23 km; Rio de Janeiro, com 450 km; e Fortaleza, com 411 km. Nas últimas posições estão, Macapá, com apenas 18 km; Porto Velho, com 24,1 km; e Manaus, com 35 km (ALIANÇA BIKE, 2022).

O uso da bicicleta como um meio de transporte já é realidade em algumas capitais. Dados do *Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada* (IPEA) levam em conta que são cerca de 50 milhões de bicicletas *versus* 41 milhões de automóveis em 2022. Esses números não param de crescer, principalmente em razão do volume de vendas nunca visto antes (IPEA, 2022). Em 2021, foram produzidas, no Polo Industrial de Manaus, 749.390 unidades, um aumento de 22% em relação ao ano anterior. E hoje a frota nacional conta com mais de 70 milhões de unidades (ABRACICLO, 2022).

Segundo a Prefeitura de Niterói, o *Plano Niterói 450 anos*, lançado em 2022, prevê ações de ampliação e requalificação da infraestrutura na cidade. Na Região Oceânica, a meta é alcançar a marca de 60 km de ciclovias e ciclorrotas, além de concluir a implantação dos bicicletários e paraciclos. Na Região Norte, o objetivo é implantar ou requalificar 21,5km de ciclovias, ciclofaixas e ciclorrotas. A expectativa é chegar aos 120 km de infraestrutura cicloviária em Niterói até 2024.

O programa prevê, ainda, o aumento de 113% do número de vagas disponíveis no Bicicletário Araribóia, de forma integrada ao projeto da nova Praça Araribóia, até o fim de 2024. Além disso, a Prefeitura de Niterói estuda a implantação de um sistema de compartilhamento de bicicletas com 40 estações e 400 bicicletas nos bairros do Centro, São Lourenço, Fonseca, Icaraí, Santa Rosa, Ingá, São Domingos e Gragoatá (MOBILIZE BRASIL, 2022).

Como forma de incentivo à mobilidade ativa e sustentável, a Prefeitura, por meio da *Coordenadoria Niterói de Bicicleta*, tem promovido algumas ações como o *Vá de bike à escola!* Uma iniciativa para promover o uso da bicicleta como meio de transporte no retorno às atividades escolares em 2022 (PREFEITURA MUNICIPAL DE NITERÓI, 2022).

Os investimentos em mobilidade urbana e a preocupação com a saúde impulsionam o mercado de bicicletas no Brasil, que oferece oportunidades de negócio em todas as regiões. Revisões, ajustes, reparos, troca de peças e limpeza formam um conjunto de serviços indispensáveis para garantir o bom funcionamento da bicicleta e garantir ao ciclista que ele pedale com mais conforto e segurança (SEBRAE, 2016).

Nesse sentido, esse estudo piloto ancorou-se na temática reparos e analisou a qualidade dos serviços prestados pelas oficinas de manutenção de bicicletas no município de Niterói sob a perspectiva dos ciclistas.

O modelo SERVQUAL é um dos mais utilizados quando a finalidade da pesquisa é avaliar a prestação dos serviços. Esse modelo foi criado por Parasuraman, Zeithaml e Berry (1985) e é aplicável a todos os tipos de empresas do setor de serviços, pois, segundo seus autores, a qualidade dos serviços prestados se dá pela comparação entre a expectativa que um cliente tem sobre determinado serviço e a percepção sobre aquilo que lhe foi efetivamente entregue pela empresa.

Portanto, o problema de pesquisa que norteia esse estudo é: As empresas de serviços de manutenção de bicicletas de Niterói estão atendendo às expectativas de seus clientes?

O objetivo geral consiste em analisar a qualidade percebida pelos usuários dos serviços de manutenção de bicicletas no município de Niterói. Especificamente, a

pesquisa se propõe a apresentar a expectativa e a percepção dos usuários de serviços de manutenção de bicicletas na cidade de Niterói quanto a este serviço; classificar, através da análise de quartil, o posicionamento dos itens por nível de intervenção a ser adotado pelas empresas em: crítica, alta, moderada ou baixa; identificar e classificar, por intermédio da matriz expectativa e desempenho, os pontos fortes e fracos das empresas avaliados pelos ciclistas e; elaborar um plano de ação para os pontos mais críticos.

## 2 Metodologia

A metodologia consistiu na caracterização do local de estudo, definição das dimensões e itens, escala de julgamento de valor, construção do instrumento de coleta de dados e nas técnicas utilizadas para análise dos dados.

### 2.1 Caracterização do local de estudo

O local escolhido para a aplicação do questionário foi a *Estação Hidroviária Araribóia*, popularmente conhecida como *Estação das Barcas*, sendo a segunda principal forma de se deslocar entre o Rio de Janeiro e Niterói (a primeira forma mais utilizada é a ponte Rio-Niterói). Segundo a CCR Barcas, viajam diariamente em média 110 mil passageiros, incluindo nesse número os ciclistas que usam as barcas como meio complementar de transporte.

### 2.2 Definição das dimensões e itens

A definição das dimensões baseou-se no modelo SERVQUAL e os itens foram adaptados dos autores Freitas, Bolsanello e Viana (2008), resultando em 25 itens, conforme o Quadro 1, reunidos em cinco dimensões, que são descritas a seguir.

- **Confiabilidade (D1):** representa a competência exercida pela empresa para oferecer ao cliente o serviço prometido com excelência e confiabilidade;
- **Presteza (D2):** refere-se ao relacionamento entre a empresa e o cliente, proporcionando assim presteza ao serviço;

- **Segurança (D3):** remete a habilidade que a empresa tem em emitir confiança e confiabilidade ao cliente através do conhecimento e respeito;
- **Empatia (D4):** compreende a comunicação, atenção e apreço que a empresa proporciona ao cliente individualmente;
- **Tangíveis (D5):** abrange equipamentos, instalações e materiais oferecidos pela empresa para atendimento ao cliente.

Quadro 1- Definição das dimensões e atributos

Confiabilidade – D1		Empatia – D4	
I1	Entrega dos orçamentos no tempo previsto	I16	Atendimento personalizado
I2	Interesse em resolver os problemas	I17	Relação com os clientes
I3	Qualificação dos profissionais	I18	Compreensão das necessidades do cliente
I4	Prestação dos serviços no tempo previsto	I19	Interesse em resolver problemas
I5	Entrega das bikes limpas e lubrificadas	I20	Horário de funcionamento adequado
Presteza – D2		Tangíveis – D5	
I6	Informações precisas	I21	Localização da empresa
I7	Agilidade para responder demandas	I22	Aparência do ambiente
I8	Disposição em ajudar o cliente	I23	Aparência dos funcionários
I9	Oferta de produtos e acessórios da loja	I24	Instalações físicas adequadas
I10	Gosto pelo trabalho realizado	I25	Acesso visual aos acessórios
Segurança – D3			
I11	Confiança nos colaboradores		
I12	Confiança dos clientes para negociarem		
I13	Educação e gentileza dos colaboradores		
I14	Conhecimento para responder aos clientes		
I15	Orientação sobre produtos e serviços		

Fonte: Adaptado de Bolsanello & Viana (2008)

### 2.3 Definição da escala de julgamento e valor

Foi aplicada a escala *Likert* de cinco pontos para a obtenção de dados a serem analisados por meio do grau de expectativa e desempenho dos itens, onde os respondentes indicaram um grau de concordância ou discordância em cada uma das afirmações, sendo estes: Discordo totalmente (1), Discordo (2), Não concordo nem discordo (3), Concordo (4) e Concordo totalmente (5). Vale ressaltar que o grau de expectativa se refere àquilo que o cliente espera da empresa, e o grau de desempenho, também denominado de percepção, refere-se ao desempenho que a empresa obteve ao executar o serviço. Além do mais, utilizou-se a alternativa de

abstenção NA (Não avaliado), caso o respondente não se julgasse apto para adotar um ponto de vista sobre um determinado item.

## 2.4 Construção do instrumento de coleta de dados

O instrumento proposto para realização da coleta de dados foi estruturado em cinco blocos, expostos a seguir.

**Bloco 1 (Perfil do respondente):** Para a identificação do perfil do respondente, utilizou-se de questões quanto à idade, gênero, estado civil, nível de escolaridade, renda mensal, se possui filhos, assim como a categoria em que a bicicleta se enquadra.

**Bloco 2 (Grau de expectativa):** Para análise das expectativas, considerou-se os 25 itens, partilhados em 5 dimensões, cujos valores diversificaram de 1 a 5. Ademais, havia a alternativa de abstenção NA (Não avaliado).

**Bloco 3 (Grau de percepção):** Assim como na análise expectativa, para valoração da percepção, utilizou-se dos 25 itens, disseminado pelas 5 dimensões, com valores variando de 1 a 5 e a alternativa de abstenção NA.

**Bloco 4 (Críticas ou sugestões):** Este bloco buscava proporcionar ao respondente expressar sua opinião, sendo aberto para críticas quanto à elaboração ou sugestão de aperfeiçoamento do questionário.

## 2.5 Coleta de dados

Para a realização do presente estudo piloto, foram distribuídos entre os dias 25 e 28 de agosto de 2022 um total de 49 questionários, ver modelo no Apêndice A, aos ciclistas no momento do embarque no *Terminal Hidroviário Estação Praça Araribóia* e no *Terminal Praça XV*. A aplicação ocorreu na parte da manhã, entre 08h30min e 09h00min e na parte da tarde, entre 16h00min e 16h30min. Os locais e horários

escolhidos foram motivados pelo grande número de ciclistas que utilizam a modal barca como meio complementar de transporte para ir e voltar do trabalho.

A dinâmica de abordagem e orientações para o preenchimento do questionário teve que ser modulada ao longo da aplicação, levando em conta a aceitação dos ciclistas para responderem os questionários e sobre dúvidas que surgiram quanto ao preenchimento. Após a distribuição dos primeiros questionários, o autor deste trabalho verificou que o tempo médio para responder era de aproximadamente 10 minutos, fator que foi muito importante, pois os questionários eram distribuídos no saguão de embarque e recolhidos antes do final da viagem, uma vez que o deslocamento dura aproximadamente 20 minutos. Após a modulação a abordagem passou seguir o protocolo constante no Apêndice B.

## 2.6 Análise de dados

### 2.6.1 Tabulação de dados

Após a coleta dos dados, realizou-se a tabulação com a ajuda do *software Microsoft Office Excel*, auxiliando também na realização dos cálculos e geração de gráficos e tabelas.

### 2.6.2 Cálculo das médias

Nesta etapa realizou o cálculo das médias tanto da Expectativa ( $\bar{E}_j$ ) quanto da Percepção ( $\bar{P}_j$ ) de cada item  $j$ . Matematicamente, as médias foram calculadas a partir das equações 1 e 2.

$$\bar{E}_j = \frac{\sum_{i=1}^n E_{ji}}{n} \quad (\text{Eq. 1})$$

$$\bar{P}_j = \frac{\sum_{i=1}^n P_{ji}}{n} \quad (\text{Eq. 2})$$

Sendo:

$E_{ji}$  = Valor escalar da expectativa do respondente  $i$  em relação à característica  $j$ ;

$P_{ji}$  = Valor escalar da percepção do respondente  $i$  em relação à característica  $j$ ;

$n$  = Número total de respondentes.

### 2.6.3 Cálculo do GAP

O cálculo do gap ( $Gap_j$ ) foi elaborado por meio da subtração da média da Percepção ( $\bar{P}_j$ ) pela Expectativa ( $\bar{E}_j$ ) de cada item  $j$ , conforme a equação 3.

$$Gap_j = (\bar{P}_j - \bar{E}_j) \quad (Eq. 3)$$

### 2.6.4 Cálculo dos Quartis

Dentre os métodos estatísticos utilizados, destaca-se a análise de quartil, por ser uma importante aliada no processo de análise e tomada de decisão das empresas, pois, em uma pesquisa de satisfação, permite criar valores de referência para separar as avaliações em quatro conceitos diferentes: baixa, moderada, alta e crítica (1º Quartil – verde, 2º Quartil, 3º Quartil e 4º Quartil - vermelho).

Os quartis dividem a série ordenada em 4 partes iguais, cabendo a cada parte 25% dos elementos da série de forma acumulada. O 1º Quartil concentra até 25% dos elementos da série, o 2º Quartil concentra até 50%, o 3º concentra até 75% deles e os demais 25% estão entre o 3º e o quarto quartil completa os demais elementos para que então tenhamos os 100% analisados, conforme Figura 1.

Figura 1 – Análise de quartil



Fonte: Elaboração própria

### 2.6.5 Cálculo da Matriz Expectativa x Desempenho

Para a concepção da matriz bidimensional, utilizam-se resultados de pesquisas realizadas com os clientes a respeito da sua satisfação em relação aos atributos do serviço prestados. Essa matriz é dividida por eixos cartesianos, onde o eixo y representa a expectativa e o eixo x representa o desempenho dos atributos. Primeiramente, é calculada a média das médias do grau de expectativa e do grau de desempenho como eixo de origem do gráfico (0,0). Em seguida, cada atributo é plotado no gráfico conforme a sua respectiva média.

## 3 Resultados

### 3.1 Análise do perfil dos respondentes

O perfil dos respondentes, conforme a Tabela 1, compreende 88% dos respondentes sendo do gênero masculino e 12% do gênero feminino. Em relação ao estado civil, 53% são casados, 42% estão solteiros e 2% denominam-se em outro tipo de estado civil. Quanto ao quantitativo de filhos, 67% não possuem e 33% possuem filhos, e destes, 45% têm apenas um filho, 40% dois filhos e os outros 15% restantes possuem mais de dois filhos.

A respeito da renda, 51% possuem acima de cinco salários, 23% relatam dispor mais de três até cinco salários, 12% afirmam possuir de um a três salários, enquanto, 9% enquadram-se em até um salário e 5% afirmam não ter renda.

Acerca da Educação, 40% correspondem aos respondentes que possuem Pós-Graduação Completa, 2% abrangem os que têm Pós-Graduação Incompleta, 35%

detém Graduação Completa, 19% possui Graduação Incompleta, 2% têm Técnico incompleto.

Quanto à categoria da bicicleta, 40% possuem *urbana*, 26% afirmam possuir *mountain bike*, outros 23%, *elétrica*, os que responderam *speed*, são 7%, já 5%, as do tipo *híbrida*, que podem ser usadas tanto em trilhas quanto na cidade.

Tabela 1 – Perfil dos respondentes

<b>GÊNERO</b>	<b>%</b>
Masculino	88%
Feminino	12%
<b>ESTADO CIVIL</b>	<b>%</b>
Casado	53%
Solteiro	42%
Outro	2%
<b>FILHOS</b>	<b>%</b>
Não	67%
Sim	33%
<b>NÚMERO DE FILHOS</b>	<b>%</b>
Um	45%
Dois	40%
Três	15%
<b>RENDA</b>	<b>%</b>
Nenhuma	5%
Até 1 salário	9%
De 1 a 3 salários	12%
Mais de 3 até 5 salários	23%
Acima de 5 salários	51%
<b>EDUCAÇÃO</b>	<b>%</b>
Técnico Incompleto	0%
Técnico Completo	2%
Graduação Incompleta	2%
Graduação Completa	35%
Pós-Graduação Incompleta	2%
Pós-Graduação Completa	40%
<b>CATEGORIA DA BICICLETA</b>	<b>%</b>
Urbana	40%
Elétrica	23%
Mountain bike	26%
Speed	7%
Dobrável	0%
Híbrida	5%

### 3.2 Análise do gap

A média da expectativa e a média da percepção dos ciclistas em relação aos itens coletados, assim como os GAPs dos mesmos, apresentam-se na Tabela 2.

Tabela 2 – Dimensões e itens

	Dimensões e itens	Percepção	Expectativa	GAP
<b>D-1</b>	<b>CONFIABILIDADE</b>	<b>3,42</b>	<b>4,62</b>	<b>-1,20</b>
I1	Entrega dos orçamentos no tempo previsto	3,37	4,60	-1,23
I2	Interesse em resolver os problemas	3,72	4,67	-0,95
I3	Qualificação dos profissionais	3,40	4,72	-1,33
I4	Prestação dos serviços no tempo previsto	3,47	4,60	-1,14
I5	Entrega das bikes limpas e lubrificadas	3,16	4,51	-1,35
<b>D-2</b>	<b>PRESTEZA</b>	<b>3,49</b>	<b>4,47</b>	<b>-0,98</b>
I6	Informações precisas	3,77	4,72	-0,95
I7	Agilidade para responder demandas	3,49	4,53	-1,05
I8	Disposição em ajudar o cliente	3,60	4,71	-1,11
I9	Oferta de produtos e acessórios da loja	3,47	4,09	-0,63
I10	Gosto pelo trabalho realizado	3,12	4,28	-1,16
<b>D-3</b>	<b>SEGURANÇA</b>	<b>3,49</b>	<b>4,67</b>	<b>-1,17</b>
I11	Confiança nos colaboradores	3,58	4,84	-1,26
I12	Confiança dos clientes para negociarem	3,40	4,86	-1,47
I13	Educação e gentileza dos colaboradores	3,58	4,65	-1,07
I14	Conhecimento para responder aos clientes	3,70	4,65	-0,95
I15	Orientação sobre produtos e serviços	3,21	4,33	-1,12
<b>D-4</b>	<b>EMPATIA</b>	<b>3,13</b>	<b>4,37</b>	<b>-1,23</b>
I16	Atendimento personalizado	3,07	4,56	-1,49
I17	Relação com os clientes	3,09	4,44	-1,35
I18	Compreensão das necessidades do cliente	3,33	4,44	-1,12
I19	Interesse em resolver problemas	3,00	3,81	-0,81
I20	Horário de funcionamento adequado	3,19	4,58	-1,40
<b>D-5</b>	<b>TANGÍVEIS</b>	<b>3,39</b>	<b>4,36</b>	<b>-0,97</b>
I21	Localização da empresa	3,53	4,56	-1,02
I22	Aparência do ambiente	3,40	4,30	-0,91
I23	Aparência dos funcionários	3,12	4,09	-0,98
I24	Instalações físicas adequadas	3,44	4,47	-1,02
I25	Acesso visual aos acessórios	3,47	4,37	-0,91
	<b>Média das médias</b>	<b>3,39</b>	<b>4,50</b>	<b>-1,11</b>

Analisando a Tabela 2, é possível afirmar que as empresas que realizam manutenção de bicicletas não atendem às expectativas dos ciclistas em nenhuma das dimensões verificadas.

Constata-se que, de forma hierárquica, as dimensões Empatia, Confiabilidade, Segurança, Presteza e Tangíveis correspondem a um Gap de -1,23, -1,20, -1,17, -0,98 e -0,97, respectivamente.

Dentro de cada dimensão, pela ordem, destacam-se os atributos mais críticos: Empatia, I16 (A empresa deveria dar a cada cliente atenção individualizada); Confiabilidade, I5 (A empresa deveria entregar sua bike limpa e lubrificada); Segurança, I12 (Os clientes deveria se sentir seguros ao negociar com a empresa); Presteza, I10 (Os colaboradores deveriam gostar do trabalho que fazem); Tangíveis, I21 (A localização da empresa deveria ser de fácil acesso) e I22 (A aparência das instalações físicas deveria ser condizente com o tipo de serviço prestado).

### 3.3 Análise de quartis

A Análise de Quartis realizou-se a partir das médias de Expectativa e Desempenho, sendo possível a obtenção da medida de posição e o intervalo de cada quartil.

A análise foi aplicada com a finalidade de identificar os itens que requerem priorização à luz do GAP e também delimitar as fronteiras de prioridades, conforme a Tabelas 3.

Tabela 3 – Priorização dos itens a partir da análise de quartis (GAP)

Classificação de prioridade de intervenção dos itens – GAP																								
I16	I47	I20	I5	I17	I3	I11	I1	I10	I47	I15	I18	I8	I13	I7	I21	I24	I23	I2	I6	I14	I22	I25	I19	I9
-1,49	-1,47	-1,40	-1,35	-1,35	-1,33	-1,26	-1,23	-1,16	-1,14	-1,12	-1,12	-1,11	-1,07	-1,05	-1,02	-1,02	-0,98	-0,95	-0,95	-0,95	-0,91	-0,91	-0,81	-0,63
1º Quartil = -1,29						2º Quartil = -1,11						3º Quartil = -0,95												
Prioridade: Crítica						Alta						Moderada						Baixa						

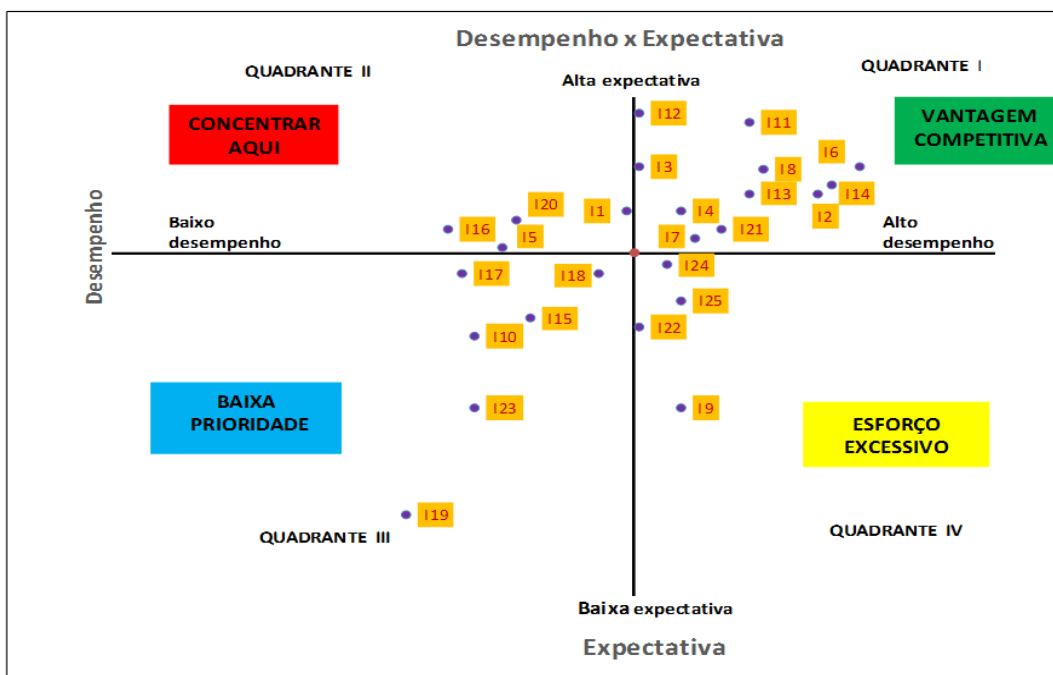
De acordo com o Gap apresentado na Tabela 3, foram identificados os itens mais críticos, que são: I16 (Atendimento personalizado); I12 (Confiança dos clientes para negociar com a empresa); I20 (Horário de funcionamento adequado); I5 Entrega das bikes limpas e lubrificadas); I17 (Relacionamento com os clientes) e I3 (Qualificação dos profissionais) foram categorizados no 1º Quartil, apresentando maiores expectativas segundo a percepção dos ciclistas, porém baixo desempenho.

### 3.4 Análise da matriz expectativa e desempenho

Para facilitar a visualização e a interpretação conjunta da Expectativa de cada item (eixo horizontal) com seu respectivo desempenho (eixo vertical), os dados foram computados e reproduzidos na matriz expectativa x desempenho (Figura 2). O posicionamento dos eixos foi feito com base na média das médias de todos os atributos, desempenho, (3,39) e expectativa (4,50).

A interpretação dos resultados permite compreender a opinião dos clientes sobre as empresas e, assim, identificar quais atributos eles mais valorizam e se estes estão sendo atendidos, ou não, e traçar estratégias para administrar melhor os recursos para a obtenção da vantagem competitiva.

Figura 2 – Matriz Expectativa x Desempenho



No quadrante I, que corresponde a “*Vantagem competitiva*”, pode-se verificar que é o local da matriz onde estão os itens melhores colocados quanto à qualidade

percebida pelos clientes. Analisa-se que os atributos listados a seguir possuem alto grau de satisfação dos clientes e alto desempenho das empresas fornecedoras de serviços, ou seja devem ser envidados esforços para a continuação dos mesmos: **I2**, Interesse em resolver os problemas; **I3**, Qualificação dos profissionais; **I4**, Prestação dos serviços no tempo previsto; **I6**, Informações precisas; **I7**, Agilidade para responder demandas; **I8**, Disposição em ajudar o cliente; **I11**, Confiança nos colaboradores; **I12**, Confiança dos clientes para negociarem; **I13**, Educação e gentileza dos colaboradores; **I14**, Conhecimento para responder aos clientes e **I21**, Localização da empresa.

Os atributos do quadrante II, **“Concentrar aqui”** apresentam alta expectativa e um baixo desempenho, o que significa que a empresa não entrega aquilo que o cliente espera, e é nesse ponto que os esforços devem ser concentrados com a máxima urgência, buscando atender os atributos que não são atendidos: **I1**, Entrega dos orçamentos no tempo previsto; **I5**, Entrega das bikes limpas e lubrificadas; **I16**, Atendimento personalizado e **I20**, Horário de funcionamento adequado.

Os atributos do quadrante III, **“Baixa prioridade”**, apresentam baixa expectativa e baixo desempenho, portanto estes atributos não são de relativa importância para o cliente. Desse modo, seu desempenho deve ser melhorado, porém com baixa prioridade: **I10**, Gosto pelo trabalho realizado; **I15**, Orientação sobre produtos e serviços; **I17**, Relação com os clientes; **I18**, Compreensão das necessidades do cliente; **I19**, Interesse em resolver problemas e **I23**, Aparência dos funcionários.

Por fim, o quadrante IV, **“Esforço excessivo”**, aqui estão os atributos que apresentam alto nível de desempenho e baixa expectativa. A percepção desses atributos pelos clientes é baixa. Portanto, devem-se diminuir os recursos alocados ou promover uma campanha de marketing para a visibilidade desses atributos; **I9**, Oferta de produtos e acessórios da loja; **I22**, Aparência do ambiente; **I24**, Instalações físicas adequadas e **I25**, Acesso visual aos acessórios.

### 3.5 Quadro analítico dos itens críticos

No quadro 2 foram reunidos os itens críticos das ferramentas utilizadas nesse trabalho: Análise dos GAPs, Análise de Quartis e Matriz EPA. Nota-se que os itens **I5**

*Entrega das bikes limpas e lubrificadas e I16 Atendimento personalizado*, aparecem de forma simultânea. Sugere-se então que seja utilizado um plano de ação.

Quadro 2 – Itens críticos

Análise dos Gaps	Análise de Quartis (GAPs)	Matriz EPA-Quadrante II (Concentrar aqui)
I15 Entrega das bikes limpas e lubrificadas	I13 Qualificação dos profissionais	I1 Entrega dos orçamentos no tempo previsto
I10 Gosto pelo trabalho realizado	I15 Entrega das bikes limpas e lubrificadas	I15 Entrega das bikes limpas e lubrificadas
I12 Confiança dos clientes para negociarem	I12 Confiança dos clientes para negociarem	I16 Atendimento personalizado
I16 Atendimento personalizado	I16 Atendimento personalizado	I20 Horário de funcionamento
I21 Localização da empresa	I17 Relação com os clientes	
I22 Aparência do ambiente	I20 Horário de funcionamento	

### 3.6 Quadro de priorização e intervenção nos itens críticos

O quadro 3 apresenta a ferramenta de gestão 5W1H, que utiliza um conjunto de questões para propor planos de ação de maneira rápida, eficiente e que tem como objetivo principal a definição de tarefas.

Quadro 3 – 5W1H – Priorização e intervenção nos itens críticos

PRIORIDADES	WHAT (O que será feito?)	WHY (Por quê será feito?)	WHO (Por quem?)	WHEN (quando será feito?)	WHERE (Onde será feito?)	HOW (Como será feito)
<b>PRIORIDADE 1</b>						
<b>I5 Entrega das bikes limpas e lubrificadas</b>	Implementação de protocolos de limpeza e lubrificação das bikes	Para melhorar a percepção do cliente	Equipe de manutenção	Ao término de cada conserto	Na loja	Treinamento da equipe de manutenção
<b>I16 Atendimento personalizado</b>	Criação de programas de fidelidade	Para retenção e fidelização do cliente	Toda a equipe	Em todo o ciclo de atendimento	Na loja	Treinamento da equipe
<b>PRIORIDADE 2</b>						
<b>I12 Confiança dos clientes para negociarem</b>	Melhorar e ampliar os canais de atendimento	Para melhorar a comunicação com os clientes	Marketing	Em todo o ciclo de atendimento	Na loja	Integrar todos os canais de atendimento
<b>I20 Horário de funcionamento adequado</b>	Estender o horário de funcionamento	Para flexibilizar o atendimento	Gerência	No próximo semestre	Na loja	Trabalho em turnos
<b>PRIORIDADE 3</b>						
<b>I1 Entrega dos orçamentos no tempo previsto</b>	Redução do tempo estimado para orçamentos	Para aumentar a confiança dos clientes	Recepção	Início imediato	Na loja	A recepção acompanhará em tempo real a feitura dos orçamentos
<b>I3 Qualificação dos profissionais</b>	Qualificação dos colaboradores	Para otimizar o fluxo de trabalho e a produtividade	RH	Início imediato	Na loja	Realização de cursos de capacitação
<b>I10 Gosto pelo trabalho realizado</b>	Política de valorização dos colaboradores	Para aumentar a motivação e o engajamento	RH	Início imediato	Na loja	Plano de cargos e salários, benefícios, estímulo ao aprendizado.
<b>I17 Relacionamento com os clientes</b>	Construir uma comunicação empática com o cliente	Para melhorar a comunicação e entender as reais necessidades	Marketing	Em todo o ciclo de atendimento	Na loja	Treinamento da equipe
<b>I21 Localização da empresa</b>	Encontrar um ponto de grande circulação de bicicletas	Para dar visibilidade ao estabelecimento	Setor financeiro	No próximo semestre	Na loja	Elaboração de um plano de viabilidade econômica
<b>I22 Aparência do ambiente</b>	Reestruturação e rearrumação da loja	Para tornar o ambiente receptivo	Marketing	Início imediato	Na loja	Contratação de consultoria

#### 4 Considerações finais

A importância em mensurar a qualidade de um serviço não se encerra em apenas conhecer se as expectativas dos clientes estão sendo atendidas ou não, possibilita também conhecer os pontos fortes e fracos das empresas e, assim, traçar um plano estratégico para adequar os serviços que não são prioritários e que tenham baixa expectativa e realocar recursos para áreas que necessitam de uma urgente intervenção.

É oportuno lembrar que o objetivo desse estudo piloto foi analisar a qualidade dos serviços prestados pelas empresas de manutenção de bicicletas no município de Niterói sob a ótica dos ciclistas. Utilizou-se para tanto a análise de GAPs, análise de quartis e análise da matriz expectativa x desempenho.

Os resultados revelaram informações substanciais tanto para os empresários do setor de manutenção de bicicletas, como para os gestores públicos que planejam a sinalização e infraestrutura das ciclovias, ciclofaixas e ciclorrotas no município de Niterói.

Saber, por exemplo, que: 88% dos respondentes são do gênero masculino e 12% do gênero feminino; que 51% possuem renda acima de cinco salários, 23% relata dispor mais de três até cinco salários, 12% afirmam possuir de um a três salários, enquanto, 9% enquadram-se em até um salário e 5% afirmam não ter renda e que em relação à escolaridade, 40% possuem Pós-Graduação Completa, 2% Pós-Graduação Incompleta, 35% Graduação Completa, 19% Graduação Incompleta e 2% Técnico incompleto. Esses dados fornecidos pela análise de perfil dos ciclistas poderão auxiliar os empresários no planejamento estratégico de suas empresas, bem como direcionar as campanhas de *marketing*. Já os gestores públicos poderiam fazer consultas públicas para ouvir os ciclistas e acatar suas sugestões. Embora o item segurança e sinalização das vias não estivesse no escopo do presente trabalho foi apontado diversas vezes como um fator que limita e inibe o maior número de ciclistas que utilizam a bicicleta como meio complementar de transporte.

Os resultados mostraram-se convergentes e complementares. No cálculo dos GAPS, análise de Quartis e Matriz EPA, os atributos mais críticos e que requerem prioridade são: 15 “A empresa deveria entregar sua bike limpa e lubrificada” e 116 “A empresa deveria dar a cada cliente atenção individualizada”. Os resultados obtidos pelo cálculo dos GAPs permitiram hierarquizar os itens do mais crítico para o menos crítico. A análise de Quartis permitiu dividir hierarquicamente os itens em blocos de intervenção (crítica, alta, moderada e baixa). Já a Matriz EPA permitiu visualizar os resultados de forma gráfica divididos em quatro quadrantes de tomada de decisão.

A elaboração de um questionário de pesquisa quantitativa é, notadamente, uma etapa fundamental para o sucesso de qualquer projeto. O modelo adaptado utilizado nesse projeto piloto na construção do questionário baseou-se na escala Servqual, criada em 1988 pelos pesquisadores americanos de marketing, Parasuraman, Zeithaml e Berry e nas 5 dimensões definidas pelos autores Freitas, Bolsanello e Viana (2008), que resultou em um questionário com 25 itens e uma escala Likert de 5 pontos onde os respondentes indicaram um grau de concordância ou discordância para cada pergunta

apresentada. Embora seja um modelo já consagrado deve-se ter alguns cuidados na elaboração do questionário quanto as dimensões e itens formulados.

Durante a aplicação do questionário percebeu-se que algumas dimensões e itens não ficaram tão claros para os respondentes e que suscitaram algum tipo de dúvida nas respostas. Na análise de dados verificou-se que as dimensões confiabilidade e segurança assim como as perguntas atribuídas a elas se assemelham e carecem de definições que deixem os itens e o questionário mais objetivos. Alguns itens podem ser retirados sem que isso traga algum prejuízo para o resultado final do estudo.

As pesquisas exploratórias constituem a primeira etapa de uma investigação mais ampla. Este estudo piloto procurou fazer uma análise da qualidade dos serviços prestados pelas oficinas de manutenção de bicicletas no município de Niterói, com a finalidade de proporcionar maior familiaridade com o problema proposto e torná-lo mais explícito. Analisar a qualidade dos serviços prestados foi o primeiro passo que instigou a seguir outros caminhos. De acordo com as informações do bloco 4 do questionário (Críticas ou sugestões), foi sugerido por alguns ciclistas que o tema sinalização e segurança das ciclovias fosse incluído em pesquisas futuras, conforme Apêndice C. Quanto ao questionário sugere-se que as dimensões e itens que suscitaram alguma dúvida ou se assemelham sejam melhor definidos, reformulados ou retirados para dar mais dinamismo e objetividade a pesquisa.

## REFERÊNCIAS

ABRACICLO. **Dados do setor de bicicletas 2022**, 2022. Disponível em: <<https://www.abraciclo.com.br/site/wp-content/uploads/2022/08/Abraciclo-Dados-do-Setor-2022-1.pdf>>. Acesso: 18 Dez 2022.

ALIANÇA BIKE. **Ranking de ciclovias e ciclofaixas nas capitais brasileiras**, 2022. Disponível em: <<https://aliancabike.org.br/a-alianca-bike/>>. Acesso: 18 dez. 2022.

BIKEITAU. **O uso da Bicicleta como alternativa para a mobilidade urbana**, 2022. Disponível em: <<https://bikeitau.com.br/blog/o-uso-da-bicicleta-como-alternativa-para-mobilidade-urbana/>>. Acesso em 17 dez 2022.

FREITAS, A. L. P.; BOLSANELLO, F. M. C.; VIANA, N. R. N. G. **Avaliação da qualidade de serviços de uma biblioteca universitária: um estudo de caso utilizando o modelo Servqual**. Ciência da Informação, v. 37, n. 3, p. 88- 112, 2008.

IPEA. **Cidades cicláveis: avanços e desafios das políticas cicloviárias no Brasil**, 2017. Disponível em: <[http://repositorio.ipea.gov.br/bitstream/11058/7521/1/TD\\_2276.pdf](http://repositorio.ipea.gov.br/bitstream/11058/7521/1/TD_2276.pdf)>. Acesso em 18 dez. 2022.

MOBILIZE BRASIL. **Niterói amplia malha cicloviária, com mais 2,5 km**, 2022. Disponível em: <<https://www.mobilize.org.br/noticias/13116/niteroi-amplia-malha-cicloviaria-com-mais-25-km.html#:~:text=Na%20Regi%C3%A3o%20Oce%C3%A2nica%2C%20a%20meta%20%C3%A9%20alcan%C3%A7ar%20a,km%20de%20infraestrutura%20ciclovi%C3%A1ria%20em%20Niter%C3%B3i%20at%C3%A9%202024>>. Acesso em 25 jun 2023.


MINISTÉRIO DAS CIDADES. **Plano de Mobilidade Urbana Sustentável de Niterói**, 2019. Disponível em: <<http://www.niteroi.rj.gov.br/pmus/>>. Acesso em: 17 dez. 2022.

PARASURAMAN, A., ZEITHAML, V.A., BERRY, L.L. **SERVQUAL: a multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality**, Journal of Retailing, vol. 64, nº 1, pp. 12-40, 1988.

PREFEITURA MUNICIPAL DE NITERÓI. **Vá de bike à escola: Niterói incentiva o uso da bicicleta na volta às aulas em 2022**, 2022. Disponível em: <<http://www.niteroi.rj.gov.br/2022/02/05/va-de-bike-a-escola-niteroi-incentiva-o-uso-da-bicicleta-na-volta-as-aulas-em-2022/>>. Acesso em 22 jul. 2022.

SEBRAE. **Oficina de bicicletas: um bom investimento**, 2016. Disponível em : <<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/oficina-de-bicicletas-um-bom-investimento,bcd9429e4fd6d410VgnVCM1000003b74010aRCRD>> Acesso em: 24 jun 2023.

## APÊNDICE A



**INSTITUTO FEDERAL**  
Rio de Janeiro  
Campus Niterói

**MBA EM GESTÃO DE SERVIÇOS**

Mensuração da qualidade dos serviços prestados pelas oficinas de bike no município de Niterói, sob a perspectiva dos clientes.

Este formulário faz parte do projeto de Especialização em Gestão de Serviços. O objetivo é avaliar a percepção do cliente quanto aos serviços prestados pelas oficinas de bike.

Idade: \_\_\_\_\_ Gênero: ( ) F ( ) M ( ) Outro

Estado civil: ( ) Solteiro ( ) Casado ( ) Outro Tem filhos? ( ) Não ( ) Sim Quantos? \_\_\_\_\_

Nível de escolaridade: ( ) Médio Incompleto ( ) Médio Completo ( ) Técnico Incompleto ( ) Técnico Completo ( ) Graduação Incompleta ( ) Graduação Completa ( ) Pós-graduação Incompleta ( ) Pós-graduação Completa

Em que categoria de renda mensal você se enquadra?

( ) Nenhuma ( ) Até 1 salário mínimo (Até R\$ 1.212,00) ( ) Mais de 1 até 3 salários mínimos (De R\$ 1.212,00 até R\$ 3.636,00) ( ) Mais de 3 até 5 salários mínimos (De R\$3.636,00 até R\$ 6.060,00) ( ) Acima de 5 salários mínimos (Acima de R\$ 6.060,00)

Em que categoria a sua bike se enquadra?

( ) Urbana ( ) Elétrica ( ) Mountain bike ( ) Speed ( ) Dobrável ( ) Híbrida

Avalie o grau de expectativa (o que você espera da empresa) dos itens abaixo. Caso não queira ou não se considere apto para avaliar algum item, por favor, marque a opção NA (Não Avaliado).

Grau de Expectativa	Discordo totalmente	Discordo	Não concordo nem discordo	Concordo	Concordo totalmente	Não
	1	2	3	4	5	NA

Confiabilidade (D1)	Grau de expectativa					
A empresa <b>deveria</b> entregar os orçamentos no tempo previsto.	1	2	3	4	5	NA
A empresa <b>deveria</b> ter interesse em resolver os problemas do cliente.	1	2	3	4	5	NA
Os provisionais <b>deveriam</b> ser bem qualificados.	1	2	3	4	5	NA
A empresa <b>deveria</b> prestar o serviço na data prometida.	1	2	3	4	5	NA
A empresa <b>deveria</b> entregar sua bike limpa e lubrificada.	1	2	3	4	5	NA
Presteza (D2)	Grau de expectativa					
Os colaboradores <b>deveriam</b> informar com precisão a data de realização do serviço.	1	2	3	4	5	NA
Os colaboradores <b>deveriam</b> atender rapidamente as demandas do cliente.	1	2	3	4	5	NA
Os colaboradores <b>deveriam</b> estar sempre dispostos a ajudar o cliente.	1	2	3	4	5	NA
Os colaboradores <b>deveriam</b> oferecer acessórios e produtos da loja.	1	2	3	4	5	NA
Os colaboradores <b>deveriam</b> gostar do trabalho que fazem.	1	2	3	4	5	NA
Segurança (D3)	Grau de expectativa					
Os colaboradores <b>deveriam</b> ser confiáveis.	1	2	3	4	5	NA
Os clientes <b>deveriam</b> se sentir seguros ao negociar com a empresa.	1	2	3	4	5	NA
Os colaboradores <b>deveriam</b> ser educados/gentis.	1	2	3	4	5	NA
Os colaboradores <b>deveriam</b> saber responder as perguntas dos clientes.	1	2	3	4	5	NA
Os colaboradores <b>deveriam</b> orientar sobre novos produtos e equipamentos.	1	2	3	4	5	NA
Empatia (D4)	Grau de expectativa					
A empresa <b>deveria</b> dar a cada cliente atenção individualizada.	1	2	3	4	5	NA

ANÁLISE DA QUALIDADE DOS SERVIÇOS PRESTADOS PELAS OFICINAS DE BICICLETAS NO MUNICÍPIO DE NITERÓI SOB A PERSPECTIVA DOS CICLISTAS: UM ESTUDO PILOTO

Os colaboradores <b>deveriam</b> dar atenção individualizada a cada cliente.	1	2	3	4	5	NA
Os colaboradores <b>deveriam</b> compreender plenamente as necessidades do cliente.	1	2	3	4	5	NA
Os colaboradores <b>deveriam</b> carregar consigo os interesses do cliente.	1	2	3	4	5	NA
A empresa <b>deveria</b> funcionar em horário compatível.	1	2	3	4	5	NA
<b>Tangíveis (D5)</b>	<b>Grau de expectativa</b>					
A localização da empresa <b>deveria</b> ser de fácil acesso	1	2	3	4	5	NA
As instalações físicas <b>deveriam</b> ser visualmente atraentes.	1	2	3	4	5	NA
Os colaboradores <b>deveriam</b> estar bem vestidos e/ou uniformizados	1	2	3	4	5	NA
As aparências das instalações físicas <b>deveriam</b> ser condizentes com o tipo de serviço prestado	1	2	3	4	5	NA
Os acessórios <b>deveriam</b> ser de fácil visualização.	1	2	3	4	5	NA

Avalie o grau de percepção (o que você percebe da empresa) dos itens abaixo. Caso não queira ou não se considere apto para avaliar algum item, por favor, marque a opção NA (Não Avaliado).

Grau de Percepção	Discordo totalmente	Discordo	Não concordo nem discordo	Concordo	Concordo totalmente	Não
	1	2	3	4	5	NA

<b>Confiabilidade (D1)</b>	<b>Grau de percepção</b>					
A empresa <b>entrega</b> os orçamentos no tempo previsto.	1	2	3	4	5	NA
A empresa <b>tem interesse</b> em resolver os problemas do cliente.	1	2	3	4	5	NA
Os profissionais <b>são</b> bem qualificados.	1	2	3	4	5	NA
A empresa <b>presta</b> o serviço na data prometida.	1	2	3	4	5	NA
A empresa <b>entrega</b> sua bike limpa e lubrificada.	1	2	3	4	5	NA
<b>Presteza (D2)</b>	<b>Grau de percepção</b>					
Os colaboradores <b>informam</b> com precisão a data de realização do serviço.	1	2	3	4	5	NA
Os colaboradores <b>atendem</b> rapidamente as demandas do cliente.	1	2	3	4	5	NA
Os colaboradores <b>estão</b> sempre dispostos a ajudar o cliente.	1	2	3	4	5	NA
Os colaboradores <b>oferecem</b> acessórios e produtos da loja	1	2	3	4	5	NA
Os colaboradores <b>gostam</b> do trabalho que fazem.	1	2	3	4	5	NA
<b>Segurança (D3)</b>	<b>Grau de percepção</b>					
Os colaboradores <b>são</b> confiáveis.	1	2	3	4	5	NA
Os clientes <b>sentem-se</b> seguros ao negociar com a empresa..	1	2	3	4	5	NA
Os colaboradores <b>são</b> educados/gentis.	1	2	3	4	5	NA
Os colaboradores <b>sabem</b> responder as perguntas dos clientes.	1	2	3	4	5	NA
Os colaboradores <b>orientam</b> sobre novos produtos e equipamentos.	1	2	3	4	5	NA
<b>Empatia (D4)</b>	<b>Grau de percepção</b>					
A empresa <b>dá</b> a cada cliente atenção individualizada.	1	2	3	4	5	NA
Os colaboradores <b>dão</b> atenção individualizada a cada cliente.	1	2	3	4	5	NA
Os colaboradores <b>compreendem</b> plenamente as necessidades do cliente.	1	2	3	4	5	NA
Os colaboradores <b>carregam</b> consigo os interesses do cliente.	1	2	3	4	5	NA
A empresa <b>funciona</b> em horário compatível.	1	2	3	4	5	NA
<b>Tangíveis (D5)</b>	<b>Grau de percepção</b>					
A localização da empresa <b>é</b> de fácil acesso	1	2	3	4	5	NA
As instalações físicas <b>são</b> visualmente atraentes.	1	2	3	4	5	NA
Os colaboradores <b>estão</b> bem vestidos e/ou uniformizados	1	2	3	4	5	NA
As aparências das instalações físicas <b>são</b> condizentes com o tipo de serviço prestado.	1	2	3	4	5	NA
Os acessórios <b>são</b> de fácil visualização.	1	2	3	4	5	NA

Caso você queira dar alguma sugestão ou crítica com a finalidade de melhorarmos este questionário, escreva nas linhas abaixo:

---

---

---

---

---

Agradecemos a sua colaboração para a realização desta pesquisa.

## APÊNDICE B

- Bom dia Sr(a)  
- Meu nome é Bazilio, esse é um trabalho acadêmico que tem o objetivo de avaliar a qualidade das oficinas de bike na cidade.  
- São duas folhas com perguntas parecidas, na primeira você vai colocar o que você espera das oficinas e na segunda o que realmente ela entrega.  
- Você vai levar aproximadamente 10 minutos para responder, eu tenho caneta se você não tiver e vou recolher o questionário durante a viagem.  
O questionário além das perguntas sobre a expectativa e percepção tinha um espaço para o respondente colocar sua sugestão ou crítica:  
"Caso queira dar alguma sugestão ou crítica com a finalidade de melhorarmos este questionário, escreva nas linhas abaixo:"

## APÊNDICE C

1. "Declaro que me utilizo dos serviços de manutenção da LEV em Niterói e estou muito satisfeito com os serviços prestados";
2. "As oficinas poderiam orientar os clientes quanto a grupos de ciclismo, baseado no endereço de cadastro do cliente a fim de que esse ramo cresça e incentive outras pessoas a atividade física. Uma parceria entre grupos e ciclismo e oficinas, não seria nada mal!";
3. "Abordar melhor localização de oficinas de bike, hoje é muito nichado";
4. "Nenhuma dica, apenas um pesquisador apoiando outro. Sou ciclista e já fiz pesquisa sobre a atividade durante minha graduação em Turismo – UFF, super apoio!";
5. "As empresas poderiam investir mais nos serviços de delivery, atendendo os clientes em casa ou na modalidade SOS";
6. "O cliente é o maior patrimônio de uma empresa prestadora de serviços, então acredito que em Niterói elas têm essa percepção e oferecem um bom valor agregado de atendimento (custo-benefício). Com certeza quem não se adequa dessa forma ao mercado perderá sua clientela";
7. "Falta uma boa loja perto das Barcas em Niterói e também no Rio";
8. "Sou ciclista há 16 anos aqui na cidade e minha satisfação e confiabilidade nos serviços prestados pela oficina que realizo reparos, compra de acessórios, etc... Tem sido muito boa";
9. "Estou de acordo com os atendimentos realizados";
10. "A única crítica é a falta de atenção aos clientes";
11. "Instalar uma loja de reparos emergenciais no bicicletário das Barcas Araribóia"
12. "Deveria ter maior divulgação dos serviços prestados"
13. "Considero relevante pesquisa sobre a quantidade de ciclovias em Niterói, os bairros atendidos, as condições, a existência de manutenção a utilização de pedestres na ciclovia, a necessidade de expansão, a sinalização e iluminação das mesmas";
14. "Um pouco mais "sucinto" (Breve)";
15. "Apenas não ficou claro para mim o que significa "Funcionar em horário compatível". Acho o termo "Horário compatível", algo subjetivo.