

**UNIVERSIDADE PAULISTA - UNIP**  
**Análise e Desenvolvimento de Sistemas**

**Viabilidade de Totem em Centros de Cidadania da  
Mulher**

**Alberto N. Biguetti, Ana Flávia Porto, Hakawã Alves, Letícia Sayuri Fujimori,  
Matheus Silva**

**Campinas**

**2019**

**UNIVERSIDADE PAULISTA - UNIP**  
**Análise e Desenvolvimento de Sistemas**

**Viabilidade de Totem em Centros de Cidadania da  
Mulher**

O presente projeto de pesquisa busca a viabilidade do uso de Totem em centros de Cidadania da Mulher como ferramenta de suporte, acessibilidade e engajamento.

**Orientador:** Ricardo Raschiatore

**Alberto N. Bigueti, Ana Flávia Porto, Hakawã Alves, Letícia Sayuri Fujimori,  
Matheus Silva**

**Campinas**

**2019**

## **Terminologia, Definições e Abreviações**

**CCM** Centro de Cidadania da Mulher

**CPTM** Companhia Paulista de Trens Metropolitanos

## SUMÁRIO

<b>Terminologia, Definições e Abreviações</b>	<b>i</b>
<b>1 Introdução</b>	<b>5</b>
1.1 Motivação . . . . .	5
<b>2 Objetivos</b>	<b>7</b>
2.1 Objetivos Específicos . . . . .	7
2.2 Objetivos Tecnológicos . . . . .	7
<b>3 Referencial Teórico</b>	<b>8</b>
3.1 Justificativa do uso de autoatendimento . . . . .	8
3.2 Aceitação de tecnologias por parte do público . . . . .	8
3.3 Serviços públicos . . . . .	8
<b>4 Solução Técnica</b>	<b>9</b>
<b>5 Considerações Finais</b>	<b>10</b>

# 1 Introdução

O objetivo central deste projeto é correlacionar pesquisas em prol das melhorias derivadas do uso de totens de auto-atendimento, tanto no tocante a celeridade no atendimento quanto a melhoria em acessibilidade dos serviços. Também discorre sobre as necessidades pesquisadas em CCM's (Centro de Cidadania da Mulher) e como essas centrais de auto-atendimento podem trazer melhoria nos serviços ofertados, maior abrangência em zonas próximas ao Centro mas que desconhecem sua existência. A proposta final busca facilitar o acesso aos serviços do programa, medir sua abrangência e identificar necessidades de orçamento e/ou novos centros em zonas não atendidas.

## 1.1 Motivação

O objetivo dos CCMs é oferecer serviços e atendimentos à mulheres que passaram por violência doméstica e precisam tanto de atendimentos jurídico quanto acompanhamento psicológico e, mesmo com um número alto de casos de violência doméstica, carece de visibilidade nos serviços ofertados. Tendo sido implantados de 2005 a 2007 na cidade de São Paulo, os CCMs promovem eventos e oferecem serviços que estimulam mulheres a valorizar e garantir seus direitos ([Secretaria Especial de Comunicação \(a\)](#)). Por ser um programa público, tem orçamento oriundo de fundos da prefeitura de São Paulo ([Secretaria Especial de Comunicação \(b\)](#)) e, como gerador de renda, oferecem também oficinas de artesanato, pintura, bijuteria, etc.

É nesse contexto que se insere a motivação deste projeto, a de criar um acesso fácil e ágil para que seja possível atingir mais mulheres afetadas e que seja possível medir a eficácia e visibilidade do programa de modo que seja possível, em futuras deliberações da câmara paulista, trazer maiores recursos ao orçamento destinado aos Centros.

De acordo com pesquisa realizada pela Companhia Paulista de Trens Metropolitanos (CPTM), realizada em março/2018, ([CPTM \(2018\)](#)), as mulheres que, em pesquisa datada de 2016 representam 56% do número de passageiros dos metrô paulistas ([Gerência de Operações do Metrô \(2016\)](#)), pediram por serviços que otimizem seu dia-a-dia. É diante dessa necessidade que a proposta de adicionar totens de atendimento ao público feminino em estações de transporte público como metrô e trens se faz relevante, pois oferece chance às mulheres que já conhecem os serviços do CCM de acompanharem o andamento de eventuais processos jurídicos bem como, agendar novas atividades e agendar horários de acompanhamento psicológico

e atinge mulheres que desconhecem o programa de modo que passem a usufruir do mesmo. No que tange medição de efetividade, os totens podem fornecer informações a um registro geral dos CCM sendo possível identificar as estações onde existem mais mulheres carentes do serviço, metrificar o uso e necessidade de orçamento e eventual identificação da necessidade de se criar novos centros em zonas de maior adesão ao uso.

## **2 Objetivos**

### **2.1 Objetivos Específicos**

Em termos de objetivos específicos, destacam-se:

1. Aumento no engajamento da população feminina afetada.
2. Oferecer maior visibilidade dos serviços e benefícios que os centros tem a oferecer.
3. Fornecer recursos para que se entenda melhor os comportamentos do público alvo, como locais de maior exposição, locais mais carentes de atenção, serviços mais efetivos e procurados e, assim, alavancar discussões acerca de verbas e efetividade dos programas.

### **2.2 Objetivos Tecnológicos**

No que tange objetivos tecnológicos, seguem-se:

1. Levantamento de estado da arte para tecnologias embarcadas em totens públicos.
2. Levantamento de custos do projeto e tecnologias envolvidas.
3. Pesquisa de casos consolidados onde a aplicabilidade da ferramenta se provou eficaz.

## 3 Referencial Teórico

Esse capítulo, a título de embasamento teórico dessa pesquisa, trata de uma revisão de literatura acerca da eficiência e justificativa para o uso de tecnologias de autoatendimento, comportamento do usuário e aceitação da tecnologia, bem como busca estudos sobre eficácia de serviços públicos de atendimento à mulher que tenha passado por situação de violência doméstica.

### 3.1 Justificativa do uso de autoatendimento

A introdução das tecnologias de autoatendimento pelas empresas tem o objetivo de aumentar a produtividade e eficiência, além de oferecer aos consumidores novos canais de acesso aos serviços, para melhor atenderem suas demandas ([SANDERS \(2011\)](#); [WALKER \(2002\)](#)).

Do ponto de vista de Bitner, a tecnologia pode aumentar drasticamente o número de relações entre consumidor e empresa, visto que, ao invés de esperar um comunicado a períodos de tempo pré-estabelecidos, o consumidor pode consultar seus dados de modo autônomo ([BITNER \(2000\)](#)).

### 3.2 Aceitação de tecnologias por parte do público

Dabholkar levantou em seus estudos, em 1996, uma relação entre a preferência por autoatendimento e a percepção do agradável, conveniente ([DABHOLKAR \(1996\)](#)).

Enquanto Sanders, notou que a percepção de facilidade no uso é menor quanto maior for a idade do usuário, ainda que a associação entre as variáveis seja fraca. Ainda no estudo de Sanders é possível visualizar uma maior tendência no uso e aceitação do autoatendimento às pessoas com maior grau de escolaridade ([SANDERS \(2011\)](#)).

### 3.3 Serviços públicos



## **4 Solução Técnica**

## **5 Considerações Finais**

## Referências

- BITNER, S. W., M. J.; BROWN (2000). Technology infusion in service encounters. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 28, n.1, 138–149.
- CPTM (2018). Cptm realiza pesquisa para identificar as demandas do público feminino. URL: <https://www.cptm.sp.gov.br/noticias/Pages/CPTM-realiza-pesquisa-para-identificar-as-demandas-do-p%C3%ABblico-feminino.aspx>.
- DABHOLKAR, M. J. (1996). Consumer evaluations of new technology-based self-service options: An investigation of alternative models of service quality. *International Journal of Research in Marketing*, 13, n.1, 29–51.
- Gerência de Operações do Metrô (2016). Caracterização socioeconômica dos usuários e seus hábitos de viagem. URL: <https://transparencia.metrosp.com.br/sites/default/files/Pesquisa%20de%20Caracteriza%C3%A7%C3%A3o%20Socioecon%C3%B4mica%20dos%20Usu%C3%A1rios%20e%20seus%20H%C3%A1bitos%20de%20Viagem%20-%202016.pdf>.
- SANDERS, S. (2011). Aceitação de tecnologia : uma análise da atitude de passageiros diante de totens de autoatendimento em aeroportos, .
- Secretaria Especial de Comunicação (a). Centros de cidadania estimulam mulheres a valorizar seus direitos. URL: <http://www.capital.sp.gov.br/noticia/centros-de-cidadania-estimulam-mulheres-a-valorizar-seus-direitos>.
- Secretaria Especial de Comunicação (b). Políticas para mulheres têm orçamento reforçado com proposta de vereadoras. URL: <http://www.saopaulo.sp.leg.br/blog/politicas-para-mulheres-tem-orcamento-reforcado-com-proposta-de-vereadoras/>.
- WALKER, M. C. H. R. F. H., R. H.; LEES (2002). Technology-enabled service delivery: An investigation of reasons affecting customer adoption and rejection. *International Journal of Service Industry Management*, 13, n.1, 91–106.