



## Um táxi, por favor!

Na hora eu coloquei a mão na cabeça, vermelho de vergonha, dizendo pra minha amiga que ela era doida de querer parar um táxi naquele lugar.

*Antonio Augusto Simão Neto, Gestor de Serviços*

De repente, ele desligou o celular, deu um grito de satisfação e de forma sincronizada me deu uns cinco tapas rápidos na perna esquerda, em sinal de comemoração pelo êxito da conversa.

Tomar um táxi em determinados locais pode ser um tanto perigoso. Acenar para um táxi no meio da confusão do tráfego, numa via de trânsito rápido e sem acostamento, corre-se o risco de provocar um engavetamento. Uma amiga de trabalho, dessas mais elétricas, saindo de uma reunião em São Paulo, passou pelo saguão do prédio, olhou para rua e foi logo levantando a mão para o primeiro táxi que viu. O motorista, imediatamente, foi parando e fechando todo mundo, fazendo sinal com o braço pra gente atravessar a rua e correr para a faixa da direita. Ele resolveu parar ali pertinho e dar uma banana para o resto do planeta. Sonoras buzinas e palavras não tão polidas de muitos motoristas irritados foi o que ouvimos por alguns bons longos segundos. Na hora eu coloquei a mão na cabeça, vermelho de vergonha, dizendo pra minha amiga que ela era doida de querer parar um táxi naquele lugar. Ela só sorriu, comentou que aqueles motoristas estavam muito estressados e aí caminhamos entre os carros e entramos depressa no táxi, sem olhar pra trás. A experiência que ficou é que se você quiser parar um táxi em qualquer lugar, muito provavelmente ele vai parar.

A variação na qualidade dos serviços nos impressiona a cada dia. Não raro você encontra alguém que já teve experiências inusitadas com serviços. Outro dia, no Rio de Janeiro, após um dia daqueles bem agitados, tomei um táxi rumo ao Aeroporto Santos Dumont. Seriam uns 8 km num trânsito caótico. O motorista foi logo puxando conversa como se já me conhecesse há anos. A frase “você é mineiro né?” é infalível e eles sempre acertam. Ele alternava as ações entre dirigir, gritar com outros motoristas, buzinar e falar ao telefone. Percebi que a conversa se desenrolava com uma mulher, e o engodo

Serviço é um tema que nos surpreende a todo instante. Somos consumidores assíduos e todos os dias estamos expostos à experiências que nos fazem melhores ou piores.



envolvia uma tentativa de conquista. Ele chamava a dama de meu chuchu e tentava agendar um encontro para aquela noite.

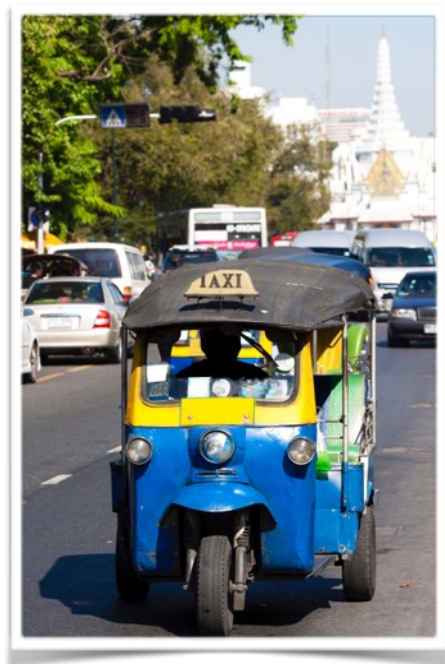
À medida que falava ao celular arquitetando seu plano, olhava pra trás me fazendo gestos mostrando que estava quase “pegando” a respectiva. Isso tudo com o carro em boa velocidade, passando por um pedaço da orla do Flamengo. E eu estava ali curtindo tudo, sentado no meio do banco de traz do Gol, acompanhando todo o enredo, imaginando se chegaria vivo no meu destino. De repente, ele desligou o celular, deu um grito de satisfação e de forma sincronizada me deu uns cinco tapas rápidos na perna esquerda, em sinal de comemoração pelo êxito da conversa. A experiência foi fantástica, pois eu só paguei a corrida e ele não me cobrou nenhuma taxa de entretenimento, que por sinal foram uns 20 minutos de boa diversão. Mas, vale refletir aqui que nem todo cliente estaria suficientemente empático com todo aquele cenário e ainda por cima levando cinco tapas na perna!

Certamente você também deve ter todo tipo de história envolvendo serviços de táxi, dos péssimos, passando pelos apáticos e até aos exemplares. As vezes, durante determinada corrida, dá vontade de sugerir que o veículo seja levado a um lava jato, incluindo também o motorista. A gente olha pro teto, para os lados, para o chão, e é tudo uma sujeira só. Mas não vamos generalizar! Vamos fazer justiça aqui, porque já recebi e existem muitos bons serviços, cortesia total, carros limpos e seriedade pura de muitos motoristas repletos de profissionalismo.

Serviço é um tema que nos surpreende a todo instante. Somos consumidores assíduos e todos os dias estamos expostos à experiências que nos fazem melhores ou piores. Você pode experimentar simples serviços como pegar um táxi ou comprar um café no aeroporto. E também experimentar serviços mais complexos, como uma contrato de consultoria ou um pacote de férias no exterior. Em qualquer situação você poderá desfrutar de um resultado que vai variar do zero ao dez de satisfação. Os extremos fazem parte da vida e também dos serviços.



Mas vejamos um breve histórico de como evoluiu no mundo o negócio de táxi. Alguém se lembra daquele carro de duas rodas puxados por um homem só? Pois é, aprendemos que aquele “veículo” se chama riquexó ou riquixá, muito usado na antiguidade, exclusivo para elites e puxados por escravos. Surgiu no Japão há mais ou menos uns 150 anos. Pensando bem, já era um serviço de “táxi” da época, que facilitava a vida de quem precisava se deslocar em trajetos curtos, de forma rápida, sem a necessidade do uso de cavalos ou carroças. Quando comparado com as liteiras, aquelas cadeiras portáteis suportadas por duas varas laterais, o riquixá foi superior em praticidade, economia e rapidez. Engano de quem pensa que hoje não existem mais os riquixás. Basta andar pelas ruas de Bangkok na Tailândia ou Mumbai, na Índia e verá homens se engalfinhando pelas entranhas da cidade, puxando todo tipo de gente. Algumas versões dos riquixás ganharam motores, a exemplo dos populares tuk-tuks (auto-riquixás), pedais (ciclo riquixás), aparatos variados e sofisticados. Podem ser vistos também em Londres e Nova York, transportando turistas.



O que fica nisso tudo é a graça e a sofisticação de poder pronunciar com um certo glamour a palavra vouuuucher. Eu tenho um voucher e sou um cara importante!

Estugarda, na Alemanha, já nos idos de 1896, foi a primeira cidade a ganhar serviços de táxi. Lá mesmo, um ano depois, apareceu um sujeito pra infernizar a vida do concorrente e melhorar a vida do cliente, criando um tarifador de corridas, que deram o nome complicado de taxímetro. Já em 1907, a cidade de Paris decretou que todos os táxis deveriam ter o tal taxímetro. Se a gente parar pra pensar, o serviço de táxi passou imune por pelo menos um século, sem que esse grande negócio fosse questionado. O gesto de acenar o braço na rua parando um táxi tornou-se um clássico ao redor do mundo, quase uma reverência. Inclusive, foi o que a minha amiga fez lá em São Paulo, quase provocando um engavetamento.

Outro dia eu estava imerso numa cadeira de avião lendo *Ataque*, uma instigante e recente obra de Ram Charam. Saindo de uma reunião numa consultoria em São Paulo, graciosamente, eles me deram uma sacolinha com um mimo dentro. Pensei ser uma agenda, dessas jurássicas e sem graça alguma, mas quando abri vi que era um livro que valia a pena, não só pelo título, mas também pelo preço. Charam foi muito claro ao explicar o que é uma incerteza estrutural, que é diferente de uma mudança operacional dentro de um setor. Aliás, uma incerteza estrutural pode minar a estrutura existente de um mercado ou setor específico. No mínimo, você é convidado a uma reflexão sobre quantos anos você ainda terá de vida útil fazendo o que faz hoje da vida.

Mas voltemos ao nosso velho negócio de Táxi. Alguém viu evolução neste setor nos últimos 50 anos? A resposta é sim, até porque surgiram serviços que colocaram o usuário numa posição mais confortável. Alguém teve a ideia de criar o taxímetro, depois resolveram pintar os carros de uma cor só pra não confundir a cabeça do cliente. Lá na frente inventaram o ponto de táxi, com uma casinha contendo um telefone acoplado numa campanha escandalosa. Você já passou do lado de um ponto de táxi vazio ouvindo aquele maldito telefone tocar? Neste interim, alguém teve a ousadia de organizar os taxistas em cooperativa, criando o rádio táxi, pra facilitar a comunicação, integrar melhor a classe e inclusive a tabela de preços. O legal desse serviço é que você pode participar de tudo que acontece, pois o rádio fica no viva voz dentro do carro e você tem a sensação que está participando de uma operação policial. A gente não pode esquecer aqui que a tecnologia também melhorou o serviço para se localizar melhor as ruas. Surgiu o GPS no meio do caminho e lá na frente o amável mundo colaborativo nos presenteou com o Waze. Já vai longe o tempo que se usavam aqueles gigantes e pesados guias de endereços, com mapas, etc.

Um dia desses, uma líder de serviços da nossa empresa estava indo de Táxi para Guarulhos. Chegando lá ela percebeu que o motorista estava meio perdido e resolveu perguntar se ele não conhecia o local. Dai ele pediu a ela um favorzinho, tipo: - tem como você colocar ai no Face? Ela respondeu: Face? Face Book? É, é ... põe ai no Face. E ai ela perguntou de novo: - não seria o Waze? Ele respondeu: - é, isso ai! Ela não pensou duas vezes, entrou logo no Waze, deu a orientação ao motorista e chegaram rapidamente ao destino.

Mas a evolução do negócio de táxi não parou ai. Pra melhorar o serviço ao cliente, dar comodidade e conforto, teve alguém que pensou em fazer parcerias com as empresas. O que significa isso? O funcionário pede permissão para usar um táxi, um





chefe graduado autoriza e ele pega com uma secretaria um papel carbonado com o nome de voucher. O voucher te permite usar o táxi, e ao final da corrida você preenche a papelada, entrega uma via ao motorista e fica com outra. No final do mês a cooperativa junta aqueles documentos mal preenchidos e ilegíveis e cobra da empresa. A preguiça que dá na gente é ter que cumprir todo esse ritual e ainda ter que escolher uma cooperativa que aceita o seu voucher. O que fica nisso tudo é a graça e a sofisticação de poder pronunciar com um certo glamour a palavra vouuuucher. Eu tenho um voucher e sou um sujeito importante!

E a evolução não para por ai. Alguns meninos de vinte e poucos anos, esparramados em mesas de salas bagunçadas e coloridas, tiveram a feliz ideia de desenvolver aplicativos para chamar um táxi de forma rápida e segura, usando sua localização por GPS e cruzando com o mais próximo de você. Foi uma fantástica mudança operacional, que valorizou o segmento e facilitou a difícil missão de se conseguir um táxi. Easy Taxi, 99 Taxis e Way Taxi dominam esse serviço no Brasil, com aplicativos usados por milhões de pessoas. E no vento desses aplicativos, surgiram serviços extras que deixaram os clientes ainda mais felizes, como por exemplo, a facilidade de pagamento via sistema PayPal, cujo atrativo para os passageiros é receber descontos. Neste sistema quem banca o benefício é a empresa parceira, que espera atrair novos clientes para a sua carteira. Por que um banco, do porte de um Santander, subsidiou 50% do valor das corridas entre as 8 da noite e 6 da manhã? Por que a marca Johnnie Walker bancou 1 milhão de quilômetros para usuários do 99 Taxis numa campanha ao estilo “se beber não dirija”? Vejam que a curva da evolução dos serviços desse setor foi rica, especialmente nas últimas décadas, culminando com o uso de inteligentes aplicativos.



Nós consumidores, como somos todos mal acostumados, se experimentamos algo melhor, ficamos críticos em aceitar algo inferior. É como se o nosso plano de experiência fosse regulado para um novo patamar.

Pasmem, mas os serviços de táxi foram balançados por uma inovação que tem perturbado o dia a dia de milhões de taxistas *around the world*. Estamos falando do nascimento do aplicativo Uber. O serviço foi lançado em 2010 na cidade de São Francisco, EUA, e só chegou ao Brasil, no Rio de Janeiro, em maio de 2014. Na sequência foi para São Paulo, e depois para outras grandes cidades. Provocou e tem provocado protesto, dada à facilidade com que credencia novos membros dispostos a ganhar a vida ou um dinheiro extra, desde que se enquadrem nos requisitos de segurança do aplicativo. O serviço promete um atendimento diferenciado e de fato entrega mais valor ao cliente, e por um preço adequado. Detalhes são imediatamente percebidos pelo passageiro, como água, internet, balas, jornais, carregador de baterias, temperatura ambiente e canal de rádio a seu gosto. Sem falar que a postura do motorista é diferenciada, trajes, linguajar, atenção. O carro está rigorosamente limpo, perfumado e com o ar condicionado no grau. O aplicativo te fornece todos os dados, históricos, recibos, rotas, forma de pagamento, tudo perfeito.

Nós consumidores, como somos todos mal acostumados, se experimentamos algo melhor, ficamos críticos em aceitar algo inferior. É como se o nosso plano de experiência fosse regulado para um novo patamar. E quando você tem experiência superior, sua expectativa fica sempre mais exigente. É o que acontece com quem

experimenta um serviço Uber e depois experimenta um táxi convencional.

Esse é um exemplo claro de ameaça estrutural, pois coloca em xeque a estrutura de um setor, questionando um segmento que há mais de 100 anos funcionava de forma estável. A provocação sempre pode ser benéfica para os profissionais que partem para o ataque e os que são mais resilientes com a ameaça. Basta observar que muitos taxistas mudaram o comportamento e passaram a tratar seus passageiros de forma diferente. Cessaram-se muitos maus-tratos! Passaram a se preocupar com detalhes, outrora nunca antes observados. Muitos, inclusive, se credenciaram no aplicativo e se

aliaram ao “inimigo”. Mas sempre tem aquela arquibancada resistente, rabugenta, briguenta e que vai defender seus direitos com todo fervor. Essa é a beleza de democracia!

A reflexão aqui hoje é sobre as ameaças estruturais, que inclusive pode estar bem perto de nós. Como a nossa capacidade de perceber as incertezas pode ser míope, muitas vezes não temos uma estratégia de ataque. E aí ficamos vulneráveis, no limbo da velha zona de conforto que nos trouxe até aqui.

O computador aposentou a máquina de escrever. A injeção eletrônica eliminou os carburadores, os smartphones sucumbiram as câmeras fotográficas populares, a Apple destronou a supremacia da Nokia, o Airbnb provocou a rede hoteleira no mundo inteiro, A Tesla Motors provoca a indústria automotiva com novas baterias e design em carros elétricos, a Tata Motors desafia o mercado automobilístico com o seu Nano, a Netflix golpeia as redes de TV a cabo e locadoras, os smart watches ameaçam os relógios tradicionais, o tablet tenta substituir os livros impressos, o Uber questionou o tradicional setor de táxi e neste exato momento algum segmento de mercado poderá ser questionado por um serviço espetacular. Está chegando o momento em que só aprender a conviver com as mudança é pouco. A vantagem é de quem cria mudanças. E saiba que você pode criar mudanças dentro do seu negócio. Tudo vai depender da sua capacidade de perceber as fontes de incerteza antes que os outros. E agir!

Antônio Augusto Simão Neto é Gerente Nacional de Serviços da Seculus da Amazônia S.A

Contatos com o autor: [antonio.augusto@seculus.com.br](mailto:antonio.augusto@seculus.com.br)  
[aasimaoneto@gmail.com](mailto:aasimaoneto@gmail.com)

31.99345.0760

Está chegando o momento em que só aprender a conviver com as mudança é pouco. A vantagem é de quem cria mudanças.

