

GCG

The Journal of Globalization,
Competitiveness, and Governability

81

Indutores de Uso do Ride-Hailing por Mulheres No Contexto Brasileiro

ÁREA: 6
TIPO: Aplicação

*Inducers of Ride-hailing Usage by Women in the Brazilian Context
Inductores del Uso de Ride-hailing por Mujeres en el Contexto Brasileño*

AUTORES

Fábio Luciano

Violin¹

Universidade Estadual
Paulista "Júlio de
Mesquita Filho",
Brazil
fabio.violin@unesp.br

Rafael Henrique

Teixeira da Silva

Universidade Estadual
Paulista "Júlio de
Mesquita Filho",
Brazil
rafael.henrique@
unesp.br

Investigou-se o comportamento de consumo feminino relacionado ao ride-hailing no Brasil. A análise de dados ocorreu por meio de análise fatorial exploratória e confirmatória amparada por diagrama de caminho. Os dados indicaram uso dos serviços com base utilitarista amparado pelo direcionador tecnológico, sobreposto a valorações sociais ou ambientais, somadas às variáveis ligadas à autopreservação. Os resultados sinalizam avanços na compreensão do comportamento de consumidoras ao revelar a natureza intercambiável das variáveis, ou seja, as consumidoras alteram sua percepção de valor conforme os indicadores de uso, horários e formas de uso, o que aponta também para a contribuição prática do estudo ao indicar balizadores da tomada de decisão das empresas prestadoras desse tipo de serviço.

This study investigated female consumer behavior related to ride-hailing services in Brazil. Data analysis was conducted through exploratory and confirmatory factor analysis supported by a path diagram. The findings indicated a utilitarian use of these services driven primarily by technological facilitators, which outweighed social or environmental valuations, alongside variables related to self-preservation. The results advance the understanding of female consumer behavior by revealing the interchangeable nature of variables; in other words, users shift their perceived value depending on usage indicators, time of day, and modes of use. This also points to the practical contribution of the study by identifying decision-making benchmarks for service providers.

1. Autor de contato:
Universidade Estadual
Paulista "Júlio de Mesquita
Filho" – São Paulo State
University, campus de
Rosana – SP –, Avenida dos
Barrageiros, 1881 – Rosana
– SP

Se investigó el comportamiento de consumo femenino relacionado con el ride-hailing en Brasil. El análisis de datos se realizó mediante análisis factorial exploratorio y confirmatorio, respaldado por un diagrama de trayectoria. Los datos indicaron un uso de los servicios con base utilitarista, impulsado por el facilitador tecnológico, por encima de valoraciones sociales o ambientales, junto con variables asociadas a la autopreservación. Los resultados señalan avances en la comprensión del comportamiento de las consumidoras al revelar la naturaleza intercambiable de las variables, es decir, las usuarias modifican su percepción de valor según los indicadores, los horarios y las formas de uso. Esto también apunta a la contribución práctica del estudio al señalar parámetros para la toma de decisiones por parte de las empresas proveedoras de estos servicios.

DOI

10.58416/GCG.2026.V20.N1.05

RECEBIDO

2025.02.16

ACEITO

2025.04.13

1. Introdução

Ride-hailing pode ser entendido como um modal vinculado à Economia Compartilhada cuja função é conectar motoristas e passageiros, considerando diretrizes como custo reduzido e contato pessoa-a-pessoa, amparado por plataforma virtual de acesso.

Destaca-se o crescimento do uso de serviços de ride-hailing, seja em países desenvolvidos ou em desenvolvimento (Violin et al., 2022; Wang et al., 2024; Huang et al., 2024), indicando tratar-se de fenômeno de classe mundial. No Brasil, observa-se o crescimento da oferta, para além das empresas tradicionais (Uber e 99Táxis), a exemplo do Lady Driver, FemiTáxi e Waze Carpool, entre outros (Microsoft Store, 2025). Suas bases de discussão giram em torno de dimensões sociais, ambientais, econômicas e mais recentemente tecnológicas, como balizadoras da decisão de consumo (Violin et al., 2022; Lu & Shi, 2024; Cai et al., 2024).

O objetivo de pesquisa centrou-se na análise das variáveis de influência atinentes ao comportamento de consumo feminino associado aos motivos e períodos de uso.

O caráter inovador do estudo pode ser evidenciado a partir da proposta de estruturação dos indutores de uso das usuárias, indicando a possibilidade de que seu comportamento seja baseado em variáveis utilitárias apoiadas pela tecnologia (Violin et al., 2022; Akram et al., 2024); sem desconsiderar as variáveis ligadas à autopreservação (Huang et al., 2024, Iqbal et al., 2024)), além disso as percepções das mulheres podem ser influenciadas por um conjunto de motivadores de uso (Hu & Yang, 2024; Fu et al., 2024) sendo possivelmente impactados pelos períodos do dia em que elas acessam o serviço (Violin et al., 2022; Wang et al., 2024).

A lacuna a ser preenchida apoia-se na observação de que uma parcela considerável das pesquisas realizadas apresenta predominantemente resultados de natureza descritiva em seus contextos de análise (Cai et al., 2024; Su et al., 2025), não estabelecendo correlações com os componentes que estão por trás do processo de tomada de decisão feminino (Huang et al., 2024; Jiang et al., 2024), tendo como balizadores do uso elementos como o Trabalho, os Momentos de Lazer, as Obrigações Sociais e também as Responsabilidades Distintas - (Violin et al., 2022) os quais são acessados em períodos distintos do dia (manhã, tarde, noite e madrugada) conforme o interesse ou necessidade das mulheres.

A proposta de preenchimento deste espaço de conhecimento passou pela geração de modelo pautado nas prerrogativas da análise fatorial exploratória – permissiva da validação do conjunto de variáveis – e confirmatória – que estabelece modelo com as variáveis de resposta ao problema proposto – amparada por conjunto de inferências centradas na Análise de Componentes Principais, geradora das relações entre as variáveis de influência, os motivos e períodos de uso (Howard et al., 2024; Goretzko et al., 2024; Magusic, 2025).

A partir desta etapa, foi possível tecer inferências tendo respaldo de estudos realizados, por exemplo nos Estados Unidos (Wang et al., 2024), China (Lu & Shi, 2024), Indonésia (Ricardianto et al., 2024), Brasil (Violin et al., 2022) entre outros.

PALAVRAS-CHAVE
**Mobilidade
sob demanda,
Tecnologia
digital, Consumo
feminino,
Transporte por
aplicativo.**

KEYWORDS
On-demand mobility, Digital technology, Female consumption, App-based transportation.

PALABRAS CLAVE
**Movilidad
bajo demanda,
Tecnología digital,
Consumo femenino,
Transporte por
aplicación.**

CÓDIGOS JEL
D12; M31; R41; L86

A contribuição para o campo da prática organizacional delineia-se a partir dos indicadores de comportamento feminino de consumo que fornecem a estrutura central de balizamento para a adequação da oferta dos serviços.

2. Ride-Hailing Feminino

A rápida expansão dos smartphones e da internet móvel resultou em profundas transformações no cotidiano, especialmente em relação as formas de consumo de serviços (Lu & Shi, 2024; Su et al., 2025). Entre eles, destaca-se o ride-hailing, que envolve viagens urbanas, realizadas por veículos particulares acessados via plataformas digitais que conectam o motorista ao usuário com custo relativamente baixo considerando a forma individual ou grupal de deslocamento.

A lógica dos modelos de negócios ligados à particularmente a economia de plataforma, traz consigo uma estrutura em que motoristas e passageiras interagem digitalmente na prestação do serviço de ride-hailing. Esse modelo essencialmente oferta custos menores proporcionalmente e um contato direto profissional, mas pessoalizado (Violin et al., 2022; Cai et al., 2024; Jiang et al., 2024).

Com a alavancagem dos serviços de deslocamento sob demanda empresas como Uber e 99Táxis ganharam espaço no mercado brasileiro e essa nova sistemática tem gerado discussões a respeito de seus impactos nas cidades, incluindo questões regulatórias (Jiang et al., 2024), alterações tecnológicas (Wang et al., 2024), preocupações relacionadas à segurança (Hu & Yang, 2024), questionamentos a respeito de acidentes de trânsito e congestionamento (Fu et al., 2024), entre diversas outras temáticas.

O uso desse tipo de serviço por mulheres apresenta além dos questionamentos já comuns envolvendo os deslocamentos em modais públicos traz à tona questões como segurança física e psicológica das mulheres (Violin, 2022; Huang et al., 2024), com estudos indicando que seu uso pode auxiliar na percepção de autopreservação feminina a partir do estabelecimento de uma relação de confiança entre as partes envolvidas (Violin et al., 2022; Su et al., 2025).

Nesse sentido alguns estudos sugerem que o comportamento de consumo é baseado em variáveis de natureza utilitária, a exemplo de indicativos de segurança, conveniência de uso e custo sendo percebido como importantes em seu processo de decisão de uso (Violin, 2022; Akram et al., 2024; Acharya et al., 2023; Lu & Shi, 2024).

Ainda nessa categoria de variáveis elementos como forma de pagamento e locais de embarque ou desembarque, por exemplo (Akram et al., 2024, Ricardianto et al., 2024) impactam a decisão de uso, o que conjuntamente leva à inferência de análise da primeira hipótese, a qual indica que o comportamento é baseado em variáveis utilitárias apoiadas pela tecnologia, com apelo à autopreservação e preocupação com as formas de assédio (Violin et al., 2022, Lu & Shi, 2024).

Por seu turno, a redução de riscos e a possibilidade de socialização são variáveis presentes no processo de decisão das mulheres (Herjanto et al., 2024; Bhatt et al., 2024; Su et al., 2025), e a tecnologia é

fundamental nesse processo (Fu et al., 2024), a exemplo do acompanhamento via celular da viagem e uma previsão do valor do deslocamento (Violin et al., 2022; Wang et al., 2024). E complementa-se essa estrutura de variáveis indicando que os aspectos ambientais ligados a redução de poluentes, diminuição de congestionamentos e eliminação do uso de estacionamento ou vagas em vias públicas (Wang et al., 2024, Akram et al., 2024; Lu & Shi, 2024), podem impactar a percepção das usuárias, o que leva à indicação da segunda hipótese desse estudo, a qual sinaliza que as percepções femininas são influenciadas pelas variáveis que permeiam o deslocamento.

O uso de serviços de ride-hailing está diretamente ligado aos momentos e horários de uso, com mulheres adaptando seu comportamento de consumo ao contexto do deslocamento, seja ele para momentos de lazer, serviço, atividades de amparo a necessidades familiares ou mesmo necessidades pessoais, sendo impactado pelo momento do dia (manhã, tarde, noite e/ou madrugada) (Violin et al., 2022; Akram et al., 2024; Wang et al., 2024).

A escolha de horários está associada à percepção de segurança, a exemplo de saídas de shows na madrugada, utilização metrô/ônibus em momentos de pico ou mesmo de esvaziamento do ponto de partida ou chegada, ou ainda trajeto associado a locais cuja percepção de perigo seja elevada, tornando o ride-hailing uma opção viável quando comparada a outros modais de deslocamento (Violin et al., 2022; Akram et al., 2024; Fu et al., 2024).

A percepção de risco varia conforme os momentos do dia e as condições que envolvem o uso, que podem incluir o equacionamento do custo, horário, local de embarque/desembarque, acesso à tecnologia, entre outras possibilidades de combinação e peso dessas variáveis, afetando diretamente o comportamento de consumo feminino (Violin et al., 2022; Bhatt et al., 2024), o que leva à indicação da terceira hipótese de pesquisa, a qual sinaliza que o comportamento de consumo é influenciado pelos períodos do dia e motivos de uso.

3. Metodologia

A estrutura do estudo valeu-se de três procedimentos probabilísticos que orientaram o tamanho da amostra, os pontos amostrais, a delimitação e equacionamento do público-alvo, os períodos, horários e forma de coleta, entre outros aspectos inerentes à coleta de dados.

A primeira ação foi determinar a população de interesse, excluindo elementos estranhos (Howard et al., 2024) através dos preceitos da Grade Amostral. Determinou-se que a amostra seria formada por mulheres, maiores de 18 anos, abordadas em locais de oferta com atitude de utilização do serviço (observação insistente de aproximação veicular, consulta constante ao smartphone, além de mulheres que desembarcaram de veículos com identificação do serviço de transporte).

Posteriormente, utilizou-se a Amostragem Sistemática, que proclama a emergência da obtenção do maior número de sujeitos amostrais com possibilidade de participação harmoniosa (Goretzko et al., 2024). Nesse sentido, estabeleceu-se que o terceiro sujeito amostral apto seria abordado e convidado a participar da entrevista.

O estudo ainda se valeu da Amostragem por Conglomerados, que ajudou a indicar os principais locais onde ocorrem os embarques/desembarques permitindo estruturar o tamanho da amostra. Nesses locais, foi possível mensurar o fluxo de embarques/desembarques em cada um dos pontos de interesse (hotéis, shoppings, eventos, universidades e faculdades, rodoviária, aeroporto e feiras) e foi realizado durante uma hora em três períodos (manhã, tarde e noite), entre setembro e outubro de 2023, nas seguintes regiões e cidades:

- I. Sudeste (Belo Horizonte, Rio de Janeiro e São Paulo);
- II. Sul (Curitiba, Florianópolis e Porto Alegre);
- III. Centro-Oeste (Goiânia, Cuiabá e Campo Grande);
- IV. Norte (Belém, Manaus e Palmas);
- V. Nordeste (Aracaju, Fortaleza, Recife e Salvador); e
- VI. Brasília (DF).

Aproximadamente dezoito embarques/hora foram observados nos pontos amostrais em cada localidade, considerando a proposta metodológica do estudo, que prevê a coleta de dados por uma hora em cada ponto anteriormente listado. A partir desse procedimento foi possível realizar 128 entrevistas por cidade, chegando a 2142 entrevistas válidas (incluindo pré-teste), observa-se que as médias se estabilizaram entre a 109º e o 116º mulher entrevistada. A coleta ocorreu no período de maio de 2023 a novembro de 2024.

A amostra foi composta exclusivamente por mulheres e distribuídas entre diferentes faixas etárias, níveis educacionais e condições socioeconômicas distintas. A **tabela 1** apresenta a distribuição dos principais perfis:

Tabela 1. - Perfil da Amostra

Faixa Etária	Percentual (%)	Número de Entrevistadas
18-25 anos	23,5%	503
26-35 anos	27,8%	596
36-45 anos	33,0%	707
46 anos ou mais	15,7%	336
Escolaridade	Percentual (%)	Número de Entrevistadas
Ensino Fundamental	12,4%	265
Ensino Médio	36,3%	778
Ensino Superior	51,3%	1099
Faixa de Renda	Percentual (%)	Número de Entrevistadas
Até 2 SM	29,7%	636
De 2 a 5 SM	39,8%	852
Acima de 5 SM	30,5%	654

Fonte: autores

A coleta abrangeu 16 capitais e o Distrito Federal, considerando diferentes fluxos de embarque e contextos urbanos. A distribuição da amostra por regiões seguiu uma planificação de 20% do total de entrevistadas. Tal número foi utilizado como forma de se ter volume igualitário de entrevistas considerando a estabilização dos dados.

Para a montagem do instrumento de coleta de dados, utilizou-se conjunto de autores que trataram de indutores de uso de serviços de ride-hailing, conforme mostra o **Quadro 1**.

Quadro 1. - Variáveis delineadoras da pesquisa

Autores	Fatores	Natureza
Akram et al., 2024; Herjanto et al., 2024, Wang et al., 2024; Lu & Shi, 2024	Redução de Poluentes Redução de veículos	Ambiental Ambiental
Hu & Yang, 2024; Wang et al., 2024, Su et al., 2025; Huang et al., 2024	Segurança Física Segurança Psicológica	Social Social
Violin et al., 2022; Jiang et al., 2024, Wang et al., 2024; Ricardianto et al., 2024, Akram et al., 2024; Bhatt et al., 2024	Disponibilidade Tecnológica Comodidade de Embarque Conveniência do tempo	Tecnológica Tecnológica Tecnológica
Violin et al., 2022 ; Cai et al., 2024;	Redutor de risco (embriaguez, fatalidades)	Social
Violin et al., 2022 ; Fu et al., 2024; Ricardianto et al., 2024; Su et al., 2025	Segurança de dados Expectativa de Benefícios	Tecnológica Social
Violin et al., 2022; Acharya et al., 2023 ; Wang et al., 2024; Bhatt et al., 2024; Su et al., 2025	Qualidade de serviço Confiança no serviço Preço reduzido Socialização	Econômico Tecnológica Econômico Social

Fonte: Elaborado pelos autores.

O conjunto de autores citados no corpo do **Quadro 1** representa as variáveis de influência amplamente observadas na literatura e serviu de base para a montagem do instrumento de pesquisa, o qual foi apoiado pela escala Likert e pela determinação de ordem de preferência contendo variáveis de influência, motivador de uso e período de viagem.

Para determinar o modelo explicativo, utilizou-se primeiramente a Análise Fatorial Exploratória para validar as variáveis. Posteriormente, os indutores de uso com maior adesão foram submetidos à Análise Fatorial Confirmatória. Por fim, o estudo valeu-se das prerrogativas da Análise de Componentes Principais. As três abordagens foram processadas usando o software *IBM SPSS Statistics*.

Como parâmetros de validação dos dados, foram gerados os testes KMO e Bartlett, que apresentam os indicadores de consistência e confiabilidade, expressos na **Tabela 2**:

Tabela 2. - KMO e Teste de Bartlett

<i>Medida Kaiser-Meyer-Olkin de adequação da amostra</i>	,914
<i>Teste de esfericidade de Bartlett</i>	
Qui-quadrado aproximado (χ^2).	192499,955
df	91
Sig.	,000

Fonte: Elaborado pelos autores a partir dos dados gerados pelo software IBM SPSS Statistics

Tanto a medida de Kaiser-Meyer-Olkin $\geq 0,80$ quanto o teste de Bartlett para esfericidade apresentam significância adequada ($\leq 0,005$), indicando consistência e confiabilidade dos dados (Goretzko et al., 2024) permitindo análises posteriores.

4. Resultados e Discussões

Do ponto de vista dos indutores de consumo feminino de ride-hailing, é preciso ressaltar que a ampliação de análise dos elementos correlacionados ao grau de importância da interligação entre as variáveis de influência, aliadas aos motivos e momentos de uso, permitem delinear os indutores de consumo e seus graus de relevância.

A conferência de legitimidade ao conjunto de dados se deu através da Análise Fatorial Exploratória a partir da Variação Total Explicada, como pode-se observar na **Tabela 3**:

Tabela 3. - Variação Total Explicada

Componentes	Valores próprios iniciais			Extração de somas de cargas quadradas		Rotação de somas de cargas quadradas	
	Total	% variação	% cumulativo	Total	% variação	% cumulativo	Total
1	12,983	81,146	81,146	12,983	81,146	81,146	1
2	1,556	9,727	90,873	1,556	9,727	90,873	2
3	1,037	6,484	97,358	1,037	6,484	97,358	3
4	,200	1,250	98,607				4
5	,084	,524	99,132				5
6	,076	,284	99,891				6
7	,045	,109	100,000				7

Nota: Método de extração - componentes principais

Fonte: Elaborado pelos autores a partir dos dados advindos da pesquisa de campo

Os dados apontam para um conjunto de valores expressivos em relação à variação total explicada das variáveis submetidas a análise, indicando que três componentes rotacionados explicam 97,358% dos indutores de consumo feminino, considerando a prerrogativa de valores $\geq .60$ (Goretzko et al., 2024), aceitando-se, nesses termos, o conjunto de variáveis. A distribuição fatorial expressa na **Tabela 4**, afera os fatores de alocação das variáveis, suas comunalidades e valores matrizes fatoriais, como se observa:

Tabela 4. - Comunalidades, matriz de fatores e alocação fatorial

<i>Indicadores</i>	Redução de Preço	Expectativa de Benefícios	Disponibilidade Tecnológica	Conveniência de Embarque	Conveniência de Tempo	Redução de riscos	Segurança Psicológica	Segurança Física	Socialização	Redução de poluição	Redução de veículos	Confiança no serviço	Segurança de dados	Qualidade do serviço
Comunalidades	,742	,755	,801	,722	,744	,844	,789	,799	,837	,212	,195	,333	,428	,284
Matriz de Fatores ^a	,895	,814	,866	,872	,847	,881	,892	,877	,617	,474	,397	,298	,417	,468
Fatores ^b	1	1	1	1	1	2	2	2	3	3	3	3	3	3

Nota: ^a Método de Rotação: Varimax / ^b Categorização Fatorial a qual a variável pertence.

Fonte: Elaborado pelos autores a partir dos dados advindos da pesquisa de campo

No campo de comunalidades, a literatura aponta que os valores devem ser $\geq .500$. Por seu turno a Matriz de Fatores deve conter valores $\geq .60$ indicando desse modo as variáveis que devem pertencer ao universo de análise deste estudo, excluindo as demais variáveis que estiverem em desacordo (Howard et al., 2024).

Considerando desse modo as **Tabelas 3 e 4** indica-se como indutores de consumo a Redução de Preço, Expectativa de Benefícios, Disponibilidade Tecnológica, Conveniência de Embarque, Conveniência de Tempo, Redução de Riscos, Segurança Psicológica, Segurança Física e Socialização. Cada item atingiu o nível de confiabilidade aceito no campo das Ciências Sociais Aplicadas (Magusic, 2025).

Para estabelecer marco robusto de aferição, fez-se necessário submeter o conjunto de dados aos preditores da Análise Fatorial Confirmatória, a qual valida o conjunto de variáveis associadas ao objeto de análise desse estudo. Nesse sentido, a **Tabela 5** apresenta o Modelo 1 composto pelas quatorze variáveis analisadas e o Modelo Modificado, o qual busca o melhor ajuste de tais elementos no que concerne as prerrogativas assinaladas pela literatura especializada e aceitas como verossímeis, sendo composto pelos itens descritos no parágrafo anterior.

Tabela 5. - Dados comparativos entre modelos

Modelos	Medidas de ajuste absoluto		Medidas de ajuste incremental			Medidas ajustadas por parcimônia				
	Qui-quadrado (χ^2)	RMSEA	CFI	TLI	NFI	PRATIO	PCFI	PNFI	AIC	
Modelo 1	0,000	0,241	0,614	0,657	0,622	0,700	0,524	0,504	5744,432	
Modelo Modificado	0,0087	,0059	0,919	0,918	0,911	0,859	0,749	0,766	2975,871	

Fonte: Elaborado pelos autores a partir da análise dos dados no software IBM SPSS Statistics

A análise dos dados expressos na **Tabela 5** sinaliza inadequação do Modelo 1 (composto pelas quatorze variáveis elencadas anteriormente) segundo a literatura especializada, ao passo que os indicadores do Modelo Modificado apresentam elementos indicativos de sua adequação, a exemplo da verissimilitude do qui-quadrado (χ^2) $\geq 0,0$, apontando que a distância entre a matriz de dados observada e a matriz estimada é adequada (Goretzko et al., 2024).

O RMSEA com indicador $\leq 0,060$, e os ajustes de medidas incrementais CFI, TLI e NFI apresentando valores $\geq 0,90$, apontam adequação do conjunto de variáveis. O PRATIO, PCFI E o PNFI os quais representam índices parcimoniosos tem em sua composição valores $\geq 0,50$, considerados adequados

(Howard et al., 2024). Por fim, os dados expressos pelo AIC, o qual mensura a consistência do Modelo Modificado (Magusic, 2025) indicam consistência. Na sequência, observa-se outro importante conjunto de dados, expresso pela **Tabela 6**:

Tabela 6. - Pesos de regressão, variações e interceptos

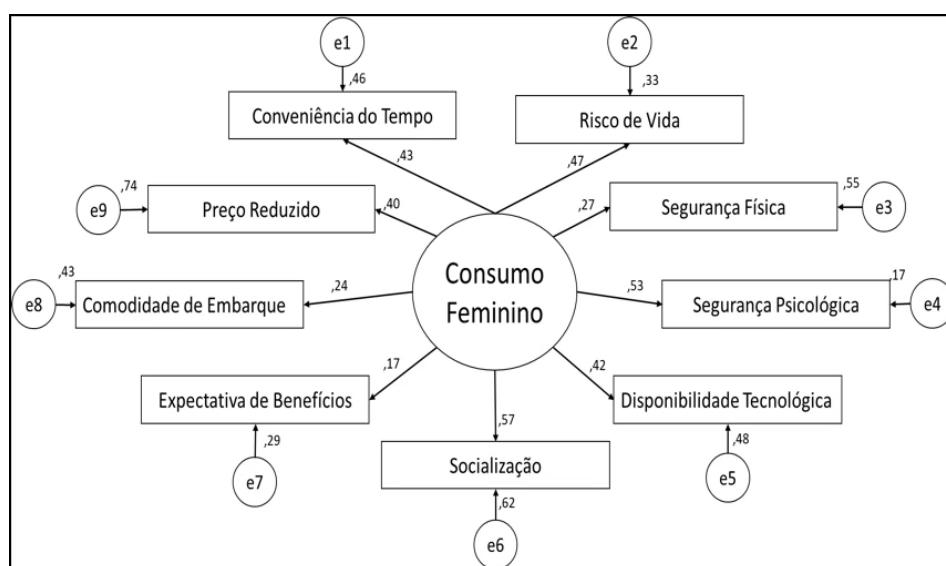
Variáveis	Pesos Padronizados	Regressão da Variação	Peso do múltiplo quadrado	Correlação das Regressões
Preço Reduzido	***	***	,722	,317
Conveniência do Tempo	***	***	,456	,288
Risco de Vida	***	***	,577	,712
Comodidade de Embarque	***	***	,774	,518
Segurança Física	***	***	,709	,742
Segurança Psicológica	***	***	,799	,442
Disponibilidade Tecnológica	***	***	,339	,247
Socialização	***	***	,421	,485
Expectativa de Benefícios	***	***	,808	,544

Fonte: Elaborado pelos autores

Os Pesos Padronizados e a Regressão da Variação apresentam indicadores de adequação ($p < 0,01$) com os demais dados sinalizando ausência de multicolinearidade e valores expressos na **Tabela 6** consonantes com as prerrogativas estabelecidas pela literatura (Magusic, 2025).

Os dados advindos do Modelo Modificado geraram a **Figura 1** extraída do Amos (IBM SPSS Statistics) como pode ser observado:

Figura 1. - Diagrama de Caminho



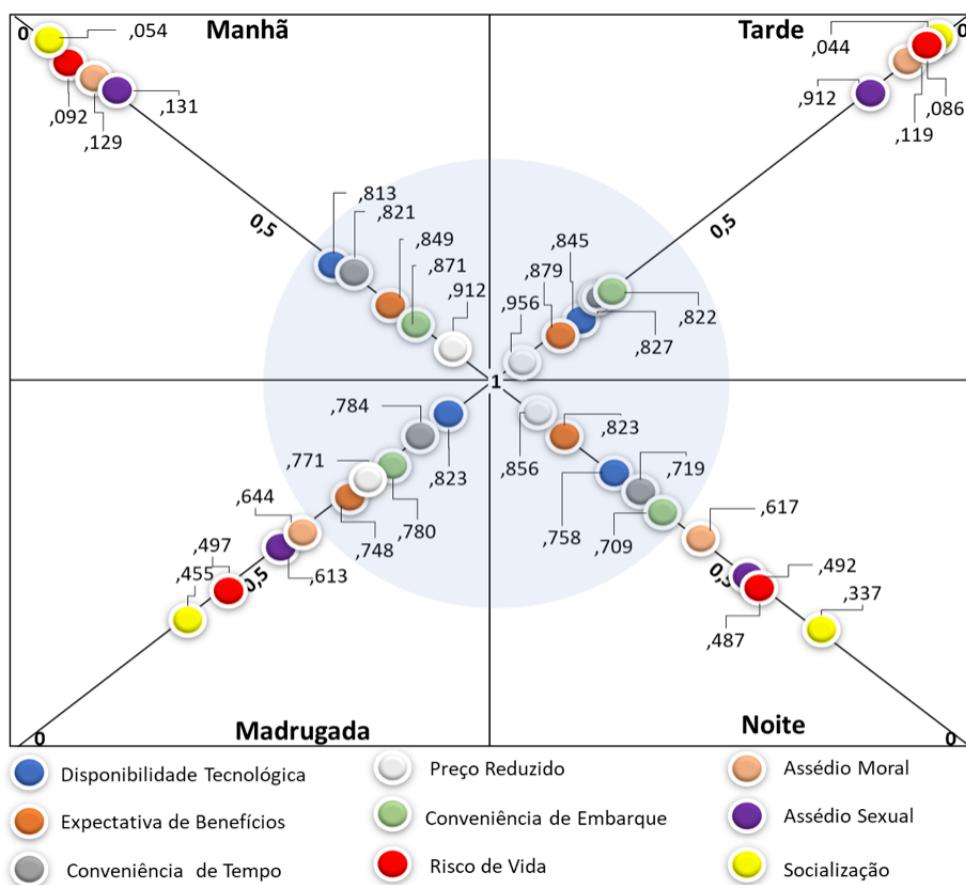
Fonte: Elaborado pelos autores

A **Figura 2** indica as variáveis explicativas relacionadas aos indutores de consumo do Ride-hailing e corrobora com variáveis presentes em estudos como os de Violin et al., 2022; Akram et al., 2024; Fu et al., 2024; Hu et al., 2024; Jiang et al., 2024, indicando validade dos resultados.

Com a finalidade de ampliar o escopo de compreensão em relação à temática as entrevistadas foram convidadas a relacionarem tais elementos com os motivos de utilização, os quais foram distribuídos entre (i) trabalho, (ii) lazer, (iii) obrigações sociais e (iv) responsabilidades distintas, assegurando um arcabouço analítico abrangente adicionados do período de uso, o qual poderia ser (i) manhã, (ii) tarde, (iii) noite e/ou (iv) madrugada.

Como modo de aferição das informações e discussão dos resultados, utilizou-se a Análise de Componentes Principais, permitindo a redução da dimensionalidade dos dados e a identificação dos fatores representativos. Os dados expressam o nível de importância dos fatores para as usuárias considerando o motivo de uso e o período em que o serviço é utilizado. A primeira contextualização é apresentada na **Figura 2**, que trata da dimensão Trabalho.

Figura 2. - Indutores de consumo – dimensão trabalho

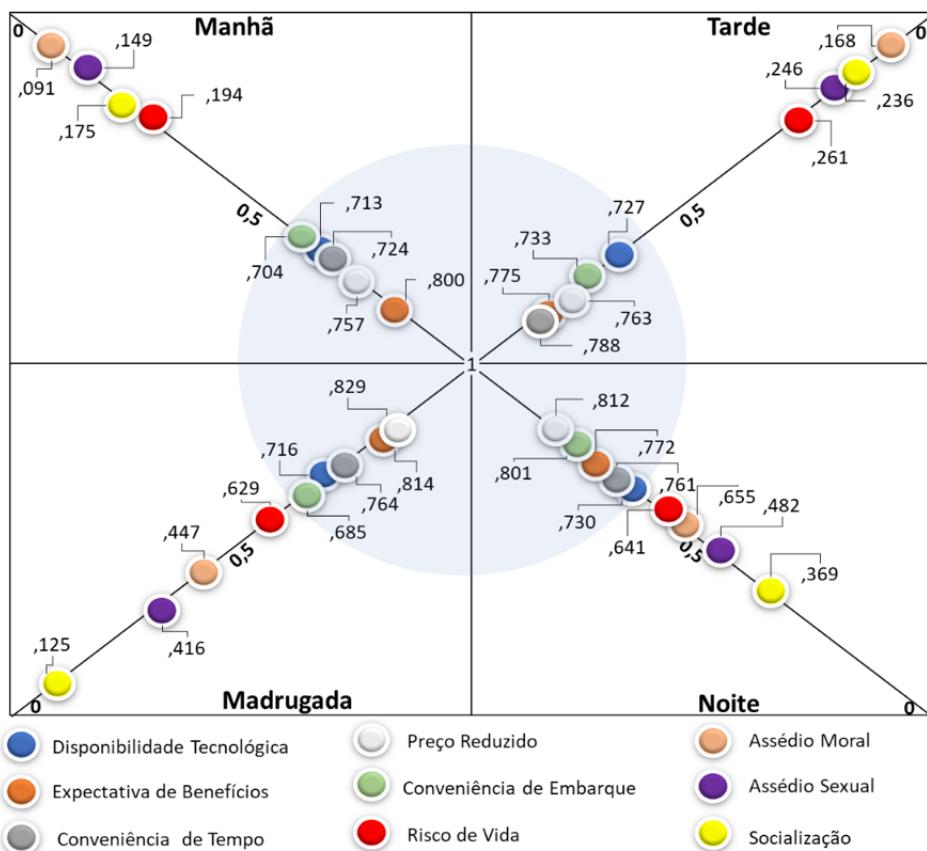


Fonte: Elaborado pelos autores

A **Figura 2** indica que mulheres em situação de trabalho, independente do horário, imputam peso substancialmente menor para as variáveis ligadas a segurança física e psicológica, além do risco de vida e socialização quando comparadas as variáveis vinculadas ao custo, facilitadores de acesso e uso induzidos pela tecnologia (conveniência de tempo e embarque e disponibilidade tecnológica) adicionados da expectativa de benefícios (evitar estacionamento, modais de deslocamento lotados, atrasos ou horários de saída fixos, por exemplo).

Estudos como os de Bhatt et al., 2024; Hu et al., 2024 ; Jiang et al., 2024, Lu et al., 2024, Su et al., 2025 em algum grau evidenciam variáveis ligadas a essa lógica de uso. Por seu turno, a **Figura 3** apresenta a dimensão Obrigações Sociais.

Figura 3. - Indutores de consumo – dimensão Obrigações Sociais



Fonte: Elaborado pelos autores

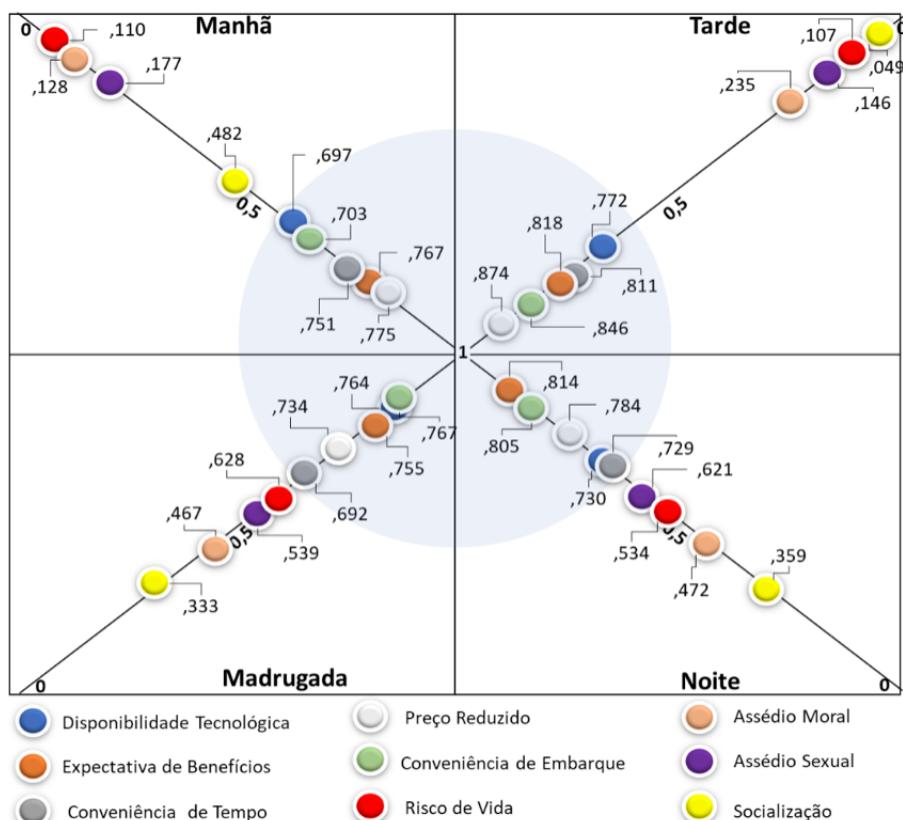
As circunstâncias que englobam compromissos sociais estão intrinsecamente associadas a atividades que se relacionam com o desempenho de papéis de interação dentro de círculos familiares, amizades e conexões com indivíduos.

Observa-se que no período da noite e de madrugada a variável Risco de vida apresenta-se, mesmo que em níveis menores de importância frente a elementos como custo, disponibilidade tecnológica e

expectativa de benefícios. Esse tipo de uso geralmente envolve mais membros da família ou grupos de referência, o que pode contribuir para menor preocupação com aspectos de assédio.

A dimensão Responsabilidades Distintas, é composta por ações de acompanhamento de familiares a situações diversas, pagamentos, consultas, reuniões, compras e toda a diversidade de possibilidades de obrigações não remuneradas envolvendo a esfera familiar. A **Figura 4** indica o modo de entendimento desse tipo situação de uso.

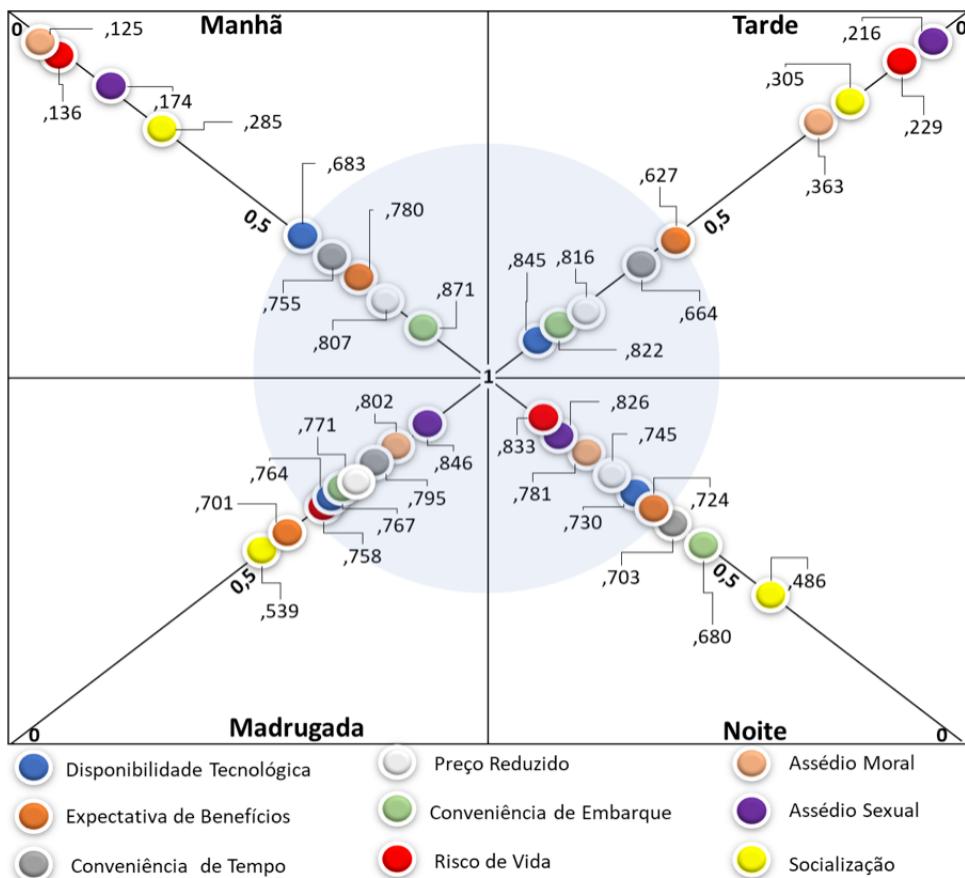
Figura 4. - Indutores de consumo – dimensão responsabilidades distintas



Fonte: Elaborado pelos autores

Do mesmo modo que as dimensões anteriores, os aspectos relacionados a assédio, socialização e risco de vida não se apresentam como relevantes. Nessa dimensão a constância de importância das variáveis expressas na dimensão trabalho e obrigações sociais permanecem similares. A última dimensão envolve o uso baseado em atividades de lazer, conforme a **Figura 5**.

Figura 5. - Indutores de consumo – Dimensão Lazer



Fonte: Elaborado pelos autores

Esse tipo de uso envolve deslocamentos direcionados ao consumo pessoal em situações de fruição, as quais apresentam preocupação com os aspectos relacionados às formas de assédio em nível mais elevado no período noturno, além do vislumbre da variável risco de vida evidenciar-se como relevante nesse mesmo período. Contudo, o mesmo motivo de uso, em outros períodos do dia não trazem essas variáveis como relevantes. Infere-se que estudos como os de Ricardianto et al., 2024; Lu & Shi, 2024; Wang et al., 2024; Su et al., 2025 apresentam correlação com esse apontamento.

O público feminino tem em seus indutores de uso elementos pertencentes aos demais públicos em termos de relevância, a exemplo da priorização de custo reduzido, expectativa de benefícios além das comodidades proporcionadas pela tecnologia. As assimetrias surgem a partir do uso em momentos específicos, observados como geradores de vulnerabilidade, a exemplo do período noturno.

As variáveis econômicas e tecnológicas associadas aos fins almejados pelas usuárias compõem a estrutura basilar do comportamento de consumo feminino, inferência corroborada em algum grau por estudos como os de Violin et al., 2022; Hu et al., 2024; Huang et al., 2024; Jiang et al., 2024 e Cai et al., 2024.

As variáveis ligadas a integridade física e psicológica apresentam-se importantes nos períodos destacados particularmente quando comparadas a variáveis relacionadas ao custo, expectativa de benéfico e os facilitadores de natureza tecnológica, e tal inferência encontra eco em estudos como os de Akram et al., 2024; Bhatt et al., 2024; Cai et al., 2024 e Hu et al., 2024.

A variável socialização, apesar de validada pela pesquisa, não apresenta elevado nível de importância em nenhuma das situações de uso, exceto em momentos de lazer noturno. A variável indica uso compartilhado com pessoas do mesmo círculo social das usuárias e que dividem o modal de deslocamento como modo de reduzir o custo e a percepção de risco.

5. Conclusão

A decisão de consumo das mulheres possui similaridade com o consumo geral em relação às variáveis ligadas ao custo, aspectos de natureza tecnológica e objetivos pessoais, expressos por meio da expectativa de benefícios. A assimetria ocorre no conjunto de variáveis vinculadas a autopreservação e busca por eliminação ou mitigação de riscos, especialmente no período noturno.

No contexto dos apontamentos desse estudo, as variáveis são impactadas pelo horário de uso e pelos motivadores de consumo, induzindo a afirmação de que os preditores de consumo não são estáticos. Desse modo, o consumo ocorre em bases individualistas e de busca por benefícios pessoais, sinalizando para consumo baseado em utilidade para as consumidoras, a exemplo de redução de custo associada ao uso de modal de deslocamento individualizado, o qual reduziria a percepção de risco de assédio.

O estudo apresenta avanços para o campo do conhecimento ao fomentar a compreensão de que as formas de assédio e riscos à integridade são preocupações subjacentes ao processo de seleção do modal de deslocamento, acentuadas em momentos lazer e períodos de uso noturno.

A natureza intercambiável da valoração das variáveis de influência pode reunir indutores de natureza individualista, amparados pelo aspecto tecnológico da oferta subsidiado pela associação entre os facilitadores de uso (custo, tecnologia e benefícios) e a percepção de autopreservação, o que pode sinalizar que alguns modais de deslocamento coletivos e formas de oferta precisam ser repensados.

Outro avanço aportado reside na identificação da natureza dinâmica da configuração dos elementos de influência no contexto do consumo feminino, que varia em função dos momentos de utilização. Esse fenômeno sugere uma compreensão de que o comportamento de consumo não é estático, mas sim suscetível a uma combinação variável de fatores influenciadores no processo decisório de uso.

As conclusões desta pesquisa estão circunscritas às correlações examinadas, as quais podem ser expandidas para abranger indicadores oficiais relacionados às manifestações de violência dirigidas às mulheres durante seus deslocamentos.

Tal expansão permitiria estabelecer uma relação entre a abrangência do impacto decorrente da disponibilidade dos serviços de ride-hailing nas áreas onde a prestação ocorre, contrastada com as medidas governamentais ou iniciativas privadas voltadas para a prevenção do assédio e a salvaguarda das mulheres.

Referências

- Akram, U., Lavuri, R., & Mathur, S. (2024). Hey boomer, "your ride has arrived": Are you willing to continue using the ride-hailing app? *Journal of Retailing and Consumer Services*, 77, 103678. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2024.103678>
- Bhatt, K., Halvadia, N., Shah, P., & Sharma, A. (2024). Study of adoption of ride-hailing services: Moderating role of consumer frugality and status consumption in collaborative consumption. *Research in Transportation Business & Management*, 54, 101113. <https://doi.org/10.1016/j.rtbm.2024.101113>
- Cai, Z., Jin, S., & Xu, C. (2024). Monitoring ride-hailing passenger security risk: An approach using human geography data. *IET Intelligent Transport Systems*. <https://doi.org/10.1049/itr2.12601>
- Fu, F., Cai, Z., Jin, S., & Xu, C. (2024). Monitoring ride-hailing passenger security risk: An approach using human geography data. *IET Intelligent Transport Systems*. <https://doi.org/10.1049/itr2.12601>
- Goretzko, D., Siemund, K., & Sterner, P. (2024). Evaluating model fit of measurement models in confirmatory factor analysis. *Educational and Psychological Measurement*, 84, 123–144. <https://doi.org/10.1177/00131644231163813>
- Howard, M. C., Boudreaux, M., Cogswell, J., Manix, K. G., & Oglesby, M. T. (2024). A literature review of model fit and model comparisons with confirmatory factor analysis: Formalizing the informal in organizational science. *Applied Psychology*. <https://doi.org/10.1111/apps.12592>
- Hu, S., & Yang, Y. (2024). Safety of female ride-hailing passengers: Perception and prevention. *Humanities and Social Sciences Communications*, 11, 265. <https://doi.org/10.1057/s41599-024-02740-z>
- Huang, W., Pan, X., Peng, Y., & Lu, Y. (2024). Senior tourists' acceptance of tourism-related mobile apps: Integrating best-worst scaling (case 1) and ordered logit modeling. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 81, 104008. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2024.104008>
- Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. (2022). Censo Demográfico 2022: População feminina por região. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. <https://www.ibge.gov.br>
- Jiang, G., Zhang, X., Li, M., & Li, C. (2024). The impact of regulatory level of the aggregation platforms on the ride-sourcing market with heterogeneous travelers. *Economics of Transportation*, 37, 100343. <https://doi.org/10.1016/j.ecotra.2024.100343>
- Lu, K., & Shi, C. (2024). Exploring determinants of travelers' discontinuance behavioral intention on integrated ride-hailing services: A perspective on perceived risk. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 81, 104046. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2024.104046>
- Magusic, R. (2025). Multivariate techniques in analysis of crash event involving drivers of personal vehicle in Vienna, Austria. *Transportation Research Procedia*, 82, 1796–1812. <https://doi.org/10.1016/j.trpro.2024.12.156>
- Microsoft Store. (2025). Oferta de aplicativos de mobilidade. Acesso em 02 de janeiro de 2025.
- Ricardianto, P., Ikhsan, R. B., Suryobuwono, A. A., Setiawan, E. B., Raharjo, E. P., Rabandi, R., & Cahyadi, D. (2024). What makes consumers attitudinal loyalty on ride-hailing services? An investigation Indonesian consumers' perceived safety in using ride-hailing apps. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 10(2), 100306. <https://doi.org/10.1016/j.joitmc.2024.100306>

Su, L., Cheng, X., & Zarifis, A. (2025). Passengers as defenders: Unveiling the role of customer-company identification in the trust-customer citizenship behaviour relationship within ride-hailing context. *Tourism Management*, 107, 105086. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2024.105086>

Violin, F. L., Zorzi, M., Arizaga, H. F., & Gouveia, L. B. (2022). Female consumption drivers associated with ride-hailing in Brazilian capitals. *Journal of Global Competitiveness and Governance*, 16(3), 117–131. <https://doi.org/10.3232/GCG.2022.V16.N3.06>

Wang, Z., Zhang, Y., Jia, B., & Gao, Z. (2024). Comparative analysis of usage patterns and underlying determinants for ride-hailing and traditional taxi services: A Chicago case study. *Transportation Research Part A: Policy and Practice*, 179, 103912. <https://doi.org/10.1016/j.tra.2023.103912>

.....