

## QUALIDADE DE SERVIÇO PRESTADO POR TRANSPORTADORA ATRAVÉS DO SERVQUAL

Lauro Oliveira Viana<sup>1</sup> | <http://orcid.org/0000-0001-8546-6659>

Vanessa Vieira Alcântara<sup>1</sup> | <http://orcid.org/0000-0002-7985-2075>

Submetido: 15/11/2023 | Aprovado: 09/05/2024 | Publicado: 13/05/2024

Editores associados: Prof. Dr. Luiz Antonio Felix Júnior / Prof. Dr. André Leite Rocha

DOI: <https://dx.doi.org/10.18265/2526-2289a2024id8179>

**Resumo** - O estudo objetivou analisar a qualidade percebida do serviço prestado a empresas de 4 diferentes regiões do País por uma Transportadora de Teresina-Pi. A metodologia utilizada foi exploratória e descritiva, através de um estudo de caso. A pesquisa utilizou o instrumento de coleta SERVQUAL de 5 dimensões: aspectos tangíveis, confiabilidade, responsividade, segurança e empatia, adaptado às especificidades da empresa, e que possuiu 23 (vinte e três) variáveis. A análise se deu por estatística descritiva e correlações sobre as variáveis de perfil, e as relacionadas a expectativas e percepções dos clientes. Nos resultados, as expectativas excederam a percepção de qualidade dos serviços prestados. O cumprimento de prazos e a disponibilização de informações em tempo real foram apontadas como as variáveis mais frágeis. A percepção sobre os funcionários foi a característica que mais se aproximou das expectativas dos embarcadores.

**Palavras-chave:** Qualidade; Serviços; Servqual; Transporte rodoviário.

## QUALITY OS SERVICE PROVIDED BY CARRIER THROUGH SERVQUAL

**Abstract** - The study aimed to analyze the perceived service quality provided to companies from four diferente regions in the country by a shipping company located in Teresina. The methodology was exploratory and descriptive, conducted with a case study approach. For a data collection, the research utilized the SERVQUAL instrument, which comprises five dimensions: tangible aspects, reliability, responsiveness, security and empathy, adapted to the specificities of the company, and which had 23 (twenty-three) variables. The analysis employed descriptive statistics and correlation among profile variables, and those related to customer expectations and perceptions. In the results, it was found that expectations exceeded the perceived quality of the services provided. Meeting deadlines and providing real-time information were identified as the most vulnerable variable. The perceptions regarding employees were the characteristics that most closely matched shippers' expectations.

**Keywords:** Quality; Services company; Servqual; Road transport.

## 1 INTRODUÇÃO

O setor de serviços no Brasil cresceu nos últimos três anos seguidos e, em 2023 cresceu 2,3%, neste setor os serviços de transporte vem se destacando na esteira do aumento do comércio eletrônico e expansão da produção agrícola (Agência Brasil, 2024). Além de relevância econômica para o país, é um tipo de serviço que interfere nos mais diversos negócios e famílias, seja nas relações comerciais locais, ou pela internet.

Segundo Tontini e Zanchett (2010), a satisfação do cliente é crucial para a competitividade e sobrevivência das organizações, sendo assim, identificar quais características são capazes de influenciar positivamente na satisfação e lealdade do usuário é de suma importância no gerenciamento de decisões nas mais diversas organizações. A identificação de tais características permite que a organização possa gerenciá-las ao longo do tempo no intuito de manter a base de clientes e de incorporar novos usuários de forma consistente.

O objetivo geral deste trabalho é avaliar a qualidade percebida do serviço prestado a empresas de 4 diferentes regiões do País por uma transportadora de Teresina – PI. Os objetivos específicos são: apresentar o método SERVQUAL, e; identificar as principais dimensões que influenciam positiva ou negativamente a qualidade do serviço prestado pela Transportadora. Realizou-se um estudo exploratório descritivo para proporcionar maior familiaridade com o problema, e também para estabelecer relação entre as variáveis (Gil, 2002).

Foi aplicado questionário com 52 questões, sendo 6 questões sobre o *Perfil* dos entrevistados, 23 sobre a *Expectativa* dos clientes e 23 sobre a *Percepção* a respeito do serviço recebido pela Transportadora em um universo de 30 clientes embarcadores regulares, de 4 regiões do país. O referencial versa sobre: serviços, qualidade em serviços, método SERVQUAL e sobre o setor de transportes no Brasil. Posteriormente, é apresentada a metodologia utilizada, análise dos dados coletados e considerações finais.

## 2 SERVIÇOS

As mercadorias possuem características físicas que permitem a análise durante seu usufruto, e ao longo do tempo, o que não é possível com serviços, naturalmente intangíveis. Kotler e Keller (2006) indicam quatro características dos serviços: precibilidade, inseparabilidade, variabilidade e intangibilidade. Justamente pela intangibilidade, e pelo lapso temporal imediato, é que medir a qualidade dos serviços prestados é algo estratégico, e que demanda gestão contínua.

Enquanto, no comércio e indústria a manufatura do bem físico se sobressai, os serviços se destacam por ações. A execução de um serviço pode estar ou não ligada a um bem concreto, ou seja, pode-se entender como serviço as ofertas essencialmente intangíveis que uma empresa oferece ao mercado (Potzik *et al*, 2020). Para Pena *et al* (2013) serviços são julgados pelo desempenho e pela experiência de quem os utiliza, com possibilidade de interpretação e julgamentos diferentes, conforme o prestador e o usuário em questão.

## 2.1 QUALIDADE EM SERVIÇOS

No final da década de 70 surgiram modelos de qualidade fruto de trabalhos propondo conceituações, operacionalizações e sistematizações para qualidade em serviços (Pena *et al*, 2013). Ao longo dos anos, o setor de serviços ampliou sua importância econômica, o que também instigou a capacidade de identificar qualidade em serviços.

A qualidade percebida de um serviço é identificada com base na experiência do cliente, através de um conjunto de ações que normalmente envolvem outras áreas da empresa, como logística e marketing (Torres, Gouveia e Kamlot, 2019). Neste sentido, Sousa e Lopes (2021) afirmam que a qualidade percebida em serviços é a comparação entre a percepção do cliente sobre o serviço versus sua expectativa em relação ao que deveria lhe ser entregue. Esta percepção do cliente tende a interferir na retenção dos clientes a longo prazo.

As expectativas dos consumidores têm relação com os padrões de percepção da qualidade dos serviços prestados, portanto compreendê-las é fundamental para a empresa se assegurar de que seus serviços as atendem ou excedem (Vargas, Schalenberger e Hörbe, 2014). A relação entre expectativas e percepções expõe o quão excedida, atendida ou deficitária foi essa experiência.

Há, então, uma distinção entre qualidade percebida de serviço e satisfação do cliente. Segundo Parasuraman, Zeithalm e Berry (1988) a qualidade de serviço percebida trata-se de um julgamento global relacionado à superioridade do serviço, enquanto a satisfação do cliente se relaciona a um momento específico da prestação do serviço, mas não afirma que a empresa presta um serviço de alta qualidade. Neste sentido, a satisfação do cliente abrange variáveis pessoais como humor, atenção ao momento da prestação do serviço e ainda à pré-disposição de temperamento do consumidor, que pode variar por razões alheias à prestação do serviço em si.

A qualidade do serviço é difícil de quantificar, não apenas por causa da heterogeneidade do serviço, mas também porque é uma função das diferentes percepções do cliente ao longo do tempo, das condições de mercado em constante mudança, do processo de medição e da

interpretação dos dados coletados (McCollin *et al*, 2011). A intangibilidade dos serviços, além de difícil quantificação, demanda um formato específico para análise sua qualidade.

### **3 SERVQUAL**

O método Service Quality – SERVQUAL buscou operacionalizar as possíveis dimensões da qualidade. Ele foi desenvolvido com a ajuda do *Marketing Science Institute* (MSI) cujo objetivo era criar uma ferramenta capaz de identificar a qualidade funcional que pudesse ser aplicada a vários prestadores de serviços distintos (Pena *et al*, 2013).

Parasuraman, Zeithaml e Berry (1985) realizaram então o estudo envolvendo doze grupos focais com o objetivo de identificar como os usuários avaliavam a qualidade do serviço, o que resultou em 10 dimensões da qualidade: aspectos tangíveis, confiabilidade, capacidade de resposta, comunicação, credibilidade, segurança, competência, cortesia, compreensão/conhecimento dos clientes e acesso. Posteriormente, o modelo de Parasuraman, Zeithaml e Berry (1988) simplificou para apenas 5 dimensões: aspectos tangíveis, confiabilidade, responsividade, segurança e empatia. Este modelo foi utilizado nesta pesquisa, adaptado ao setor e estruturado em 22 variáveis, replicados em duas partes, sendo a primeira relacionada às expectativas e a segunda às percepções dos clientes.

Em sua aplicação, a ferramenta é formada por duas etapas, sendo uma com a finalidade de registrar exclusivamente as expectativas dos usuários para a classe de serviços que está sob análise, e outra para identificar as percepções do usuário sobre uma determinada empresa (Fitzsimmons e Fitzsimmos, 2014). A satisfação do cliente com a qualidade dos serviços é então definida pela comparação da percepção do serviço prestado com a expectativa do serviço desejado (Korocoski, Ferreira e Atmancuzk, 2016)

### **4 TRANSPORTE RODOVIÁRIO DE CARGAS NO BRASIL**

Serviços logísticos são a representação diversas atividades, incluem transporte de cargas (nacionais e internacionais), desembaraço aduaneiro, controle de estoque, armazéns, centros de distribuição, movimentação de cargas no porto, operador logístico, afretamento, terceirização, entre outros (Colona, Feitosa e Kelch, 2016). De acordo com Kersten e Koch (2010), nas últimas décadas, o escopo dos serviços logísticos ampliou-se da prestação de serviços isolados, como transporte e armazenagem, para a gestão e movimentação do fluxo de mercadorias para empresas inteiras.

O setor de transportes possui importância econômica significativa e ainda tende a cada vez mais incorporar tecnologias que assegurem sua competitividade no cenário nacional e internacional. No Brasil, o modal rodoviário movimenta cerca de 64,85% do transporte de cargas, seguidos do ferroviário com 14,95%, cabotagem 10,47%, hidroviário 5,25, dutoviário 4,45 e aéreo com apenas 0,03% (Cnt, 2024). Neste contexto, os estudos sobre prestação de serviços rodoviários além de aprimorar as relações comerciais, possuem ainda o potencial de melhora competitiva do segmento como um todo.

## 5 METODOLOGIA DA PESQUISA

Esta pesquisa se caracteriza como exploratória e descritiva, através de estudo de caso com abordagem quantitativa. Para Gil (2002) enquanto a pesquisa exploratória objetiva proporcionar maior familiaridade com o problema, a descritiva se propõe a descrever características de determinada população ou o estabelecimento de relações entre variáveis. O estudo de caso investiga fenômenos em seu ambiente real (Yin, 2001), como esta pesquisa que se dá numa transportadora.

Este estudo iniciou a coleta de dados bibliográficos através de artigos disponibilizados nas plataformas Spell e Scielo, utilizando as palavras-chave: SERVQUAL, qualidade, serviços e transportes. O estudo acerca da qualidade percebida sobre o serviço prestado pela Transportadora utilizou o método SERVQUAL, adaptado com base nos estudos bibliográficos sobre o qual foram acrescentadas e retiradas questões conforme a realidade da empresa estudada.

### 5.1 CARACTERIZAÇÃO DA EMPRESA E UNIVERSO DA PESQUISA

A Transportadora está situada em Teresina-PI, possui 27 anos no mercado, 12 veículos para as operações, sendo caminhões  $\frac{3}{4}$  e tocos, furgões e motocicletas, e foi escolhida por acessibilidade. Possui 20 funcionários na sede, em Teresina, além de possuir outras três bases de apoio nas cidades de Picos, Floriano e Parnaíba. Recentemente, inaugurou mais uma empresa do segmento na mesma capital, e é uma das únicas transportadoras locais aptas a transportar medicamentos, insumos farmacêuticos e correlatos, por possuir Certificados da Anvisa como AFE – Autorização de Funcionamento e a AE – Autorização Especial de Empresa, os quais são obrigatórios para movimentação de medicamentos e materiais hospitalares. A empresa realiza o transporte e distribuição de: cargas fracionadas em geral, de carga completa e de cargas perecíveis.

O universo do estudo são os clientes embarcadores com contratos vigentes junto à Transportadora em agosto de 2021, independente do início do contrato, um total de 30 clientes, dos quais 14 foram pesquisados, aleatoriamente. O instrumento foi aplicado em clientes embarcadores, de forma online, tendo em vista que tais clientes estão distribuídos em 4 regiões diferentes do país. Foi disponibilizado um link que os direcionava à pesquisa na ferramenta *Google Forms*. O link foi disponibilizado aos responsáveis pelo acompanhamento dos serviços que são realizados pela Transportadora, e a quem mantém contato diariamente com o setor operacional da empresa. A aplicação do questionário aconteceu dos dias 14 a 29 de outubro de 2021.

## 5.2 INSTRUMENTO DE PESQUISA E TÉCNICA DE ANÁLISE DE DADOS

O questionário consistiu em três partes: a primeira onde apresentou 6 questões para caracterizar o perfil dos sujeitos estudados, informações como tamanho da empresa que trabalha, área de atuação, localização geográfica e tempo de trabalho na organização. A segunda e terceira partes do questionário contou com 23 questões, conforme Quadro 1, para identificar, respectivamente, as expectativas e as percepções dos clientes em relação ao serviço recebido pela Transportadora. Cada questão da segunda etapa poderia ser respondida de 0 (irrelevante) a 6 (muito relevante), e a terceira etapa poderia ser respondida de 0 (insatisfeito) a 6 (muito satisfeito).

**Quadro 1 - Dimensões e variáveis do SERVQUAL utilizado na pesquisa**

Dimensões	Descrição
Tangibilidade	Aparência das instalações físicas, equipamentos, pessoas, materiais de comunicação, relatórios;
Confiabilidade	Habilidade de realizar o serviço prometido de forma confiável, segura e no prazo;
Presteza	Disposição para ajudar o usuário e fornecer um serviço com rapidez de resposta e presteza;
Garantia	Conhecimento e cortesia do funcionário e sua habilidade em transmitir segurança;
Flexibilidade	Atenção individualizada aos clientes, facilidade de contato e comunicação;

Fonte: Elaborado pelos autores com base em Parasuraman, Berry e Zeithaml (1985).

Foi realizada estatística descritiva sobre os perfis e sobre as Expectativas e Percepções dos embarcadores. Para aprimorar os resultados foram realizadas correlações sobre as respostas. Num primeiro momento, buscou-se correlacionar os diversos quesitos do SERVQUAL com o Perfil, e posteriormente a correlação entre quesitos de Expectativas com quesitos de Percepção.

---

## 6 ANÁLISE DOS RESULTADOS

Nesta seção serão apresentados os dados encontrados a partir do questionário aplicado. Na primeira etapa se buscou identificar o Perfil dos clientes entrevistados, a segunda etapa mostra as Expectativas dos clientes em serviços de transporte, e a última etapa apresenta os resultados acerca da Percepção quanto ao serviço prestado pela Transportadora.

### 6.1 ESTATÍSTICA DESCRITIVA DOS PERFIS DOS RESPONDENTES

Foram extraídas mediana e moda sobre faixa etária, sexo, porte da empresa, tempo de trabalho e região da empresa. Predomina entrevistados de 21 a 30 anos de idade, do sexo feminino, com até 2 anos de atuação na empresa e que laboram na região nordeste. Quanto ao porte, destacaram-se Microempresas, com faturamento até R\$ 360 mil reais por ano e Empresas de Médio Porte, com faturamento entre R\$ 4,8 milhões e R\$ 300 milhões. Percebe-se relação direta entre a juventude dos respondentes e o tempo de atuação nas empresas.

Especificamente, quanto ao local de atuação da empresa, a amostra identificou Empreendimentos respondentes de 4 regiões do Brasil, sendo 2 empresas da região Norte, 2 da região Sul, 4 da região Sudeste e 6 da região Nordeste. A Transportadora estudada, portanto, presta serviço para empresas de regiões bastante distintas em termos de cultura, e de perspectivas quanto a qualidade exigida pelo serviço prestado.

### 6.2 ESTATÍSTICA DESCRITIVA SOBRE AS VARIÁVEIS DO SERVQUAL

A Servqual aplicada possui 23 quesitos quanto às Expectativas dos clientes e 23 quesitos quanto à Percepção relacionada ao serviço prestado pela Transportadora. Todas as questões possuem escala de 0 (não importante/muito insatisfeito) a 6 (muito importante/muito satisfeito). Dos 7 (sete) níveis de respostas disponíveis em cada quesito da escala, observou-se que, nas Expectativas 52% utilizaram apenas 3 níveis de respostas, e para Percepção 65% utilizaram também 3 níveis de resposta. Percebe-se, portanto, pouca variação quanto ao nível geral de Expectativas e Percepção entre os sujeitos pesquisados, tanto por não apontarem extremos positivos ou negativos na escala, quanto por variarem pouco entre si nos quesitos. O quesito que mais apresentou variabilidade, no qual foram utilizados 5 níveis de resposta foi quanto a Expectativa em relação à flexibilização de horários da Transportadora. Supõe-se que tal fato se dá por diferenças de fuso horário ou mesmo por diferentes culturas de horário de funcionamento dos respondentes de 4 regiões do Brasil.



No Servqual utilizado, a moda, que consiste na alternativa mais escolhida em cada quesito, sob as *Expectativas* predominou de que todos os quesitos foram julgados como *Importantes*. A moda na perspectiva *Percepção* foi abaixo da *Expectativa*, e predominou o quesito *Pouco Satisfeito*. Ao avaliar a *Percepção* com os serviços prestados, as dimensões *Tangibilidade*, *Capacidade de Resposta* e *Garantia* foram as que mais tenderam positivamente, pois apesar de possuírem moda predominante em *Pouco Satisfeito*, as demais respostas apontaram que os clientes estariam *Satisfeitos* com os serviços prestados. Nas dimensões *Confiabilidade* e *Empatia* a moda foi *Pouco Satisfeito*, e as demais respostas tenderam negativamente. A dimensão mais bem avaliada pelos respondentes foi a *Capacidade de Resposta*.

### 6.3 COMPARATIVO ENTRE EXPECTATIVAS E PERCEPÇÃO

A forma como é encontrada o valor da qualidade percebida se dá pela fórmula:  $\text{Percepção do Serviço} - \text{Expectativa do Serviço} = \text{Qualidade Percebida}$ . Com base no método SERVQUAL de Parasuraman, Zeithalm e Berry (1988), a qualidade do serviço deve ser maior que a expectativa dos clientes em relação ao serviço, ou seja, maior que 0. Os resultados mostram que em todas as dimensões a qualidade percebida estão abaixo da desejada, contudo há quesitos com maior e menor grau de qualidade percebida.

A primeira dimensão do Servqual se refere à *Tangibilidade*, e conforme Fernandes *et al* (2017) corresponde a aparência das instalações físicas, equipamentos e aparência pessoal dos indivíduos. O quesito *Comprovantes de entregas devem retornar em boa qualidade, datados e assinados corretamente* diz respeito a assinatura, carimbo e/ou documento do receptor, data e hora do recebimento, enquanto o quesito *os Materiais devem ser armazenados de forma segura* se liga a seguros contra roubo, incêndio, enchente, além de local com câmeras, detector de movimento.

O quesito que apresentou menor diferença entre a Expectativa e Satisfação foi *a Empresa deve apresentar os certificados/documentos solicitados pelo embarcador* [-0,286], mas em compensação o que causou maior diferença foi: *Os comprovantes de entrega devem retornar em boa qualidade, datados e assinados corretamente* [-0,928], conforme Quadro 2. Subentende-se que há necessidade de ampliação de controles, não sobre a entrega dos documentos em si, mas quanto aos cuidados em relação aos preenchimentos, assinatura ou estado de conservação de tais documentos, ou seja, os documentos são entregues, mas nem sempre nas condições esperadas pelos clientes.



**Quadro 2 - Qualidade percebida na dimensão Tangibilidade**

	Tangibilidade		
	Expectativa	Percepção	Diferença
Os comprovantes de entregas devem retornar em boa qualidade, datados e assinados corretamente	5,857	4,929	-0,928
A empresa deve apresentar os certificados/documentos solicitados pelo embarcador	5,786	5,5	-0,286
A quantidade de veículos deve ser capaz de suprir às demandas dos clientes	5,714	4,929	-0,785
Os tipos de veículos devem ser capazes de suprir às demandas dos clientes	5,714	4,857	-0,857
Os materiais devem ser armazenados de forma segura	5,929	5,429	-0,5

Fonte: elaborado pelos autores (2022)

A *Confiabilidade* desempenha papel decisivo quanto à qualidade dos serviços, uma vez que um serviço não confiável possivelmente não satisfará o cliente (Silva *et al*, 2019). A *Confiabilidade* apresentou o quesito com a maior deficiência na percepção de qualidade dos clientes, em toda Servqual, que é: *a Empresa deve atender aos prazos estabelecidos, como por exemplo, entregar dentro do prazo, informar sobre ocorrências de entregas em tempo real* [1,357], conforme Quadro 3. Percebe-se, que a Transportadora deve atentar ao cumprimento dos prazos acertados e ainda quanto à comunicação ao cliente em caso de ocorrências. O emprego de tecnologias de comunicação permitiria melhora significativa desta variável.

**Quadro 3 - Qualidade percebida na dimensão Confiabilidade**

	Confiabilidade		
	Expectativa	Satisfação	Diferença
A empresa deve atender aos prazos estabelecidos, como por exemplo, entregar dentro do prazo, informar sobre ocorrências de entregas em tempo real	5,857	4,5	1,357
A empresa deve resolver os problemas do cliente	5,286	4,786	0,5
O administrativo da empresa deve ser qualificado	5,643	5,071	0,572
A empresa deve manter o cliente atualizado sobre a prestação do serviço	5,643	4,643	1
A empresa deve manter registro de tudo que envolve o serviço	5,5	4,643	0,857

Fonte: elaborado pelos autores (2022)

A *Capacidade de resposta*, segundo Milan *et al* (2014) diz respeito a dar pronto atendimento, com conhecimento e cortesia dos funcionários, no atendimento às necessidades e expectativas dos clientes. Conforme, Quadro 4 o primeiro quesito desta dimensão é o que apresentou o melhor valor da qualidade percebida pelos respondentes: *Os colaboradores devem*

informar com precisão a data da prestação do serviço [0,143]. Para melhorar a capacidade de resposta a empresa precisa melhorar a velocidade na informação de ocorrências relativas ao transporte, movimentação ou armazenamento das mercadorias. Novamente, a demanda por comunicação mais rápida com o cliente surge como variável a ser melhorada.

**Quadro 4** - Qualidade percebida na dimensão Capacidade de Resposta

	Capacidade de Resposta		
	Expectativa	Satisfação	Diferença
Os colaboradores devem informar com precisão a data da prestação do serviço	5,143	5	0,143
Os colaboradores devem atender rapidamente as demandas do cliente	5,071	4,571	0,5
Os colaboradores devem estar sempre dispostos a ajudar o cliente	5,643	5,143	0,5
A empresa deve informar em tempo real as ocorrências relativas ao serviço	5,429	4,429	1

Fonte: elaborado pelos Autores (2022)

A dimensão de *Garantia* é a que apresenta o menor total das diferenças entre *Expectativas* e *Percepção*, em todos os quesitos, ou seja, é a que, em conjunto, representa melhor a qualidade do serviço prestado. A *Garantia* é fortemente convergente com a capacidade de passar confiança e ser cortês com clientes, mostrando assim a importância desta dimensão no aumento da procura dos clientes (Silva *et al*, 2019). A percepção de qualidade negativa foi menor quanto à *Confiabilidade, educação e gentileza dos colaboradores*, e ainda quanto à *Capacidade de segurança e capacidade de resposta do atendimento*, conforme Quadro 5. A percepção sobre cortesia, educação e gentileza dos colaboradores foi a melhor variável de qualidade na dimensão *Garantia* [0,214].

**Quadro 5** - Qualidade percebida na dimensão Garantia

	Garantia		
	Expectativa	Satisfação	Diferença
Os colaboradores devem ser confiáveis	5,857	5,5	0,357
Os clientes devem sentir-se seguros ao negociar com os colaboradores	5,786	5,286	0,5
Os colaboradores devem saber responder às perguntas do cliente	5,571	5,071	0,5
Os colaboradores devem ser educados/gentis	5,571	5,357	0,214

Fonte: Elaborado pelos Autores (2022)

Segundo Silva *et al* (2019) a *Empatia* é muito relevante para empresas que buscam aumentar seu espaço de mercado, pois o cliente é conquistado pelo atendimento, atenção da

empresa e o quanto se preocupa em ajudar o cliente. A *empresa deve funcionar em horários flexíveis* é a variável que apresenta a maior proximidade entre a *Expectativa* e *Satisfação* dos respondentes [0,143], conforme Quadro 6. No geral, percebe-se que o *Atendimento individualizado* e a *Capacidade de solução de problemas* também possuem baixas diferenças, o que indica que a *Empatia* dos colaboradores e da Empresa é algo positivo. Os dados mostram que os colaboradores se esforçam para resolver os problemas do cliente.

**Quadro 6** - Qualidade percebida na dimensão Empatia

	Empatia		
	Expectativa	Satisfação	Diferença
A empresa deve prestar atenção individualizada ao cliente	5,071	4,646	0,425
A empresa deve se esforçar para resolver os problemas do cliente	5,571	5,214	0,357
Os colaboradores devem compreender plenamente as necessidades/sentimentos do cliente	5,143	4,571	0,572
A empresa deve saber lidar com conflitos	5,571	4,786	0,785
A empresa deve funcionar em horários flexíveis	4,714	4,571	0,143

Fonte: elaborado pelos Autores (2022)

#### 6.4 CORRELAÇÕES DAS VARIÁVEIS DO SERQUAL COM OS PERFIS

Conforme Hair *et al* (2005) a correlação é uma medida do grau de relação linear entre duas variáveis com índices quantitativos, o qual pode variar de -1 a 1, e quanto mais próximo a estas extremidades mais força possui a correlação entre elas. Foi calculada Correlação das variáveis de *Expectativa* e *Percepção* com o perfil dos respondentes. As únicas correlações com significância aceitável (< 0,05) foram relacionadas ao sexo dos respondentes. Todas as correlações encontradas foram negativas (Quadro 7), ou seja, percebe-se que os perfis do sexo feminino tendem a possuir *Expectativas* mais positivas, e que quanto à *Satisfação com o serviço prestado*, a *Apresentação de certificados ou documentos* é alvo de críticas por parte do público masculino respondente.

**Quadro 7** - Correlação entre Sexo dos respondentes e quesitos do Servqual

Servqual	Dimensão	Quesito	Correlação
Expectativa	Confiabilidade	Empresa deve manter o cliente atualizado	-,785
Expectativa	Capacidade de resposta	Os colaboradores devem informar com precisão a data da prestação do serviço	-,817
Expectativa	Capacidade de resposta	Os colaboradores devem atender rapidamente as demandas do cliente	-,815
Expectativa	Capacidade de resposta	Os colaboradores devem estar sempre dispostos a ajudar o cliente	-,785

Expectativa	Capacidade de resposta	A empresa deve informar em tempo real as ocorrências relativas ao serviço	-,849
Expectativa	Empatia	A empresa deve se esforçar para resolver os problemas do cliente	-,789
Expectativa	Empatia	Os colaboradores devem compreender plenamente as necessidades do cliente	-,844
Expectativa	Empatia	A empresa deve saber lidar com conflitos	-,789
Expectativa	Empatia	A empresa deve funcionar em horários flexíveis	-,760
Satisfação	Tangibilidade	A transportadora apresenta os certificados ou documentos solicitados pelo cliente	-,713

Fonte: elaborado pelo Autor (2022)

## 6.5 CORRELAÇÃO ENTRE VARIÁVEIS DO SERVQUAL

Ao observar as correlações entre as variáveis de *Expectativas* entre si, identifica-se 43 correlações, enquanto nas variáveis de *Percepção* apenas 14 correlações se destacaram. Carvalho (2013) aponta que sempre que existam variáveis fortemente correlacionadas é concebível agrupá-las de modo que as variáveis estejam em grupos distintos apresentem fraca correlação. O foco da análise se deu entre variáveis de *Expectativas* e de *Satisfação*, no qual se observou apenas 5 correlações, conforme Quadros 8 e 9. Nos quesitos de *Percepção*, o que mais manteve correlação com as *Expectativas* foi: *Os comprovantes de entregas devem retornar em boa qualidade, datados e assinados corretamente*, conforme a Quadro 9. Estas correlações sugerem que a *Tangibilidade* da *Entrega de comprovantes em boa qualidade, datados e assinados corretamente*, possuem correlação positiva com a manutenção de informações em tempo real, atualização dos clientes, e principalmente, na segurança que os clientes sentem com os colaboradores.

**Quadro 8** - Correlação entre Comprovantes de entrega (Expectativas) e quesitos de Percepção

Dimensão da Expectativa	Quesito	Correlação
Expectativas	A empresa deve manter o cliente atualizado	,720
Capacidade de resposta	A transportadora consegue informar em tempo real as ocorrências relativas ao serviço	,864
Garantia	Os clientes sentem-se seguros ao negociar com os colaboradores	,787

Fonte: elaborado pelos Autores (2022)

Ocorreram 2 correlações com a dimensão *Garantia*, no campo das *Expectativas*: *Os clientes sentem-se seguros ao negociar com os colaboradores*. Garson (2009) aponta que correlação é uma medida do grau de relacionamento entre duas variáveis. Estas correlações sugerem que a segurança dos clientes pode estar associada à *Disponibilização de comprovantes*

corretamente preenchidos e assinados e à *Confiabilidade* que os colaboradores impõem durante o atendimento que prestam.

**Quadro 9** - Correlação entre Garantia (Expectativas) e quesitos de Percepção

Dimensão de Satisfação	Quesito	Correlação
Tangibilidade	Os comprovantes de entregas retornam em boa qualidade, datados e assinados corretamente	,787
Garantia	Os colaboradores devem ser confiáveis	,715

Fonte: elaborado pelos Autores (2022)

## 7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O Objetivo desta pesquisa foi avaliar a qualidade percebida do serviço prestado a empresas de 4 diferentes regiões do País por uma transportadora de Teresina-Pi, e percebeu-se que a Transportadora não atende às expectativas dos clientes em nenhuma das cinco dimensões do SERVQUAL, e apesar da discrepância entre a *Expectativa* do usuário e a *Percepção* do serviço efetivamente recebido não ser grande, esse fato indica um problema para a empresa, pois os clientes tendem a ampliar exigências ao longo do tempo. Além disso o crescimento da concorrência e a incorporação de inovações tecnológicas e interpessoais torna o cenário cada vez mais competitivo, o que pode gerar a migração de clientes para concorrência com um serviço de maior qualidade.

Percebeu-se pouca variação nos níveis de resposta utilizados para mensurar as *Expectativas* dos entrevistados, apesar de possuírem diferentes portes e ainda de estarem em 4 regiões distintas do País. Foi identificado que a Transportadora é bem avaliada quanto à *Apresentação de documentos e certificados*, por vezes exigidos para realização de contratos de transportes, mas que há demanda por melhora quanto à *Assinatura, datas e preservação dos comprovantes de entrega*.

A maior distância entre a *Expectativa* e *Percepção* dos respondentes se deu quanto ao *Atendimento de prazos* e *Informação de ocorrências de entrega em tempo real*. O que é sugestivo quanto ao aumento da disponibilização de informações aos embarcadores, e maior zelo quanto ao cumprimento de prazos de entrega e à disponibilização rápida de informações aos clientes. Quanto aos funcionários da empresa, os respondentes apontaram confiança, educação, gentileza e esforço para solução de problemas como pontos próximos à *Expectativa*.

A *Tangibilidade* proporcionada pela *Entrega de comprovantes em boa qualidade, datados e assinados* possui relação positiva e direta entre a *Informação em tempo real de ocorrências em relação aos serviços* e a *Manutenção do cliente atualizado com a segurança*

na negociação com os funcionários da Transportadora. Como tal entrega é o pior item avaliado, percebe-se que a intermediação das informações através dos funcionários aos embarcadores tem sido um gargalo na qualidade do serviço prestado, não por desqualificação dos colaboradores, mas a expectativa quanto ao acesso às informações estarem altas.

Por ser um estudo de caso, é importante ressaltar que os resultados aqui encontrados se limitam à realidade específica estudada, e recomenda-se ampliar a investigação de forma mais abrangente, podendo incluir os clientes destinatários, e não apenas com os embarcadores.

## REFERÊNCIAS

AGÊNCIA BRASIL. **Setor de serviços avança 2,3% em 2023, revela IBGE**. 2024. Disponível em <https://agenciabrasil.etc.com.br/economia/noticia/2024-02/setor-de-servicos-avanca-23-em-2023-revela-o-ibge>. Acesso em 17 fev. 2024.

CARVALHO, Francisco Ricardo Duarte. **Análise Fatorial**. 2013. Dissertação (Mestre em Matemática) - Departamento de Matemática da Faculdade de ciências e tecnologia, Universidade de Coimbra, 2013.

CNT – CONFEDERAÇÃO NACIONAL DE TRANSPORTES. **Boletins técnicos CNT**: janeiro de 2024. 2024. Disponível em [https://cdn.cnt.org.br/diretorioVirtualPrd/3bc09540-9611-4c1e-8155-9a8adcbf6bd2\\_CorteDocumento.png](https://cdn.cnt.org.br/diretorioVirtualPrd/3bc09540-9611-4c1e-8155-9a8adcbf6bd2_CorteDocumento.png). Acesso em 20 abr. 2024.

COLONA, Sueli Ferreira; FEITOSA, Wilian Ramalho; KELCH, Rodrigo dos Santos. A case analysis about the assessment of quality of services in a logistics company in the light of the servqual model. **Independent Journal of Management & Production** – IJM&P, v.8, n.5, p. 641-658, Special Edition, 2016.

FERNANDES, Alice Munz *et al.* Qualidade em serviços: percepção discente baseada no modelo SERVQUAL. **Revista Eletrônica Gestão e Serviços**, v.8, n.2, p. 2005-2020, 2017.

FITZSIMMONS, James A.; FITZSIMMONS, Mona J. **Administração de serviços**: operações, estratégia e tecnologia de informação. Porto Alegre: Bookman, 2014.

GARSON, G. David. **Statnotes**: Topics in Multivariate Analysis. North Carolina State University. 2009. Disponível em <https://docplayer.net/25535564-Aus-statnotes-topics-in-multivariate-analysis-by-g-david-garson-zugriff-am.html>. Acesso em 13 mai. 2022.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 2002.

HAIR JUNIOR, Joseph F.; ANDERSON, Rolph E.; TATHAM, Ronald L.; BLACK, William C. **Análise multivariada de dados**. Porto Alegre: Bookman, 2005.

KERSTEN, Wolfgang; KOCH, Jan. The effect of quality management on the service quality and business success of logistics service providers. **International Journal of Quality & Reliability Management**, v.27, n.2, p. 185-200, 2010.



KOROCOSKI, Saulo Roberto; FERREIRA, Pablo Lorenzato; ATMANCUZK, Maurício. A qualidade percebida por consumidores de serviços de reparação automotiva: uma aplicação do Modelo Servqual. **Revista Organizações em Contexto**, v.12, n.23, jan-jun. p. 221-240, 2016.

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin L. **Administração de marketing**. 12 ed. São Paulo: Pearson, 2006.

McCOLLIN, Chris; OGRAJENSEK, Irena; GOB, Rainer; AHLEMEYER-STUBBE, Andrea. Servqual and the Process Improvement Challenge. **Quality and Reliability Engineering International**, n.27, p.705-718, 2011.

MILAN, Gabriel Sperandio; SILVA, Marcelo Benetti Correa da; De TONI, Deodir; LARENTIS, Fabiano. Adaptação da Escala Servqual para avaliação da qualidade dos serviços na construção de edificações multifamiliares. **Revista de Administração da Unimep**, v.12, n.2, mai-ago, p.136-158, 2014.

PARASURAMAN, A Parsu; BERRY, Leonard L.; ZEITHAML, Valarie A. A conceptual model of service quality and its implications for future research. **Journal of Marketing**, USA, v. 49, n. 4, p. 41-50, 1985.

PARASURAMAN, A Parsu; ZEITHAML, Valarie A.; BERRY, Leonard L. SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. **Journal of Retailing**, v. 64, p. 12-40, 1988.

PENA, Mileide Moraes; SILVA, Edenise Maria Santos; TRONCHIN, Daisy Maria Rizatto; MELLEIRO, Marta Maria. O emprego do modelo de qualidade de Parasuraman, Zeithaml e Berry em serviços de saúde. **Revista da Escola de Enfermagem USP**, v.47, n.5, 2013.

POTZIK, Fabiola de Mattos; MESSIAS, Luana Costa Pierre de; OLIVEIRA, Sérgio Luis Ignácio de; OLIVEIRA, Paulo Sergio Gonçalves de. Avaliação da qualidade do serviço online prestado pelos aplicativos móveis para delivery utilizando a escala Servqual adaptada. **Revista Organizações em Contexto**, v.16, n.31, jan-jun, p. 369-388, 2020.

SILVA, Deoclécio Junior Cardoso da; GODOY, Leoni Pentiado; GODOY, Tais Pentiado; WEGNER, Roger da Silva; SUDATI, Lucas Urach. Utilização da escala Servqual para mensuração da qualidade: estudo de caso em uma empresa de transporte público. **Revista de Administração da UFSM**, v.12, n.5, p. 894-910, 2019.

SOUSA, Eduardo Mesquita.; LOPES, Evandro Luiz. Escalas Concorrentes: A Mensuração da Qualidade Percebida em Serviços Puros. **Revista Pretexto**, v. 22, n. 1, p. 36-52, 2021.

TONTINI, Gérson; ZANCHETT, Ricardo. Atributos de satisfação e lealdade em serviços logísticos. **Revista Gestão & Produção**, v. 17, n. 4, 2010.

TORRES, G. V.; GOUVEIA, T. M. O. A.; KAMLOT, D. Avaliação da Qualidade da Prestação de Serviços de Contabilidade para Micro e Pequenas Empresas do Município do Rio de Janeiro. **Revista de Contabilidade do Mestrado em Ciências Contábeis da UERJ**, v. 24, n. 3, p. 27-46, 2019.



---

VARGAS, Katiúscia Schiemer; SCHALENBERGER, Ingrid Monike Severo; HÖRBE, Tatiane de Andrade Neves. Avaliação da qualidade do serviço na representação médica: aplicação da metodologia Servqual. **Revista Brasileira de Gestão e Inovação**, v.2, n.1, set-dez. p. 111-126, 2014.

YIN, Robert K. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.

**Como referenciar:**

VIANA, L. O.; ALCÂNTARA, V.V. Qualidade do serviço prestado por Transportadora através do Servqual. **Revista Gestão e Organizações**, v. 9, n.1, p. 91-106, jan/mar. 2024.