



QUALIDADE PERCEBIDA EM SERVIÇOS UTILIZANDO A FERRAMENTA SERVQUAL EM EMPRESA DE ENTREGA DE CARGAS

Peri Guilherme Monteiro da Silva¹

Eixo Temático 2: Práticas de Gestão Organizacional

RESUMO

As metodologias utilizadas para avaliar a qualidade do serviço prestado por qualquer organização têm como finalidade a eliminação de gargalos e falhas que impedem a satisfação do cliente. Este trabalho teve como objetivo encontrar falhas de qualidade na prestação do serviço de entregas de carga, através da aplicação da ferramenta SERVQUAL, para medir a satisfação de clientes considerados fixos no período de 12 meses, para propor ações e processos que tornarão o serviço mais eficiente e eficaz. Buscou-se apresentar a utilização do Servqual e demonstrar tópicos onde deve ocorrer um planejamento de melhorias na empresa, segundo os usuários de seus serviços. A entidade estudada é uma empresa de entrega de cargas. As principais falhas encontradas estão ligadas a ausência de estrutura e tecnologia, além do gargalo existente da na agilidade dos funcionários ao prestarem o serviço. É proposto à instituição privada a realização de treinamento para a mão de obra. Recomenda-se também que a estrutura passe por reformas e que novos equipamentos atualizados sejam adquiridos para que o serviço possa suprir a necessidade da demanda.

Palavras-chave: SERVQUAL. Qualidade em serviços. Qualidade

1. INTRODUÇÃO

O mundo contemporâneo vem passando por transformações, deste modo apresenta características distintas quando ocorre comparação com décadas passadas, isso se deve ao fato dos nichos sociais estarem aumentando, ocorrendo desta maneira uma complexidade de interação entre as pessoas, aumentando o nível de heterogeneidade da demanda.

Ocorrem modificações consideráveis nas relações comerciais, aumentando a competitividade. Com este cenário a demanda começa a esculpir seus anseios às novas realidades, buscando intensamente qualidade quando adquirem um produto (bem ou serviço).

A qualidade de um serviço, independente de seu local de prestação, sempre deve objetivar-se em gerar satisfação ao cliente. Fato de suma importância para estabelecer uma imagem positiva da empresa dentro do mercado, ou seja, faz com que alcance grande fatia de mercado (HARGRIVES et al, 2005).

O Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE (2016) em sua última pesquisa divulgada, demonstra o comércio com queda de 0,3% em sua participação no que tange a atividades no Brasil, porém o setor de serviços apresenta crescimento de 0,7%. A Pesquisa Mensal de Serviços – PMS, de responsabilidade do IBGE, o Brasil apresenta crescimento ao que tange a participação do setor de serviços na economia desde o ano de 2013 até o presente.

¹ Engenheiro de produção, estudante Bolsista CAPES Programa de Pós-graduação em Desenvolvimento e Meio Ambiente Urbano – PPDMU, Universidade da Amazônia – UNAMA, Avenida Alcindo Cacela, 278, Bairro Umarizal, Belém, PA, Brasil, e-mail: peri-guilherme@hotmail.com

Na condição de falta de qualidade deve-se entender quando se refere à prestação de serviços, a necessidade de nivelamento entre as expectativas do consumidor com a sua percepção, ou seja, deve ocorrer equilíbrio ou superação da realidade vivida pelo cliente em relação ao que o mesmo espera (FITZSIMMONS; FITZSIMMONS, 2014).

Nazário (2000) informa o processo de transporte rodoviário de cargas sendo fornecimento de serviços não bem gerenciado pelas empresas. Ocorrendo a falta de sistemas de monitoramento e controle do desempenho referente a este setor, além de ferramentas que servem para auxílio na tomada de decisões e verificação de como se encontra a organização sobre o ponto de vista do cliente.

Este trabalho objetiva-se em verificar falhas de qualidade em serviços realizados por uma empresa de entrega de cargas no município de Marabá, estado do Pará, através da ferramenta SERVQUAL – Para verificar as disparidades existentes entre o vivenciado pelo usuário dos serviços da empresa e suas perspectivas desejadas, alcançando a proposição de ações para dizimar os hiatos de qualidade nos serviços da organização utilizada como objeto de estudo.

O trabalho é desenvolvido na seguinte estrutura: seção 2 apresenta o referencial teórico, apresentando fundamentação teórica dos temas utilizados pelo estudo; a seção 3 é referente à metodologia onde se apresenta os passos utilizados no desenvolvimento da pesquisa; na seção 4 estão os resultados de aplicação do questionário; A 5ª seção expõe as conclusões sobre o conteúdo abordado e proposta de estudos futuros.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

Neste tópico apresenta-se a fundamentação teórica, contendo os temas pesquisados, para existir suporte ao estudo de caso.

2.1 Logística

Ballou (2007) aponta o ramo de transporte como atividade de maior importância no mundo, desde a perspectiva militar até política. Evidenciando-se que a relevância da logística como influenciadora de crescimento de um país, sendo este um indutor de desenvolvimento socioeconômico.

Ching (2010) a origem da logística é datada de operações militares, onde existia a relação do processo de compra e fornecimento de itens para atender todos os tópicos que pautavam o fortalecimento dos combatentes. Com o passar do tempo este conceito foi difundido a conhecimento civil, onde passou a ser inserido no ramo empresarial, sendo criada a proposição de a logística ser referente à:

- Administração de sistemas;
- Controle de movimentações;
- Gestão de estoque;
- Controle de transporte de insumo.

O gerenciamento logístico engloba, portanto, os conceitos de fluxo de compras de matérias-primas, operações de produção e transformação, controle de materiais e processos bem como produtos acabados, compreendendo também todo gerenciamento de transporte e distribuição de produtos destinados à venda, desde depósitos intermediários até a chegada dos produtos aos consumidores finais (CHING, 2010, p3).

2.2 Gestão da qualidade

Uma organização tendo vantagem competitiva considerável representa que esta apresenta serviços de alta qualidade. Verifica-se que boa qualidade reduz custos: retrabalho, refugo, reclamações dos clientes e devoluções de produtos. Ocorre desta maneira a satisfação dos clientes (SLACK et al 2015).

Qualidade de um produto independente de ser bem ou serviço trás vantagem competitiva à empresa, fazendo com que aumente seu *market share*, pois a clientela estará satisfeita com o desempenho dos serviços realizados pela organização. Pautando-se em relação às despesas, existe sua diminuição, pois será evitadas exercício de determinadas atividades que não agregam valor ao produto que estará à disposição da demanda (SILVA, 2013).

Tendo como finalidade a resolução de problemas que afetam diretamente ou indiretamente a execução de atividades de uma instituição, devem ser usadas as ferramentas da qualidade, pois permitem a melhoria continua – Kaizen. Por meio das ferramentas da qualidade existe a identificação dos problemas e suas causas, favorecendo no momento de tomada de decisão (PACHECO et al, 2011).

Abaixo segue uma lista das ferramentas de qualidade:

- Folha de verificação;
- Estratificação;
- Diagrama de dispersão;
- Histograma;
- Gráfico de controle;
- Diagrama de causa e efeito ou diagrama de Ishikawa;
- Gráfico de Pareto;
- Brainstorming;
- 5W2H;
- Mapeamento de processos;
- Matriz GUT;
- Os 5 porquês;
- Service quality – SERVQUAL

2.3 – SERVQUAL – Service Quality

Ferramenta desenvolvida por Parasuraman, Zeithaml e Berry, consiste em realizar a comparação entre percepção e expectativa de determinado serviço, foi desenvolvida e apresentada no ano de 1988 no estudo “SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of quality”, traduzindo-se “SERVQUAL: uma escala de multi-critérios para medir a percepção dos consumidores de qualidade” (Monteiro, 2015).

Parasuraman et al (1988) coloca o Servqual com cinco dimensões: Tangibilidade, confiabilidade, Responsividade (prontidão em alcance de respostas a possibilidade de problemas), Garantia e Empatia. Cada dimensão tem suas subdimensões, totalizando 22 itens.

O Quadro 1 apresenta os tópicos que são compreendidos e divididos nas 5 dimensões da qualidade segundo Parasuraman *et al* (1988).

Quadro 1: Dimensões e fatores SERVQUAL

Dimensões	Fatores
Tangíveis	1. Equipamento Moderno 2. Instalações visualmente agradáveis 3. Funcionários com apresentação agradável e profissional 4. Materiais associados aos serviços visualmente agradáveis
Confiabilidade	5. Serviços oferecidos conforme o prometido 6. Confiabilidade na resolução de problemas e reclamações 7. Serviços oferecidos nos prazos prometidos 8. Serviços realizados de forma correta pela primeira vez
Prontidão nas providências e respostas (Responsividade)	10. Clientes mantidos informados sobre quando serviços serão realizados 11. Prontidão na realização dos serviços 12. Disposição para ajudar os clientes 13. Prontidão para responder as solicitações dos clientes
Segurança	14. Funcionários que transmitem segurança ao cliente 15. Segurança transmitida ao cliente durante a compra 16. Funcionários frequentemente cordiais 17. Funcionários com conhecimento para responder as perguntas dos clientes
Empatia	18. Clientes recebendo uma atenção individual 19. Funcionários que tratam o cliente de forma atenciosa 20. Interesse genuíno demonstrado em servir o cliente 21. Funcionários que entendem as necessidades de seus clientes 22. Horário de funcionamento conveniente aos clientes

Fonte: Autor (2018)

Berry, Parasuraman e Zeithaml (2006) acreditam que a qualidade identificada expressa um veredito global na qual o cliente cria a partir da excelência ou deficiência do serviço, correspondendo uma forma de atitude relacionada, mas não proporcional à satisfação, e que resulta de uma confrontação das expectativas com as percepções da execução do serviço. A escala Servqual tem muito prestígio por sua aplicabilidade, tal como pelo “poder de diagnóstico”, diante disso tem sido largamente propagada e utilizada em diversas prestadoras de serviços.

As expectativas são utilizadas pelos clientes como base de avaliação do desempenho de um serviço, antecedendo assim, a resposta de satisfação (FARIAS, 1998). Antes de ocorrer uma compra os clientes criam expectativas sobre a qualidade do serviço, baseado nas suas necessidades e experiências vividas. Após a compra, a comparação entre o que se desejava e o que ele realmente recebeu, é inevitável. Se a qualidade do serviço oferecido for inferior à qualidade desejada, ocorre uma divergência, ou seja, uma lacuna entre o desempenho do fornecedor do serviço e as expectativas dos clientes. (LOVELOCK, 2003; MIGUEL, 2011).

3. METODOLOGIA

Foi realizado o estudo de caso segundo Gil (2010) trata-se de um estudo exaustivo de um ou mais objetos, permitindo ao pesquisador amplo e detalhado conhecimento, não somente do objeto, mas tudo o que influencia neste.

Foram realizadas pesquisas bibliográficas em livros de formato digital e físico, análise de artigos disponibilizados por anais de eventos nacionais, pois este apanhado de teorias e conhecimentos serve para dar suporte aos temas estudados e trabalhados no estudo.

Aplicou-se o questionário fabricado a partir dos critérios presentes na Tabela 1, onde cada tópico presente foi representado por uma questão. O Quadro 2 apresenta o questionário utilizado no momento de coleta de dados.

Quadro 2: Questionário

ITENS EM QUESTÃO	Expectativa	Realidade
TANGIBILIDADE		
1. A empresa deveria ter equipamentos modernos.		
2. A empresa deve ter instalações físicas visualmente atrativas.		
3. Funcionários da empresa deveriam estar bem-vestidos e asseados.		
4. A empresa deve ter os materiais de serviços visualmente agradáveis.		
CONFIABILIDADE		
5. A empresa promete fazer algo em certo tempo deveria fazê-lo.		
6. A empresa deveria passar confiança ao usuário na resolução de problemas		
7. A empresa deveria transmitir confiança quanto aos serviços prestados na primeira vez.		
8. A empresa deveria fornecer o serviço nos horários agendados.		
9. A empresa deve manter seus registros de forma correta (sem falhas, erros).		
RESPONSIVIDADE		
10. A empresa deveria informar sobre o horário de funcionamento de todos os seus serviços.		
11. Os funcionários devem estar sempre disponíveis em ajudar os clientes.		
12. A empresa deveria ter agilidade nos serviços de apoio.		
13. Os funcionários da empresa deveriam ser pontuais quando ocorrem problemas.		
SEGURANÇA		
14. Os funcionários da empresa devem transmitir confiança aos clientes.		
15. Os usuários deveriam ser capazes de se sentir seguros na negociação com os funcionários.		
16. Os funcionários da empresa deveriam ser educados.		
17. Os funcionários da empresa devem ter conhecimento para cumprir suas tarefas corretamente.		
EMPATIA		
18. É de se esperar que os funcionários atendam seus clientes de forma individual.		
19. É de se esperar que os funcionários deem atenção personalizada aos clientes.		
20. É de se esperar que os funcionários saibam o interesse dos clientes.		
21. É de se esperar que os funcionários da empresa tenham como objetivo o melhor para o usuário.		
22. O horário de funcionamento da empresa deve ser conveniente para todos os clientes.		

Fonte: Autor (2018)

O estudo tem abordagem de levantamento *survey*, Miguel (2007) afirma ser o levantamento de dados relacionados a um problema, tendo como base amostra, após realização de análise quantitativa, será permitida a obtenção de conclusões referentes ao material que foi coletado.

O local utilizado para estudo é uma empresa de entrega de cargas, está localizada no município de Marabá, estado do Pará. Verifica-se que no período abordado pela pesquisa 4 outras instituições privadas tinham contrato de prestação de serviços, desta forma, elas já ficam diretamente inclusas na amostragem.

A amostra foi de 10 clientes, pois foi considerado o fator de que deveria ser realizada pesquisa com as empresas ou pessoas físicas com utilização mais frequente do serviço de entrega de cargas no período de um ano, pois a rotatividade de demanda na empresa é alta, então se utilizou tal critério para suporte no momento de aplicação de questionário.

Para preenchimento do questionário foi utilizada a escala Likert, onde o entrevistado coloca a pontuação de 1 a 5, ocorrendo à referência de concordância e discordância, onde cada item representa: 1 – Discordo Totalmente; 2 – Discordo Parcialmente; 3 – Indiferente; 4 – Concordo Parcialmente; 5 – Excelente.

4. APLICAÇÃO DO QUESTIONÁRIO

Os dados apresentados no estudo de caso são provenientes da aplicação do questionário da metodologia Servqual, desta forma foi possível realizar análises de quais pontos é necessários serem submetidos a melhorias.

O questionário apresentado pelo Quadro 2 foi aplicado, estabelecendo a escala de Likert, colocando valores para expectativa e realidade, onde são encontrados os *gaps* ou lacunas de dimensões de qualidade, podendo ser positivo quando a realidade encontra-se acima da expectativa e negativo quando a realidade é inferior à expectativa.

A Tabela 1 apresenta os dados adquiridos pela aplicação da ferramenta Servqual com os valores encontrados com os 10 clientes, são expostos os valores da média das respostas dadas pelos clientes escolhidos, observa-se a apresentação de valores inteiros devido à pequena diferença quando em números decimais, porém sempre arredondado para número acima, explicitando maiores valores de *gaps*.

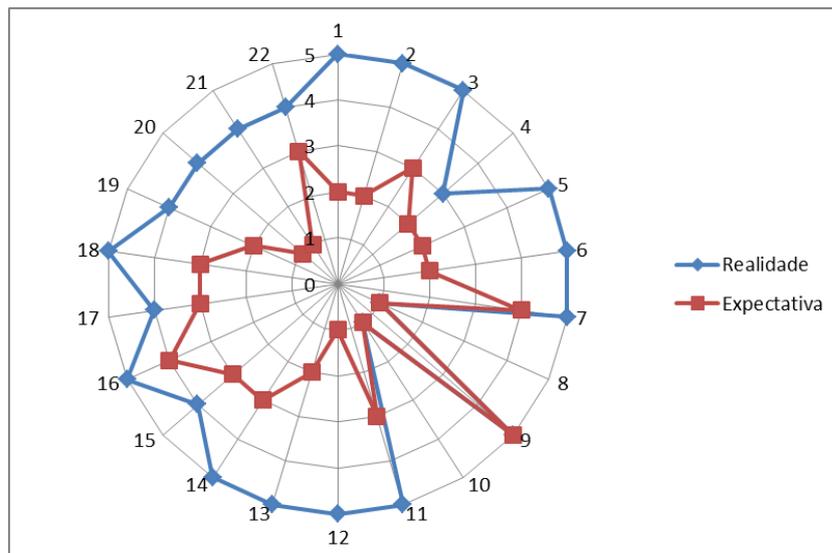
Tabela 1: Questionário respondido

ITENS EM QUESTÃO	Expectativa	Realidade	Gap
1. A empresa deveria ter equipamentos modernos.	5	2	-3
2. A empresa deve ter instalações físicas visualmente atrativas.	5	2	-3
3. Funcionários da empresa deveriam estar bem-vestidos e asseados.	5	3	-2
4. A empresa deve ter os materiais de serviços visualmente agradáveis.	3	2	-1
5. A empresa promete fazer algo em certo tempo deveria fazê-lo.	5	2	-3
6. A empresa deveria passar confiança ao usuário na resolução de problemas	5	2	-3
7. A empresa deveria transmitir confiança quanto aos serviços prestados na primeira vez.	5	4	-1
8. A empresa deveria fornecer o serviço nos horários agendados.	1	1	0
9. A empresa deve manter seus registros de forma correta (sem falhas, erros).	5	5	0
10. A empresa deveria informar sobre o horário de funcionamento de todos os seus serviços.	1	1	0
11. Os funcionários devem estar sempre disponíveis em ajudar os clientes.	5	3	-2
12. A empresa deveria ter agilidade nos serviços de apoio.	5	1	-4
13. Os funcionários da empresa deveriam ser pontuais quando ocorrem problemas.	5	2	-3
14. Os funcionários da empresa devem transmitir confiança aos clientes.	5	3	-2
15. Os usuários deveriam ser capazes de se sentir seguros na negociação com os funcionários.	4	3	-1
16. Os funcionários da empresa deveriam ser educados.	5	4	-1
17. Os funcionários da empresa devem ter conhecimento para cumprir suas tarefas corretamente.	4	3	-1
18. É de se esperar que os funcionários atendam seus clientes de forma individual.	5	3	-2
19. É de se esperar que os funcionários deem atenção personalizada aos clientes.	4	2	-2
20. É de se esperar que os funcionários saibam o interesse dos clientes.	4	1	-3
21. É de se esperar que os funcionários da empresa tenham como objetivo o melhor para o usuário.	4	1	-3
22. O horário de funcionamento da empresa deve ser conveniente para todos os clientes.	4	3	-1

Fonte: Autor (2018)

A partir dos dados adquiridos com a aplicação do Servqual, pode-se realizar o gráfico presente na Figura 1, representando a diferença entre o serviço da forma que a demanda almeja que seja ofertado e como realmente é ofertado, ficando evidente determinadas disparidades.

Figura 1: Análise gráfica entre realidade e expectativa



Fonte: Autor (2018)

No gráfico torna-se perceptível a diferença em muitos pontos, demonstrando em muitos pontos a existência de grande diferença do esperado pela realidade, porém ocorre a existência de equilíbrio, representando que naquele determinado tópico a empresa estudada oferece o serviço com qualidade desejável pelos consumidores.

Os *gaps* com maiores valores negativos são os que necessitam de maior atenção verificando-se o item de número 12, referente à dimensão responsividade no que se trata sobre a agilidade no serviço de apoio por parte da empresa, tendo o valor de -4, sendo este o maior *gap* encontrado.

Verifica-se *gaps* de valor -3, que também devem ser considerados de alto valor e de grande necessidade de melhoria, todos são de diferentes dimensões, retratando desta maneira que todas as propostas de aperfeiçoamento na empresa, não devem ter o foco somente em uma dimensão da qualidade, mas ter a caracterização de entender cada lacuna como parte de um todo.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Tendo por base a análise apresentada, nota-se a objetivação do trabalho em aplicar a escala Servqual e realizar a medição de satisfação dos usuários dos serviços da empresa de entrega de cargas, no município de marabá. Aplicando o questionário referente à ferramenta já citada, composto por 22 questões que foram respondidas com base na escala Likert.

Os principais *gaps* são referentes à ausência de tecnologia, falta de estrutura na prestação e serviço com qualidade. Verificando-se a falta de agilidade na prestação de serviços, que segundo a óptica dos clientes deveria ser de maneira rápida, diminuindo desta forma a eficiência na realização do serviço, ocasionando a ruptura da ponte que liga o mercado com a empresa. Existe falha no comprometimento dos colaboradores, o que influencia ainda mais na forma em que a demanda analisa a organização.

Propõe-se que sejam realizados cursos dentro da empresa que visem o atendimento aos clientes, além de aulas sobre liderança e gestão para os gerentes consigam ter uma visão holística da empresa e do mercado e entender que os pontos destacados dentro do Servqual com *gaps* negativos, podem ser diminuídos e extinguidos.



É necessário que a empresa apresente material e estrutura física para suprir a necessidade de sua demanda, pois desta forma aumentam seu desempenho, influenciando diretamente na qualidade no que tange a percepção do cliente e existirá o aumento de confiabilidade e segurança dentro do Servqual.

Propõe-se como trabalhos futuros o estudo de gerenciamento de estoque, a utilização de diagrama de Ishikawa, para encontrar outros problemas dentro da empresa ou até os mesmos, porém com as suas causa. A criação de um 5W2H, o plano de ação, para que a empresa consiga encontrar maneiras de por em ação suas possíveis melhorias, traçando desta forma caminhos que ela deverá seguir para ter maior desempenho.

REFERÊNCIAS

BALLOU, R. H. **logística empresarial**: transportes, administração de materiais, distribuição física. São Paulo: Atlas, 2007.

BERRY, L. L.; PARASURAMAN A.; ZEITHAML, V. A. Um Modelo Conceitual de Qualidade de Serviços e Suas Implicações para a Pesquisa no Futuro. **RAE Revista de Administração de Empresas**. V 46. nº4 .

CHING,H. Y. **Gestão de estoques na cadeia de logística entregada**. São Paulo:atlas2010.

DNIT, **Relatório do Sistema de Gerência de Pavimentos**. Disponível em <<http://www.dnit.gov.br/download/planejamento-pesquisa/planejamento/evolucao-da-malha-rodoviaria/Relatorio%20SGP%202011>> Acesso em 18/03/2018.

FARIAS, S. A. Avaliação Simultânea dos Determinantes da Satisfação do Consumidor: um estudo no segmento da terceira idade. Tese: Universidade de São Paulo, Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade, São Paulo, 1998.

FITZSIMMONS, J. A.; FITZSIMMONS, M. J. **Administração de Serviços: operações, estratégia e tecnologia de informação**. 7. ed. Porto Alegre: Bookman, 2014.

GIL, A. C.. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2010. 184p.

HARGRIVES, L.; ZUANETTI, R.; LEE, R. ET AL. **Qualidade em prestação de serviços: Edição revisada e ampliada**. Rio de Janeiro: Senac Nacional, 2005.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. IBGE. **Serviços**. Disponível em: <<http://brasilemsintese.ibge.gov.br/servicos.html>> Acesso em: 17/03/2018.

LOVELOCK, C. H.; WRIGHT, L. **Serviços: Marketing e Gestão**. São Paulo: Saraiva, 2003.

MIGUEL, P. A. C. **Estudo de caso na engenharia de produção: estruturação e recomendações para sua condução**. Revista Produção, v. 17, n. 1, p. 216-229, Jan./Abr. 2007.

MIGUEL, P. A. C.; SATOLO, E.; FERREIRA, S.; CALARGE, F. A. Avaliação da Qualidade em Serviços em uma Livraria Utilizando o Instrumento SERVQUAL. **RGO Revista Gestão Organizacional**, V. 4, n. 2, p. 217 - 232, 2011.



MONTEIRO, A. C. C. **Qualidade percebida em serviços públicos através da aplicação do instrumento servqual, um estudo de caso em um órgão público do estado do amapá.** XXXV Enegep. Fortaleza 2015, Anais.

NAZÁRIO, P. **Logística empresarial: a perspectiva brasileira.** São Paulo: Atlas,2000.

PACHECO M.; SAMPAIO, P.; RODRIGUES, C. **Ferramentas da qualidade: estudo da sua aplicação e uso nas organizações certificadas.** In: ENEGI, 2011, Guimarães. Anais eletrônicos... Universidade do Minho/Escola de Engenharia: Portugal, 2011. p. 237-239. Acesso em: 27/05/2018.

PARASURAMAN, A.; BERRY, L. L.; ZEITHAMLL, V. A. **SERVQUAL: a multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality.** Journal of Retailing, New York, v. 64, n. 1, p.12-40, Spring 1988.

SILVA, R. H.; OLIVEIRA, D. C. R.. **Controle de qualidade de um processo de produção de itens de segurança de carros.** In Enegep. Salvador 2013, Anais.

SLACK, N.; CHAMBERS, S.; JOHNSTON, R. **Administração da Produção.** São Paulo: Atlas, 2015