

Avaliação da qualidade do serviço de transporte rodoviário de carga no Sul Fluminense

Bianca dos Santos Costa
Universidade Federal Fluminense
bianca.costa@csn.com.br

Ilton Curty Leal Junior
Universidade Federal Fluminense
iltoncurty@vm.uff.br

RESUMO

Este artigo apresenta uma pesquisa realizada para a avaliação da qualidade do serviço de transporte rodoviário de carga na região Sul Fluminense. Para isto foram pesquisadas as empresas contratantes com o intuito de avaliar suas expectativas quanto ao serviço e comparar com o resultado real percebido. Para o desenvolvimento foi utilizada pesquisa bibliográfica para entendimento dos conceitos e aplicada uma pesquisa de campo que baseou-se na aplicação do questionário Servqual adaptado ao serviço de transporte. Os resultados indicaram que existem diferenças entre as expectativas e percepção das contratantes, demonstrando que os serviços prestados estão abaixo da qualidade esperada.

Palavras-chave: Qualidade em Serviços. Transporte Rodoviário de Carga. Servqual

1. INTRODUÇÃO

As maiores empresas do Brasil mantêm um índice de terceirização de serviços de logística de 91%, semelhante ao dos Estados Unidos e Europa, principalmente no que diz respeito ao item transporte. Em 81% dos casos, o objetivo dessa opção é a redução dos custos. No entanto, apenas 57% delas têm alcançado a meta, com uma economia média de 13% (VALENTE, 2008). A terceirização do transporte rodoviário agrega muitas reduções de custos, mas também pode gerar uma insatisfação para as partes envolvidas no processo, pois focar apenas em custos pode prejudicar a qualidade.

Há ainda o fato da dificuldade de se medir o resultado da qualidade, principalmente na produção e consumo de um serviço, pela subjetividade dos avaliadores que influencia diretamente na percepção do desempenho real do processo. O caso do transporte rodoviário de carga não é diferente. Ao utilizar este tipo de serviço terceirizado, os contratantes esperam determinados resultados que muitas das vezes não são atendidos sob o seu ponto de vista, apesar de constarem todas as bases e metas em um contrato formal. Por outro lado, os prestadores de serviço têm dificuldade de identificar se estão atendendo as expectativas e se não estão, precisam identificar qual a dimensão carece de maiores esforços e investimentos para gerar um resultado mais satisfatório.

A região Sul Fluminense se caracteriza por possuir uma forte dependência do modo rodoviário, como é o caso da maioria das outras regiões do país, e pela forte presença de atividade industrial que demanda baixos custos e um bom nível de serviço logístico para melhoria da competitividade. Segundo o IBGE (2006), são componentes da região Sul Fluminense os municípios de Angra dos Reis, Barra do Piraí, Barra Mansa, Itatiaia, Parati, Pinheiral, Piraí, Porto Real, Quatis, Resende, Rio Claro, Rio das Flores, Valença e Volta Redonda. Sua economia é baseada na indústria automotiva, metalúrgica, siderúrgica, cimenteira, alimentícia, energética (usinas termoelétricas, termonucleares e hidrelétricas), nas atividades agropecuárias (destacando-se a criação de gado leiteiro), na produção de hortifrutigranjeiros e no comércio varejista.

Diante disto, o presente trabalho está baseado na seguinte situação problema: quais são os *gaps* entre expectativa e desempenho nas dimensões da qualidade, sob o ponto de vista dos contratantes do serviço de transporte rodoviário de carga da região Sul Fluminense?

Justifica-se a importância deste trabalho pelo fato de que um melhor conhecimento das dimensões da qualidade no serviço e da distância entre o que se espera do que realmente é percebido ser uma fonte de oportunidade, tanto para contratantes quanto para prestadores de serviços, de melhoria da qualidade do serviço de transporte.

O objetivo deste trabalho é identificar os *gaps* existentes nas dimensões da qualidade do serviço de transporte rodoviário de carga das empresas do Sul Fluminense e assim avaliar sua qualidade com base nas expectativas e percepções dos contratantes.

Para aplicação da pesquisa foi utilizado um questionário desenvolvido especificamente para a avaliação da qualidade em serviços, que para este trabalho, foi adaptado ao transporte rodoviário de carga. Foram selecionadas aleatoriamente empresas de vários setores que atuam na região estudada. A pesquisa mostra que as transportadoras não estão atendendo as expectativas dos contratantes em nenhuma dimensão estudada.

2. BASE TEÓRICA

Segundo BALLOU (2004), o transporte rodoviário proporciona entrega razoavelmente rápida e confiável. Apesar de ser um segmento tão importante para a economia do país, o transporte rodoviário de cargas enfrenta grandes dificuldades. A situação atual caracteriza-se por fortes pressões sobre os custos das empresas, vindos principalmente dos aumentos de combustível, pedágio, seguros e tributos. Segundo FLEURY (2003), a falta de regulamentação e de fiscalização resultou num excesso de oferta de má qualidade, e num ambiente que induz as práticas operacionais danosas e a preços que impossibilitam a renovação da frota. Além disso, a inadequação da frota e o mau serviço prestado geram problemas de qualidade percebidos pelos clientes.

De acordo com PEDRIALI (2005), no início da década de 90 a economia brasileira passou por uma abertura comercial e processo de privatização, o que levou as empresas brasileiras a diminuírem a defasagem tecnológica e sofrerem grande concorrência de empresas estrangeiras. A consequência foi a queda das margens de lucro acarretando numa obsessão crescente pela redução de custos. Assim, uma das alternativas encontradas pelas empresas foi terceirizar departamentos não essenciais a atividade principal da corporação, possibilitando que a empresa ficasse responsável somente pelo planejamento estratégico (MAIA, 2003 apud PEDRIALI, 2005).

Segundo REZENDE (2001), existem vantagens de se ter um serviço de transporte de cargas terceirizado, como: possibilidade da contratante focar no negócio principal, transferência de investimentos, custos fixos e passivo trabalhista repassados para terceiros. Porém, a maior parte das empresas terceiriza apenas com foco na redução de custos, não se importando em manter o mesmo padrão da frota e qualidade de atendimento ao cliente e isso pode levar comprometer o processo de terceirização.

Ainda segundo REZENDE (2001), a empresa pode não estar preparada para compartilhar informações e não ter segurança se, ao terceirizar o transporte, será mantido o mesmo nível de manutenção da frota e qualidade de atendimento ao cliente e isso pode levar a manutenção do serviço com frota própria.

Observam-se pontos positivos e negativos que cada alternativa proporciona, ficando a critério de cada empresa decidir se o melhor seria terceirizar ou manter a frota própria, de

acordo com o nível de qualidade almejado. Nos dois casos, a avaliação do serviço é fundamental para a melhoria da qualidade do transporte.

No que se refere à qualidade do serviço, KOTLER e ARMSTRONG (2003), deixam claro que esta é uma das principais formas de uma empresa se diferenciar no mercado. A maioria dos serviços é resultado de ações que ocorrem no contato entre o contratante e os representantes da empresa de serviços num processo de interação cliente/fornecedor.

ALBRECHT (1992) afirma que o sistema de prestação de serviços melhor projetado e preparado poderá não ser eficaz no objetivo de satisfazer o cliente a menos que os processos funcionem de acordo com as suas expectativas. PARASURAMAN et al. (1992) aponta cinco dimensões na qualidade de um serviço para os clientes: aspectos tangíveis (aparência das instalações, equipamentos, pessoal envolvido e material de comunicação); confiabilidade (a habilidade para realizar o serviço prometido e com precisão); presteza (disponibilidade em ajudar os clientes e fornecer o serviço com presteza e prontidão); segurança (isenção de dúvida, risco ou perigo) e empatia (o fornecimento de atenção individualizada aos clientes, facilidade de contato e comunicação).

LAS CASAS (1995) afirma que o produto final de um serviço é sempre um sentimento. Os clientes ficam satisfeitos ou não conforme suas expectativas, o que torna a qualidade do serviço variável. Uma má experiência em relação a um serviço vivenciada pelo cliente ou relatada a ele terá um efeito extremamente negativo na formação das suas expectativas em relação a uma determinada empresa ou até mesmo a todas de um mesmo segmento.

Segundo GURGEL (2003), dentre as variáveis da qualidade de transporte encontram-se: grau de ocupação da frota, índice e gravidade das avarias de carga, disponibilidade de veículos da frota, regularidade da disponibilidade, rastreabilidade proporcionada pelo sistema de controle, segurança contra furtos, desvios de carga e acidentes no trânsito. A operação de transporte deve apresentar a qualidade atrelada aos seguintes objetivos: entregar a carga intacta, entregar as mercadorias no local de destino e de maneira cômoda, entregar as mercadorias dentro do prazo contratado e encurtar cada vez mais esses prazos, oferecer os serviços de transporte a um custo competitivo.

Quando se busca um fornecedor de serviço de transportes, é necessário ter um processo de avaliação deste fornecedor (MEIRIM, 2009) que considere as dimensões apresentadas. Alguns métodos utilizados para avaliação da qualidade em serviços são baseados no paradigma da desconformidade segundo o qual a satisfação do cliente decorre da relação entre expectativas e percepção de um serviço (MARCHETTI e PRADO, 2001). O instrumento Servqual é uma ferramenta utilizada para análises de qualidade de serviços e para isso possui um formato básico de expectativas/percepções com frases envolvendo as cinco dimensões da qualidade, sendo este modelo adaptado ao serviço de cada empresa no ato da análise a fim de se ajustar as suas necessidades específicas.

Este modelo de avaliação da qualidade de serviços possui grande aceitabilidade entre os autores e isto deve-se a sua própria utilidade, pois é uma escala concisa de múltiplos itens, com boa confiabilidade e validade (PARASURAMAN et al; 1990).

Segundo PARASURAMAN et al. (1985), em uma prestação de serviços existem 5 *gaps* que podem analisados pelas empresas, conforme mostra a figura 1. Alguns desses *gaps* são internos ao prestador de serviço, como o caso do 2, 3 e 4 ou possuem interfaces externas (*gaps* 1 e 5) com os clientes.

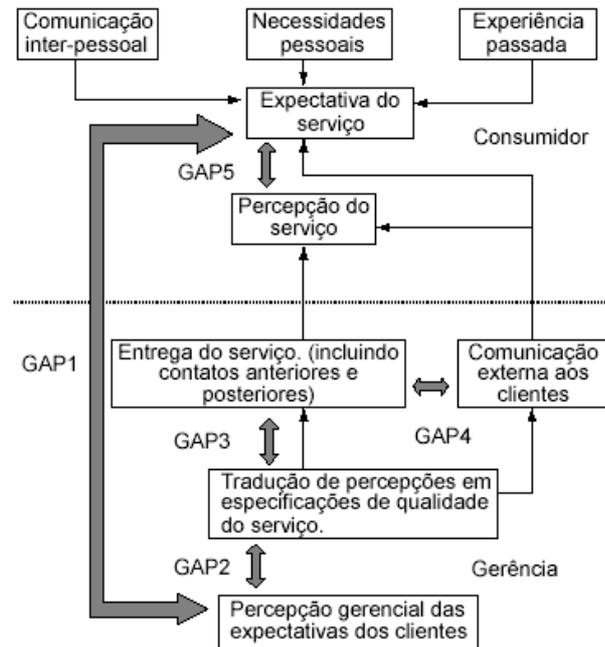


Figura 1: Modelo *gap* de qualidade dos serviços Fonte: PARASURAMAN *et al.* 1985

Por meio dos resultados do questionário Servqual, é possível obter informações para aproximar a percepção sobre os serviços prestados das expectativas dos clientes. Também é possível mensurar quão distante o serviço realmente prestado está do que os clientes realmente esperam.

Os resultados encontrados são apresentados como instrumento de tomada de decisão quanto às melhorias do pacote de serviços oferecido pelas transportadoras.

3. METODOLOGIA

Para confecção deste trabalho, foi realizada pesquisa bibliográfica em fontes que tratam de assuntos ligados ao desenvolvimento deste tema. Analisou-se o assunto em nível regional e por isso foram pesquisadas empresas produtoras que terceirizam o transporte rodoviário de cargas no Sul Fluminense. Do ponto de vista de seus objetivos a pesquisa foi descritiva (GIL, 1991), pois envolveu o uso de questionário como técnica padronizada de coleta de dados. O questionário foi desenvolvido com base no modelo Servqual, adaptado ao serviço de transporte rodoviário de carga.

O questionário compõe-se de 22 frases, utilizadas para verificação das expectativas dos clientes, de uma seção de percepção que consiste de um conjunto de combinações de frases específicas para empresas e também de uma seção para determinar a importância relativa das cinco dimensões. Cada questão é uma afirmativa onde os respondentes devem dar uma nota, em uma escala de 1 a 7, tanto para a expectativa quanto para a percepção. A nota 1 significa discordar fortemente e 7 concordar fortemente. A avaliação da qualidade em serviços, pode ser representado pelos *gaps* obtido entre expectativa e percepção, conforme equação 1.

$$\text{Gap} = \text{m\u00e9dia das notas de percep\u00e7\u00e3o} - \text{m\u00e9dia das notas de expectativa} \quad (1)$$

Assim, se as notas de expectativa forem maiores que as de percepção o *gap* será negativo, indicando a falta de qualidade na prestação de serviço. Caso contrário (percepção maior que expectativa) será constatado um *gap* positivo, que indica a qualidade no serviço.

Para o desenvolvimento das questões de cada dimensão, utilizou-se a pesquisa documental por meio do levantamento de itens e cláusulas utilizados em contratos realizados entre contratantes e transportadoras. Como complemento utilizou-se a pesquisa de campo, por meio de entrevistas com funcionários das empresas contratantes que lidam diretamente com este tipo de processo.

Os dados foram tabulados numa planilha que divide as expectativas e desempenhos de cada aspecto da qualidade, tendo como resultado a diferença entre os dois. O cálculo dos *gaps* foi feito por meio média simples do conjunto de respostas. Utilizou-se também o desvio padrão para identificar a dispersão das respostas em cada item, conforme KAZMIER (2002).

Com base numa amostra de tamanho n de uma população de tamanho N , o erro associado às estimativas das dimensões levantadas pelo questionário, considerando-se um nível de significância α , é calculado por meio da expressão estatística utilizada para a estimativa da média por intervalo de confiança, conforme equação 2.

$$e = \frac{t_{\alpha;n-1} s}{\sqrt{n}} \sqrt{\frac{N-n}{N-1}} \quad (2)$$

Onde: $t_{(\alpha;n-1)}$ é o percentil da distribuição t de student, α é o nível de significância, s é o desvio padrão amostral, n é o tamanho da amostra e N é o tamanho da população.

Este cálculo foi realizado a *posteriori* pelo fato de não se poder prever qual seria a quantidade de questionários que retornariam após o envio as empresas, tornando desconhecido o tamanho da amostra.

Do ponto de vista de sua natureza a pesquisa realizada foi aplicada. A forma de abordagem foi quantitativa, onde foram traduzidos em números as opiniões e informações para depois analisá-las. Para tratamento dos dados foi utilizada estatística descritiva, como médias simples e desvio padrão.

4. DESENVOLVIMENTO

O levantamento dos dados foi realizado no período compreendido entre dezembro de 2008 e maio de 2009, junto às empresas que terceirizam seu transporte rodoviário de cargas, localizadas na região Sul Fluminense. Cada empresa respondeu apenas um questionário, por meio do representante da área de transporte.

Questões referentes à caracterização da amostra foram inseridas no questionário a fim de conhecer o perfil do respondente de cada empresa. Do total de respondentes, a maioria (86%) possui 34 anos ou menos. Como se estabeleceu uma condição de abordar apenas pessoas da área de logística e transporte das empresas, o cargo que predominou foi o de Analista de Logística, com 44%, seguido do Auxiliar de Logística com 24% e do Técnico em Transporte com 14%. Os outros cargos somam os 18% restantes. A maioria (55%) dos respondentes possui nível superior, 24% possuem curso superior em andamento, 10% possui apenas 2º grau, 6% possui curso de pós-graduação e apenas 1% possui mestrado em sua formação. Em relação ao transporte terceirizado, 82% das empresas respondentes têm esta prática e 18% possui frota mista (própria e de terceiros). Todos os questionários aplicados foram considerados válidos, pois no preenchimento das questões não se observou erros ou omissões que pudessem comprometer os resultados.

Segundo o IBGE (2006) a população é de 1842 empresas na região estudada. Para o cálculo do erro foi utilizada a equação 2 considerando-se um nível de confiança de 95% e uma amostra de tamanho 29. O maior erro obtido foi de 0,659, considerando-se todas as dimensões consultadas. Neste caso, as médias das notas da população estarão, com base no nível de confiança adotado, no intervalo $\mu \pm 0,659$.

Na análise dos resultados do questionário Servqual, a média simples da expectativa das 5 dimensões propostas foi igual a 6,224 e a percepção ficou em torno de 4,886. A partir desta primeira análise, percebe-se que houve um *gap* negativo e que, de maneira geral, as empresas não estão satisfeitas com a qualidade do serviço prestado, ou seja, as transportadoras possuem um menor desempenho do serviço prestado em relação as expectativas das empresas que as contratam.

Foi solicitado aos respondentes que atribuíssem pesos a cada dimensão para se identificar a importância relativa de cada uma. Este peso é avaliado separadamente no questionário Servqual onde o respondente marca de 0 a 100% o grau de importância de cada dimensão. A soma dos graus atribuídos não deveria ultrapassar os 100%. A tabela 1 apresenta os resultados das médias da importância relativa de cada dimensão.

Tabela 1: Relação das dimensões e importância relativa

<i>Dimensões</i>	<i>Peso (%)</i>
Confiabilidade	22
Segurança	21
Empatia	20
Presteza	19
Aspectos tangíveis	18

Fonte: Dados da Pesquisa

Apesar do equilíbrio, nota-se que a dimensão confiabilidade tem preferência com relação às demais enquanto que os aspectos tangíveis estão em último lugar. Ao analisar cada dimensão em relação às expectativas e percepção tem-se a figura 2.

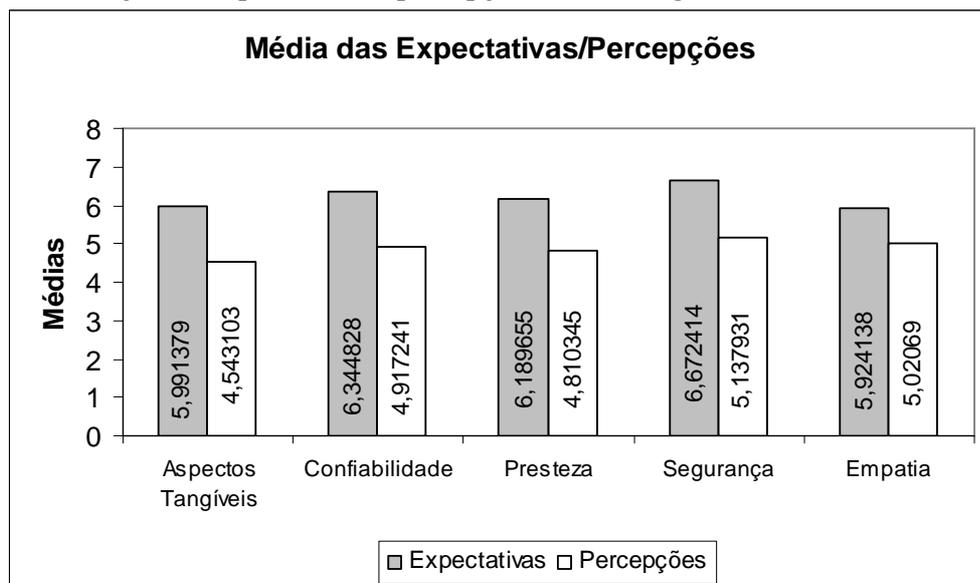


Figura 2: Média das Expectativas/Percepções de acordo com cada dimensão.

As empresas pesquisadas possuem alta expectativa com relação ao serviço de transporte rodoviário de carga. As percepções das empresas foram mais baixas que as

expectativas, demonstrando que as transportadoras não possuem a qualidade desejada pelas contratantes. Isso pode ser devido ao fato de que, ao fazer a avaliação, as empresas se baseiam no contrato atual firmado com as transportadoras, que fornecem todas as bases de qualidade esperadas.

A segurança foi a dimensão que mais se destacou mostrando-se a que possui maior expectativa e desempenho, ou seja, as empresas esperam isenção de dúvida, risco ou perigo como prioridade ao se contratar uma terceirizada. Importante observar que a segurança foi considerada a segunda mais importante para os respondentes, em relação ao peso recebido, ficando em atrás da confiabilidade, com diferença de apenas 1%.

De acordo com a figura 2, a empatia teve uma das maiores notas na percepção demonstrando que o fornecimento de atenção individualizada aos clientes, facilidade de contato e comunicação estão mais próximos da expectativa. E por isso foi a dimensão com o menor *gap* encontrado. Os aspectos tangíveis são mais fáceis de perceber pelos avaliadores por se tratar de aparência das instalações, equipamentos, pessoal e material e por isso tiveram a menor nota na percepção, mas esta dimensão apresentou uma expectativa baixa e a menor importância em relação às demais.

A confiabilidade, assim como a segurança, foi uma das dimensões mais cobradas pelas contratantes, ficando em segundo lugar em relação às médias das expectativas. Talvez porque esta dimensão esteja relacionada com o tempo prometido de entrega da carga e a confiança que a transportadora passa para a contratante quando se dispõe em transportar seu produto. Estes dois aspectos são muito cobrados por serem essenciais no transporte.

A presteza, assim como todas as outras dimensões, obteve uma expectativa maior em relação a percepção encontrada. No caso deste trabalho, a presteza relaciona-se com disponibilidade e tempo durante a movimentação da carga. Analisando os questionários separadamente, observa-se que não houve muitas notas máximas (7) e a maioria da pontuação variou entre 2 e 6, ou seja, o que é importante para alguns respondentes, para outros possui uma importância não tão significativa.

Analisando a figura 3, é possível confrontar os *gaps* (obtidos com a utilização da equação 1) com a dispersão das respostas de cada dimensão.

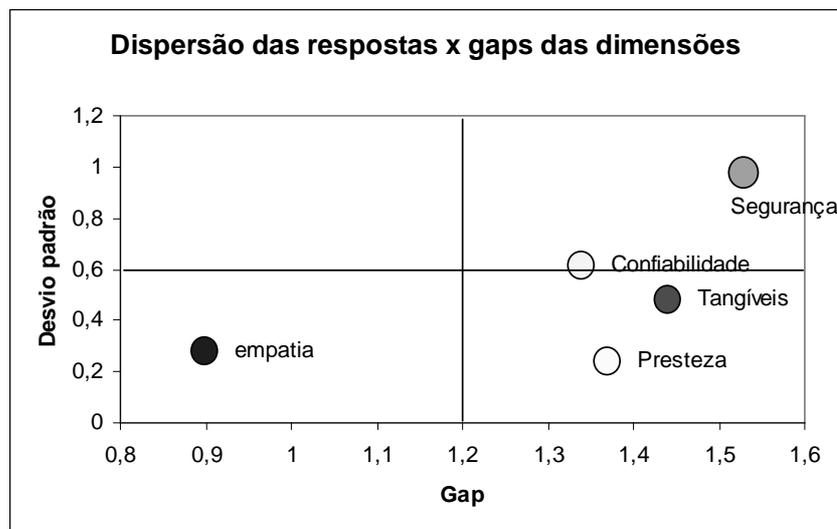


Figura 3: Dispersão das respostas x gaps obtidos em cada dimensão.

A segurança é um fator chave no transporte de cargas. Todas as cargas devem ser acondicionadas de forma correta e num veículo compatível com seu tamanho e peso. Esta dimensão apresentou o maior *gap*, o que mostra que a característica mais cobiçada pelas contratantes não está tendo a devida importância por parte das transportadoras.

O desvio padrão também foi o maior para a segurança, mostrando que a dispersão das respostas é grande. Isso pode ter ocorrido devido a amostra ser de diferentes setores, que vão desde os químicos aos siderúrgicos, que classificam a segurança de formas diferentes. Analisando os dados individualmente, percebe-se que em relação às expectativas, todos os respondentes atribuíram pontuação entre 5 e 7, e apenas um atribuiu nota 3. Porém, na percepção, as notas variaram entre 1 e 3,

A dimensão aspectos tangíveis apresenta o segundo maior *gap*. Na pesquisa apresentada observou-se que a maior diferença se encontra entre as expectativas e percepções da idade da frota. O desvio padrão para esta dimensão é o terceiro maior, mostrando uma dispersão mediana dos dados coletados.

A confiabilidade apresentou um dos menores *gaps*, porém ficou em segundo lugar no que diz respeito ao desvio padrão das respostas. Nota-se que as respostas estão muito dispersas e a média pode não ser tão representativa neste caso.

A empatia possui o menor *gap* e um dos menores desvios, mostrando ser a dimensão em que os clientes estão menos insatisfeitos com um maior grau de certeza. Se as transportadoras precisassem traçar planos de ações para melhoria da qualidade, esta seria a dimensão de menor prioridade. O contrário seria para as dimensões segurança e confiabilidade, que precisariam de um maior foco, apesar da alta dispersão das respostas. Neste caso, uma análise mais detalhada deveria ser feita para a tomada de ações efetivas.

O *gap* da presteza é o terceiro maior, estando numa posição mediana em relação a importância considerada pelas empresas. O desvio padrão desta dimensão foi o menor encontrado demonstrando a menor dispersão entre os dados. Esta é uma dimensão mais indicada para se tomar ações de melhoria no curto prazo, pois apresenta forte impacto na satisfação dos clientes e se tem forte certeza a respeito das opiniões do grupo pesquisado.

Outra análise pode ser feita observando-se a figura 4, que mostra o grau de importância em relação à expectativa dos contratantes em cada dimensão. Aqui a análise será feita com base nos quatro quadrantes.

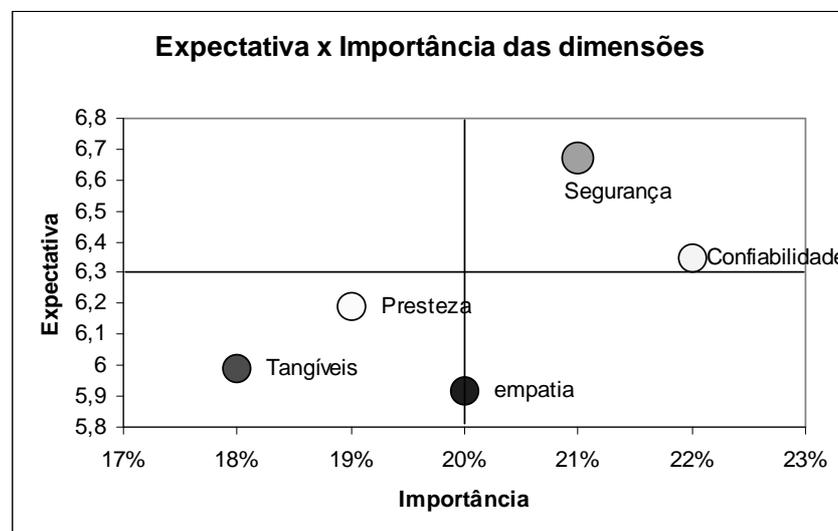


Figura 4: Importância relativa x expectativas das dimensões

O primeiro quadrante refere-se às dimensões com alta expectativa e menor importância. Apesar de não se ter nenhuma dimensão no caso da pesquisada realizada, é observado que este é um caso em que se as empresas tomarem ações poderão ter um bom resultado. Recomenda-se que se analise se a dimensão aqui enquadrada é de fácil tratamento. Caso contrário será melhor empreender esforços no segundo quadrante que é o das dimensões que apresentam alta importância e alta expectativa. Se as empresas quiserem adotar alguma estratégia para melhoria do serviço e priorizar ações, devem começar por questões relacionadas à segurança e confiabilidade.

O terceiro quadrante é o das dimensões com baixa importância e menor expectativa. Na pesquisa identificou-se a prestação e os aspectos tangíveis. Ao contrário do segundo quadrante, este agrupa as dimensões menos prioritárias para desenvolvimento de alternativas e melhorias de qualidade.

O quarto quadrante, que inclui as dimensões com alta importância e menor expectativa deverá ser analisado pelos gestores, pois pequenas ações podem trazer um resultado positivo na qualidade percebida pelos clientes. A empatia, no caso do trabalho desenvolvido, encontra-se na fronteira do terceiro e quarto quadrante, o que pode ser interessante usá-la como fator de destaque por parte das transportadoras pelo fato de ter sido considerada como a de menor desvio e *gap*. Tratá-la como quarto quadrante pode ser uma estratégia viável para obter resultados satisfatórios para os contratantes.

5. CONCLUSÃO

O trabalho permitiu avaliar os *gaps* existentes entre as expectativas e percepções dos serviços prestados pelas transportadoras, além de um melhor conhecimento das dimensões da qualidade em serviços aplicadas ao transporte rodoviário de carga. Isso possibilitou identificar as dimensões mais valorizadas pelos produtores e analisar onde há mais falhas durante os processos. O questionário Servqual apresentou-se como instrumento interessante para atendimento do objetivo deste trabalho e pode ser utilizado como ferramenta para auxiliar na medição da qualidade e melhoria do nível de serviço por parte dos prestadores de serviços.

No caso dos contratantes, também pode ser uma ferramenta de apoio a gestão do transporte de carga em geral, já que pode ser adaptada a necessidade de cada negócio e/ou enfoque. Constatou-se que as expectativas dos clientes estão bastante elevadas caracterizando um alto grau de exigência em relação aos fornecedores de serviços e isso pode ser acompanhado por meio da ferramenta apresentada.

Os produtores valorizam mais a dimensão segurança que para o transporte muitas vezes se traduz em prevenção de possíveis acidentes que podem prejudicar não só o ambiente e a população, mas também a própria empresa, podendo trazer insatisfação do público que ela atende e problemas de cunho econômico. Como a segurança foi a dimensão com o maior *gap*, as transportadoras devem focar mais suas ações em atividades relacionadas a minimização de acidentes, roubos e avarias. Em alguns setores como no transporte de químicos essas ações são fundamentais para as contratantes.

A dimensão com menor *gap* foi a empatia, demonstrando que as transportadoras tem um atendimento pessoal próximo ao esperado. Isso pode ter ocorrido pelo fato da grande concorrência que obriga as transportadoras a terem um melhor atendimento por questões, acima de tudo, comerciais.

De acordo com o referencial pesquisado, as dimensões analisadas estão dentro das exigências feitas durante a contratação de um serviço prestado, focando a redução de custo e a segurança como fatores chave neste processo. Durante a análise dos questionários, percebeu-

se que como citado por diversos autores, a idade da frota é um atributo que preocupa muitos contratantes, porém é difícil encontrar uma transportadora que possui veículos com idade inferior ao proposto no questionário, e isto devido a vários fatores, como baixo frete, por exemplo.

A partir do trabalho, concluiu-se que todas as dimensões merecem atenção apesar da classificação por ordem de importância. Ao se melhorar o desempenho de uma dimensão, outra irá se destacar negativamente, exigindo que os prestadores de serviço pratiquem a melhoria contínua dos seus processos. É necessária a constante busca de um desempenho superior e de um constante alinhamento entre os objetivos dos contratantes com as transportadoras.

Como limitação deste trabalho, cita-se que a pesquisa reflete o resultado apenas da amostra pesquisada, não podendo ser estendido a outras regiões ou prestadores de serviço. Há ainda o fato de todos os resultados serem baseados em expectativas e percepções que podem se alterar e serem influenciados por fatores subjetivos dos avaliadores.

Para trabalhos futuros relacionados ao tema qualidade em serviços em transportes, sugere-se a aplicação do questionário Servqual para que as transportadoras respondam possibilitando assim a comparação entre a opinião das produtoras e dos prestadores de serviço. Esta pesquisa pode ainda ser aplicada a indústrias específicas, a outros modos de transportes ou ainda ampliá-la a nível estadual.

6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALBRECHT, Karl. A única coisa que importa: trazendo o poder do cliente para o centro de sua empresa. Trad. de Nivaldo M. Jr. São Paulo: Pioneira, 1992.

BALLOU, Ronald. Gerenciamento da Cadeia de Suprimentos / Logística Empresarial. 5ª edição. São Paulo: Person Education, 2004.

FLEURY, Paulo; FIGUEIREDO, Kleber; WANKE, Peter. Logística e Gerenciamento da Cadeia de Suprimentos. São Paulo: Atlas S.A, 2003

GIL, Antônio Carlos. Como Elaborar Projetos de Pesquisa. São Paulo: Atlas, 1991.

GURGEL, Floriano do Amaral. Logística Industrial. São Paulo: Atlas, 2003

IBGE. Disponível em: www.ibge.gov.br. Acessado em: 16/06/2009.

KOTLER, P. e ARMSTRONG, G. Princípios de marketing. Rio de Janeiro: Prentice Hall do Brasil, 2003.

KAZMIER, Leonardo J. Estatística Aplicada a Economia e Administração. 2ª edição. Editora Makron. São Paulo, 2002.

LAS CASAS, Alexandre L. Marketing de Serviços. São Paulo: Atlas, 1995.

MARCHETTI, Renato e Prado, Paulo H.M. Um tour Pelas Medidas de Satisfação do Consumidor. RAE - Revista de Administração de Empresas. São Paulo: EAESP/FGV, out/dez 2001; v41 n4 p56 (12).

MEIRIM, Hélio. O Portal da Administração: Qualidade nos Serviços de Transporte.

Disponível em:

http://www.administradores.com.br/artigos/qualidade_nos_servicos_de_transportes/29362/;
acessado em: 18/05/2009.

PARASURAMAN, A., ZEITHAML V. A., BERRY L. L. A conceptual model of services quality and its implication for future research, *Journal of Marketing*, 1985, v. 49, n. 4, p. 41-50.

PARASURAMAN, A., ZEITHAML V. A., BERRY L. L. Delivering quality service. Balancing customer perceptions and expectations. New York: The Free Press, 1990 p. 180-186.

PARASURAMAN, A.; BERRY, Leonard L, ZEITHAML, Valarie. A. Delivering Quality Service : balancing customer perceptions and expectations. New York: The Free Press, 1992.

PEDRIALI, Marcelle Cristina. Business Process Outsourcing: uma importante ferramenta estratégica da terceirização. Trabalho apresentado no XI Congresso Brasileiro de Custos. São Paulo: FECAP/ Revista Estudante On-line, 2005.

REZENDE, Antônio Carlos da Silva. Transporte Rodoviário de Cargas – Guia Log, 2001. Disponível em: <http://www.guialog.com.br/ARTIGO233.htm>, acessado em 12/11/2008.

SHROEDER, Élcio; Castro, José. Transporte Atual de Cargas: Situação Atual e Perspectivas. 1998. Disponível em: <http://www.bndes.gov.br>, acessado em: 04/11/2008.

VALENTE, Amir; Novaes, Antonio; Passaglia, Eunice; Vieira, Heitor. Gerenciamento de Transporte e Frotas. 2ª edição. São Paulo: Cengage Learning, 2008.