

UTILIZAÇÃO DO MODELO SERVPERF PARA AVALIAÇÃO DA QUALIDADE NO TRANSPORTE PÚBLICO URBANO EM UMA CIDADE NO INTERIOR DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO

Dassayevy Fernandes da Costa
dassayevyfc@hotmail.com

Marta Barros
marta_uff@hotmail.com

ALTINA SILVA OLIVEIRA
altinaadm@gmail.com



“No que diz respeito ao fornecimento de qualidade na prestação de serviço nos transportes pode-se levar em consideração vários aspectos, tais como: conforto oferecido durante a viagem, estado de conservação do veículo, tempo de viagem, tempo de espera no ponto, distância entre os pontos, preço da passagem e outros. O presente trabalho tem como objetivo geral analisar as principais ferramentas que podem medir a qualidade dos serviços em transporte público, a partir dos principais modelos da qualidade. A abordagem metodológica utilizada na pesquisa caracteriza-se por ser uma pesquisa exploratória, tendo como finalidade principal fornecer percepções e concepções que fazem referência a um problema. A partir da pesquisa realizada percebe-se a importância da manutenção da gestão da qualidade em serviços para as organizações se manterem competitivas no mercado. A necessidade de atender a satisfação dos usuários do transporte público é essencial e deve ser o objetivo principal das empresas, pois qualquer falha na prestação de um determinado serviço pode significar perda do cliente.”

Palavras-chave: Transporte público, Qualidade em serviços, Satisfação do consumidor

1. Introdução

O contexto atual é marcado pela grande massa populacional que vive em alta transição nos centros urbanos, as cidades estão cada vez mais populosas e com intensa movimentação de pessoas, transportes e materiais. O fluxo é contínuo em todos os dias da semana, além disso é notório a falta de estrutura existente nessas cidades para receber tal volume de tráfego, o que pode causar sérios problemas no deslocamento dos transportes. Esses fatores podem atrapalhar os índices de qualidade das empresas de transportes a alcançarem níveis de excelência no que diz respeito aos serviços prestados.

As cidades brasileiras passaram por um grande processo de urbanização a partir da década de 70 e de lá até o momento atual ainda estão em processo de expansão. Com isso as empresas de transporte urbano não conseguiram acompanhar essa demanda de crescimento das cidades (REIS, 2011).

O sistema de transporte coletivo exerce papel essencial para a população urbana, visto que além de fazer o deslocamento da população com renda inferior, auxilia também na redução do efetivo de carros utilitários em trânsito, de tal modo, uma grande parcela da sociedade pode ser beneficiada (RODRIGUES, 2008).

Para Ferraz e Torres (2004) esse meio é extremamente importante na qualidade de vida da sociedade, visto que toda a facilidade de locomoção que elas precisarem realizar dentro do seu cotidiano, na sua grande maioria, estará diretamente ligada a esse sistema.

Dentro deste cenário, distintos públicos fazem a utilização desse serviço, pessoas de distintas classes, faixas etárias, grau de escolaridade, sexo, dentre eles estão os estudantes, profissionais liberais, autônomos, aposentados. Nesse ambiente macro cada usuário deseja realizar suas necessidades dentro das suas perspectivas, buscando o melhor atendimento, preço, flexibilidade, rapidez e confiabilidade.

No que diz respeito ao fornecimento de qualidade na prestação de serviço nos transportes pode-se levar em consideração vários aspectos, tais como: conforto oferecido durante a viagem, estado de conservação do veículo, tempo de viagem, tempo de espera no ponto, distância entre os pontos, preço da passagem e outros.

O presente trabalho tem como objetivo analisar as principais ferramentas que podem medir a qualidade dos serviços em transporte público, a partir dos principais modelos da qualidade. Será possível também, fornecer dados relevantes para a pesquisa em questão, assim como mostrar os principais elementos que são motivo da perda de qualidade.

2. Revisão De Literatura

2.1. Gestão de Serviços

No contexto acadêmico vários pesquisadores desenvolvem trabalhos relacionados nesse segmento com o objetivo de contribuir para melhoria contínua dos processos, são distintas as opiniões sobre o que de fato significa o termo “serviço” e como ele pode impactar a vida dos seus usuários (FREITAS, 2005).

Segundo Kotler (1998) serviço pode ser entendido como qualquer ato que gera uma série de ações de uma pessoa para outra, através de suporte em determinada área, sendo totalmente intangível. Assim, pode não ser fundamentalmente ligado a um material físico.

Serviço pode ser definido como uma ou várias atividades características com maior ou menor grau de intangibilidade que geralmente, acontece através de relações entre clientes e prestadores de serviços, ou também recursos que são transmitidos pelo fornecedor de serviços para atender às necessidades dos consumidores. Este é consumido de modo instantâneo, no momento que é produzido, em formato intangível (COSTA et. al, 2016).

Parasuraman et al. (1988), descreve serviços da seguinte forma:

- a) Intangível: Não é um produto físico que pode ser transportado ou armazenado;
- b) Heterogêneo: Pode variar de um prestador para o outro e apresentar distintas características;
- c) Simultâneo: é realizado praticamente no mesmo instante que é solicitado.

2.2. Qualidade em Serviços

A característica principal da qualidade na prestação de um determinado serviço está diretamente ligada a expectativa e as percepções que um usuário tem sobre uma prestação. Para mensurar a qualidade de um serviço e entender se está sendo eficiente ou não, é necessário saber se as percepções dos usuários são maiores que as expectativas (PARASURAMAN et al., 1988).

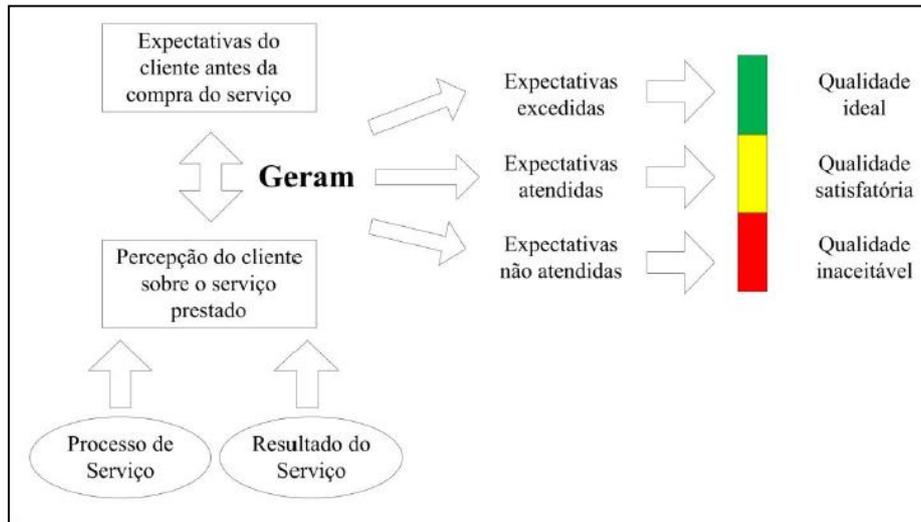
Para Zeithaml et al. (1990) é preciso conhecer as percepções dos clientes para que a prestação dos serviços mantenha seus níveis de qualidade estáveis. Por isso, é necessário fazer a avaliação contínua do seu público para conhecer suas insatisfações e desejos ao receberem os serviços.

Por isso, para perceber as expectativas dos clientes, algumas informações são importantes: as vivências de outrora, a interação com o mercado, anúncios individuais e os anseios dos clientes (GRONROOS, 1984). O modo como o serviço é transmitido e a sua prestação, refletirão na percepção do cliente (GIANESI; CORRÊA, 2009).

A partir disso, será possível mensurar a qualidade do serviço prestado, através do retorno dos usuários, que vão definir se são eficientes ou não e se suas percepções foram maiores que suas expectativas (GIANESI; CORRÊA, 2009). Conforme descrito a seguir:

- Expectativas < Percepções - Qualidade Ideal
- Expectativas = Percepções - Qualidade Satisfatória
- Expectativas > Percepções - Qualidade Inaceitável

Figura 1 - Avaliação da Qualidade do Serviço

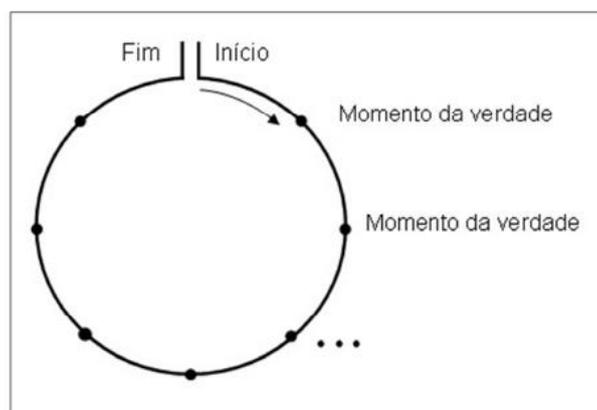


Fonte: Gianesi e Corrêa (2009)

Para perceber como está sendo a interação entre usuário e o serviço prestado, é necessário observar as características tanto do local quanto do cliente, e como ambos reagem no desenvolvimento da relação. Portanto, é imprescindível fazer o uso da ferramenta ciclo de serviços para identificar os pontos principais de cada etapa (BARROS, 2013).

Dentro do ciclo de serviços existem os momentos da verdade, que são as etapas em que os usuários percorrem desde o momento que entra em contato com o ambiente até a realização total dos serviços, conforme demonstrado na Figura 2.

Figura 2 - O Ciclo de serviços



Fonte: Adaptado de Albrecht (1998)

A junção de todas essas etapas formará de forma completa o Ciclo de Serviços do transporte público. Após esses momentos, o usuário poderá identificar os serviços e ter uma percepção positiva ou negativa, isso pode variar de acordo com as distintas necessidades de cada pessoa. Cabe à empresa, estabelecer metas de forma que todo o seu público alvo tenha suas necessidades atendidas e os serviços sejam prestados de forma eficiente.

2.3. Modelos para avaliação da qualidade de serviços

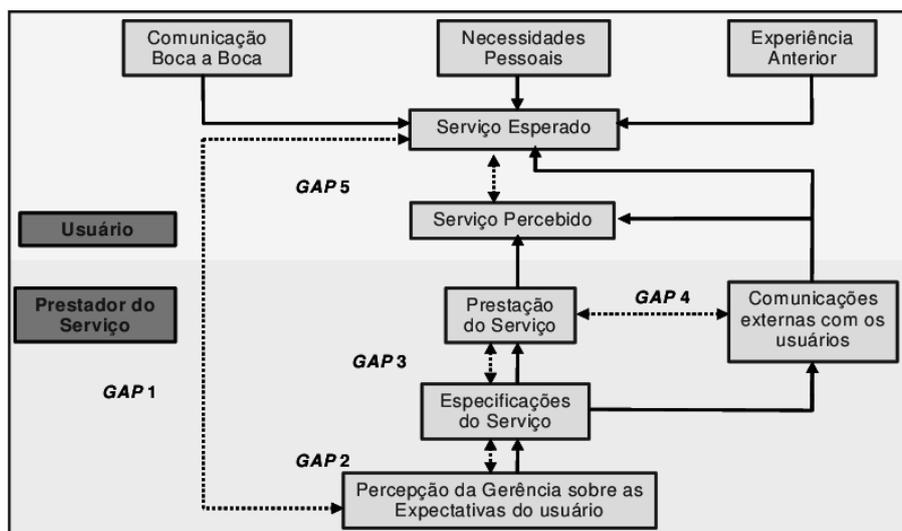
2.3.1. Modelo dos 5 GAPS

A metodologia foi desenvolvida por Parasuraman et al. (1985), para mensurar a Qualidade em serviços e auxiliar os executivos de empresas a identificarem os pontos negativos que causavam má qualidade em seus processos. A partir de depoimentos de diretores de empresas prestadoras de serviços e também com consumidores Deste modo, obteve-se as seguintes respostas Parasuraman et al. (1985, p. 43):

- “O que os gerentes de empresas de serviços percebem ser os principais atributos de qualidade de serviço? o que problemas e tarefas estão envolvidos no fornecimento de serviço de alta qualidade?”
- “O que os consumidores percebem como os principais atributos de qualidade nos serviços?”
- “Existem discrepâncias entre as percepções de consumidores e profissionais de marketing de serviço?”
- “As percepções do consumidor e do profissional de marketing podem ser combinado em um modelo geral que explica o serviço qualidade do ponto de vista do consumidor?”

A Figura 3 ilustra o modelo 5 Gaps e suas dimensões, conforme descrito a seguir.

Figura 3 - Modelo dos 5 Gap's da qualidade em serviços



Fonte: Adaptado de Parasuraman et al. (1985)

Diante dos dados coletados por meio das entrevistas com os gestores, Parasuraman, Zeithaml e Berry (1985) encontraram uma série de divergências entre a percepção da qualidade em serviços dos executivos das empresas e o que ocorria de fato prestação destes a seus clientes.

2.3.2. Modelo SERVQUAL

No modelo SERVQUAL é possível ter uma visão macro sobre a qualidade dos serviços, pois avalia a discrepância entre as expectativas e as percepções dos clientes, tendo como parâmetro uma série de dimensões (PARASURAMAN et al., 1988).

Neste modelo a mensuração da qualidade é realizada em duas etapas. A primeira consiste na avaliação das informações das expectativas dos usuários antes de utilizarem os serviços. A segunda consiste na coleta de informações relacionadas as percepções dos usuários, após terem utilizado os serviços.

Os atributos da qualidade neste modelo, são compostos por distintos aspectos formando um grupo com 22 itens, baseados em cinco dimensões (Aspectos Tangíveis, Confiabilidade, Receptividade, Segurança e Empatia) em que são unidas todas as etapas definidas por Parasuraman et al. (1988), conforme exposto no Quadro 1.

Quadro 1 - Dimensões da qualidade

Dimensões	Definições
Aspectos Tangíveis	Aspectos físicos, equipamentos e aparência das pessoas.
Confiabilidade	Habilidade para realizar o serviço prometido com confiança e precisão.
Receptividade	Disposição para ajudar o cliente e fornecer um serviço imediato.
Segurança (competência, cortesia e credibilidade, segurança)	Conhecimento e cortesia dos colaboradores e sua habilidade em inspirar confiança e credibilidade.
Empatia (acesso, compreensão e entendimento do cliente)	Cuidado com os clientes e atenção individualizada.

Fonte: Adaptado de Parasuraman et al. (1988)

2.3.3. Modelo SERVPERF

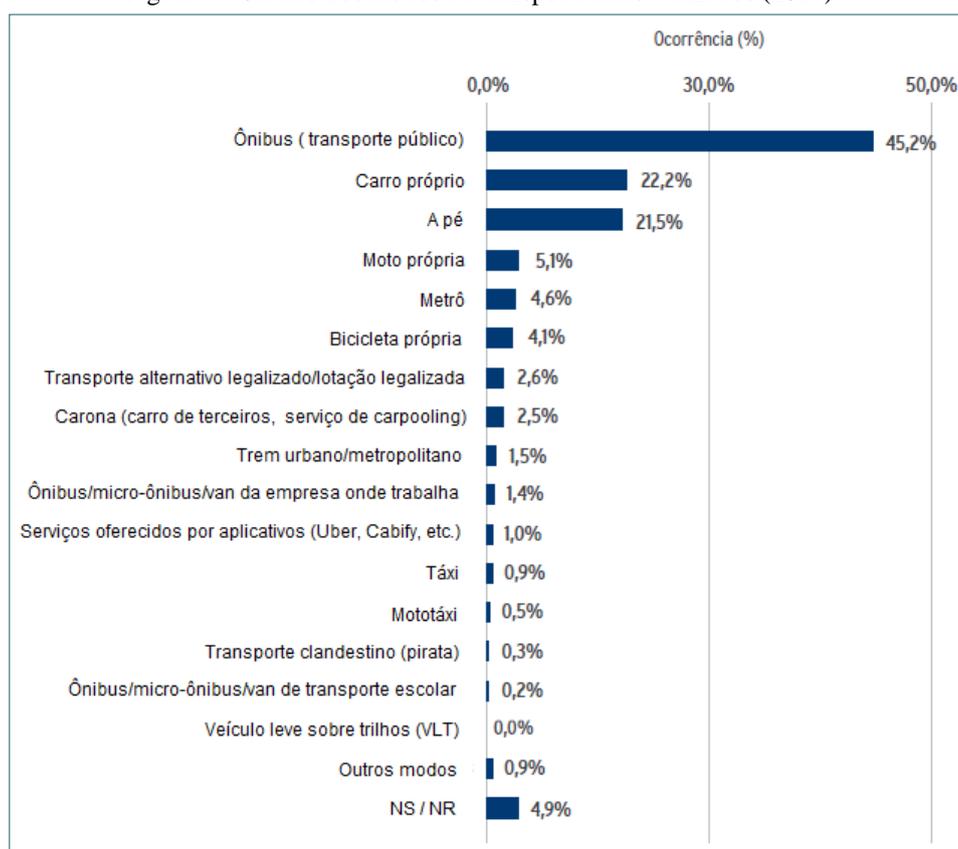
Os parâmetros utilizados nesse modelo são os mesmos do SERVQUAL, inclusive as dimensões, desenvolvido por Cronin e Taylor (1992), através de diversas pesquisas sobre qualidade em serviços. Porém, estes autores aboliram a ideia de utilizar as expectativas e percepções, chegando à conclusão que para avaliar a qualidade é necessário observar apenas as percepções dos usuários. Diante dessas observações surgiu o SERVPERF como uma nova

proposta diante dos modelos existentes, que é frequentemente utilizado por pesquisadores que desenvolvem trabalhos nos distintos segmentos organizacionais.

3. Transporte Público Urbano No Brasil

O sistema de transporte público urbano realizado por ônibus é o principal meio pelo qual os brasileiros realizam suas atividades de deslocamento nas distintas atividades diárias dos trabalhadores, estudantes e aposentados. Segundo dados do Relatório Anual da Pesquisa Mobilidade da População Urbana (2017), realizada pela Confederação Nacional do Transporte – CNT e Associação Nacional das Empresas de Transportes Urbanos - NTU, 45,2% da sociedade brasileira faz utilização do transporte público por ônibus nos seus deslocamentos diários. Os carros estão na segunda posição entre os modos de deslocamento, com 22,2% da utilização e em terceiro lugar encontram-se as pessoas que realizam seus deslocamentos a pé, representando 21,5%. A Figura 4 demonstra as informações completas de todos os meios utilizados.

Figura 4 - Gráfico dos modos de transporte mais utilizados (2017)*



Fonte: CNT: NTU (2017)

A partir de informações do relatório anual de Pesquisa Mobilidade da População Urbana (2017), realizada pela Confederação Nacional do Transporte – CNT e Associação Nacional das Empresas de Transportes Urbanos - NTU, grande parte da população brasileira realiza deslocamentos diariamente. De acordo com as informações destas instituições, 59% da

população faz seus deslocamentos durante todos os dias. Outra parcela representada por 11,6% faz seus deslocamentos 3 a 4 vezes por dia. Deste modo, 70,6% dos indivíduos do país possuem um índice acentuado de deslocamento, utilizando algum meio de transporte para realizar seus compromissos.

4. Metodologia

A abordagem metodológica utilizada caracteriza-se por ser uma pesquisa exploratória, tendo como finalidade principal fornecer percepções e concepções que fazem referência a um problema. Na visão de Malhotra (2006), a pesquisa exploratória é utilizada em situações nos quais é imprescindível a delimitação do problema com maior exatidão, identificar direções importantes de ação ou conseguir informações suplementares antes mesmo de fazer qualquer tipo de diagnóstico ou chegar a uma determinada conclusão.

Os dados são de cunho quantiquantitativo, onde a inserção de ambos os métodos torna-se necessário em cada fase da pesquisa. A partir dessas informações o estudo poderá desenvolver-se sistematicamente.

5. Estudo De Caso

5.1. Classificação da pesquisa

De acordo com Malhotra (2006) a junção de dados qualitativos e quantitativos permite uma classificação detalhada de vários aspectos, fornecendo melhor avaliação dos resultados e maior possibilidade de ação corretiva. Deste modo, na presente pesquisa, foi possível atrelar os dois métodos através do modelo SERVPERF (anexo) para melhor atender aos questionamentos do trabalho.

5.2. Amostras coletadas

A coleta de dados foi realizada através do método não-probabilístico por conveniência, a partir dos critérios de intencionalidade. Segundo Gil (1991) esse tipo de amostragem é realizada a partir de determinadas particularidades significativas tanto para pesquisador quanto para os participantes. Deste modo, o pesquisador utiliza-se de parte da população mais acessível e ao público que possui informações precisas sobre o objeto pesquisado. Neste modelo os dados são coletados aleatoriamente, por meio de entrevistas individuais.

A pesquisa foi realizada entre os dias 13 e 17 de novembro de 2017, em distintos horários, foram aplicados 121 questionários aos usuários do transporte público feito por ônibus na cidade do referido estudo de caso, conforme apresentado no modelo em anexo. Porém, apenas 118 foram considerados válidos, o que corresponde a 97% da amostra. Os 3

usuários que não responderam ao questionário até o final foram impedidos porque o ônibus que esperavam passaram no momento da entrevista.

Foi possível identificar distintas características entre os usuários, conforme descrito a seguir na Tabela 1.

Tabela 1 – Dados dos respondentes

GÊNERO	
MASCULINO	24%
FEMININO	76%
FAIXA ETÁRIA	
18 – 28	51%
29 – 39	23%
40 – 50	19%
50 – 60	4%
ACIMA DE 60	3%
ESCOLARIDADE	
ENSINO MÉDIO	46%
ENSINO FUNDAMENTAL	28%
ENSINO SUPERIOR	19%
PÓS GRADUAÇÃO	7%
RENDA	
0 - R\$999,99	39%
R\$1000,00 - R\$1999,99	46%
R\$2000,00 - R\$4000,00	15%
ACIMA DE R\$40000,00	0
MOTIVO DA VIAGEM	
TRABALHO	58%
ESTUDO	24%
LAZER	7%
OUTROS	11%
FREQUÊNCIA DE UTILIZAÇÃO	
RARAMENTE	16%
QUATRO A SEIS VEZES POR SEMANA	64%
DUAS A TRÊS VEZES POR SEMANA	14%
UMA VEZ POR SEMANA	6%
FORMA DE PAGAMENTO	
DINHEIRO	54%
CARTÃO MAGNÉTICO	42%
GRATUIDADE	3%
PASSE LIVRE	1%
RECOMENDAÇÃO DOS SERVIÇOS	
SIM	53%
NÃO	47%

Fonte: Elaborada pelos autores

5.3. Análise da Confiabilidade

Para avaliar a confiabilidade do questionário utilizou-se o *Alpha* de Cronbach. Este instrumento analisa cada etapa do questionário, bem como, as suas respectivas dimensões, o que auxilia o pesquisador a ter uma percepção sólida sobre seu método utilizado para realização da pesquisa de campo. A Tabela 2 apresenta a tabulação de todos os dados coletados através do questionário na realização da análise do transporte público. Assim obteve-se a Média de Desempenho por Item ($Q(X)_j$), a Média de Desempenho por Dimensão ($Q(X)_{Dt}$), a Média de Desempenho Geral ($Q(X)$) a partir das médias de todas as notas dadas pelos 118 usuários nos 22 itens do questionário, o valor do Alpha de Cronbach de cada uma das cinco dimensões e o valor do Alpha caso o item seja excluído.

Tabela 2 - Médias e coeficientes de confiabilidade

TRANSPORTE PÚBLICO URBANO						
Q (x) = 4,80				α Geral = 0,947 (Muito Alta)		
Dimensões	Itens	Q(X) _j	Q(X) _{Dt}	α Dimensão	Confiabilidade	α se item foi excluído
D1 Tangibilidade	I ₁	4,66	5,14	0,814	Alta	0,768
	I ₂	4,35				0,736
	I ₃	7,21				0,830
	I ₄	4,37				0,721
D2 Confiabilidade	I ₅	3,66	4,05	0,862	Alta	0,818
	I ₆	4,44				0,869
	I ₇	4,65				0,830
	I ₈	3,58				0,817
	I ₉	3,93				0,816
D3 Presteza	I ₁₀	4,61	5,17	0,866	Alta	0,909
	I ₁₁	5,17				0,831
	I ₁₂	5,40				0,777
	I ₁₃	5,53				0,776
D4 Segurança	I ₁₄	5,79	5,60	0,871	Alta	0,810
	I ₁₅	5,57				0,811
	I ₁₆	6,03				0,839
	I ₁₇	5,02				0,875
D5 Empatia	I ₁₈	4,19	4,06	0,743	Moderada	0,690
	I ₁₉	4,54				0,706
	I ₂₀	4,14				0,720
	I ₂₁	3,84				0,642
	I ₂₂	3,61				0,727

Fonte: Elaborada pelos autores

Através da classificação recomendada por Freitas e Rodrigues (2005) demonstradas na Tabela 3, fica claro que os dados de α demonstram que a confiabilidade do questionário de modo geral, foi “Muito Alta” apresentando 0,947. As dimensões, por sua vez, também demonstraram um índice satisfatório, apresentando grau de confiabilidade “Alto” para: tangibilidade, confiabilidade, presteza e segurança. Apenas uma dimensão (Empatia) apresentou confiabilidade “Moderada”. O Quadro 2 ilustra como é classificado o grau de confiabilidade.

Quadro 2 - Resumo da análise do *Alpha* de Cronbach por dimensão

Confiabilidade	Valores de α	Dimensões
Muito Baixa	$\alpha \leq 0,300$	Nenhuma
Baixa	$0,300 < \alpha \leq 0,600$	Nenhuma
Moderada	$0,600 < \alpha \leq 0,750$	D5
Alta	$0,750 < \alpha \leq 0,900$	D1, D2, D3, D4
Muito Alta	$\alpha > 0,900$	Nenhuma

Fonte: Elaborada pelos autores

Portanto, através das análises realizadas, é possível notar que a confiabilidade da ferramenta apresentou-se satisfatória em todos os aspectos, assim, pode-se dizer que os resultados se mostraram altamente expressivos.

5.4. Análises dos Quartis

Neste momento utilizou-se da proposição de Freitas, Manhães e Cozendey (2006), que aplicaram a medida de tendência designada Análise de Quartis com intuito de identificar os pontos críticos em algum tipo de procedimento na prestação de um determinado serviço. O trabalho produzido por esses autores teve como base o modelo SERVQUAL, que utiliza tanto as expectativas na prestação de um serviço, quanto a percepção do usuário.

No entanto, o presente trabalho foi aplicado tendo em vista apenas as percepções (SERVPERF) dos usuários que utilizam o transporte público feito por ônibus. A Tabela 3 apresenta todos os itens e os respectivos Quartis onde estão enquadrados.

Tabela 3 - Resultado da análise dos Quartis do transporte público

ANÁLISE DOS QUARTIS							
PRIORIDADE	Crítica	I₈	I₂₂	I₅	I₂₁	I₉	I₂₀
		3,58	3,61	3,66	3,84	3,93	4,14
		1º Quartil = 4,15					
	Alta	I₁₈	I₂	I₄	I₆	I₁₉	
		4,19	4,35	4,37	4,44	4,54	
		2º Quartil = 4,57					
	Moderada	I₁₀	I₇	I₁	I₁₇	I₁₁	
		4,61	4,65	4,66	5,02	5,17	
		3º Quartil = 5,34					
	Baixa	I₁₂	I₁₃	I₁₅	I₁₄	I₁₆	I₃
		5,40	5,53	5,57	5,79	6,03	7,21

Fonte: Elaborada pelos autores

Após analisar cada item, através da análise dos Quartis identificou-se os pontos críticos existentes, assim, os itens que precisam ter ação corretiva urgentemente, são respectivamente: I₈ - O transporte fornece os serviços no tempo prometido; I₂₂ - O horário de funcionamento é conveniente para todos os usuários; I₅ - A empresa de transporte cumpre as promessas feitas aos usuários no tempo correto; I₂₁ - A empresa tem como principal objetivo atender os interesses dos usuários, I₉ - O transporte mantém seus horários de forma correta e atualizada e I₂₀ - Os funcionários sabem das necessidades dos usuários.

Os itens que apresentaram prioridade Alta são respectivamente: I₁₈ - A empresa de transporte oferece atenção individual aos usuários; I₂ - As instalações físicas do transporte são visivelmente adequadas; I₄ - A aparência do transporte é conservada de acordo com o serviço oferecido; I₆ - A empresa de transporte é solidária e transmite segurança aos usuários quando surge algum problema; I₁₉ - Os funcionários dão atenção personalizada aos usuários.

Os itens que apresentaram prioridade moderada são respectivamente: I₁₀ - A empresa informa corretamente os serviços que serão executados; I₇ - A empresa de transporte transmite confiança para os usuários; I₁ - A empresa de transporte possui veículos modernos; I₁₇ - Os funcionários possuem suporte adequado da empresa para realizar seus serviços; I₁₁ - Os funcionários fornecem serviço imediato aos usuários.

Os itens que apresentaram prioridade baixa são respectivamente: I₁₂ - Os funcionários estão sempre dispostos a ajuda-los; I₁₃ - Os funcionários respondem prontamente aos pedidos; I₁₅ - Os usuários se sentem seguros ao utilizar o transporte; I₁₄ - É possível ter confiança nos

funcionários do transporte; I₁₆ . Os funcionários são educados; I₃ . Os funcionários do transporte estão bem vestidos e uniformizados. Dentre esses, o que mostrou melhor resultado nas médias, foi o item uniformização dos funcionários do transporte.

6. Conclusão

A partir da pesquisa realizada percebe-se a importância da manutenção da gestão da qualidade em serviços para as organizações se manterem competitivas no mercado. A necessidade de atender a satisfação dos usuários do transporte público é essencial e deve ser o objetivo principal das empresas, pois qualquer falha na prestação de um determinado serviço pode significar perda do cliente.

Na tentativa de contribuir para a melhoria da qualidade dos serviços prestados pelos transportes públicos, a pesquisa propôs um modelo de avaliação baseado nas percepções dos usuários, o que permitiu ao pesquisador se aproximar do problema em questão, deste modo, foi possível identificar os pontos críticos que afetam grande parte da população da cidade onde foi realizado o estudo de caso.

Posto isto, é correto afirmar que o presente trabalho atendeu de forma efetiva ao objetivo proposto que é analisar as principais ferramentas que podem medir a qualidade dos serviços em transporte público, por meio dos principais modelos da qualidade.

De tal modo, foi possível identificar o perfil do usuário que faz o uso do transporte, por intermédio de suas características, como: sexo, idade, escolaridade, renda, frequência na utilização do serviço e também identificar as principais causas de perda da qualidade na empresa de transporte prestadora do serviço.

O estudo limitou-se na avaliação de uma única empresa prestadora dos serviços de transporte público urbano feito por ônibus na cidade pesquisada, visto que atualmente apenas essa empresa presta esse serviço para a população. Com isso, não foi possível fazer comparação de uma empresa para outra.

Portanto, através desta pesquisa futuros trabalhos poderão ser desenvolvidos dentro desse mesmo seguimento, não ficando restrito apenas à localidade atual. Assim, o método poderá ser aprimorado e outros critérios, caso seja necessário, poderão ser adaptados ao modelo atual.

REFERÊNCIAS

ALBRECHT, K. **Revolução nos serviços**. 5. ed. Editora Pioneira, 256 p., 1998.

BARROS, M. D. **Dinnerperf: um modelo para avaliação e classificação da qualidade de serviços em restaurantes segundo a percepção dos clientes**. 2013. 94 f. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção) - Universidade Estadual do Norte Fluminense, Campos dos Goytacazes, RJ, 2013.

COSTA, Pollyana Gusmao da; MOTA, Ranielle Mauren Barbosa; SILVA, Ana Cristina G Castro; JUNIOR, Gilvan Feitosa Torre; SOUZA, Leandro Silva. Avaliação da qualidade geral em serviço: um estudo de caso na cantina de uma Universidade Pública Federal utilizando Modelo SERVQUAL. In: XXXVI ENEGEP - Encontro Nacional de Engenharia de Produção - Contribuições da Engenharia de Produção para Melhores Práticas de Gestão e Modernização do Brasil - João Pessoa/PB, Brasil, de 03 a 06 de outubro. **Anais...** João Pessoa/PB: Abepro, 2016, p. 1-18.

CRONIN, J.J. & TAYLOR, S. A. Measuring *service quality: a reexamination and extension*. **Journal of Marketing**, v. 56 (3), July, p. 55-68, 1992.

FERRAZ, A. C. P.; TORRES, I. G. E. **Transporte público coletivo urbano**. São Carlos. Rima, 2004.

FREITAS, A. L. P. A qualidade em serviços no contexto da competitividade. **Revista Produção**, v.5, n. 1, Florianópolis: ABEPRO, 2005.

FREITAS, A. L. P. RODRIGUES S.G. A avaliação da confiabilidade de questionários: uma análise utilizando o coeficiente *alpha* de Cronbach. In: **XII SIMPEP – Simpósio de Engenharia de Produção**, Bauru, SP, 2005.

FREITAS, A. L. P.; MANHÃES, N.R.C.; COZENDEY, M.I. Emprego do SERVQUAL na avaliação da qualidade de serviços de Tecnologia da Informação: uma análise experimental. In: **XXVI ENEGEP - Encontro Nacional de Engenharia de Produção**, Fortaleza, CE, 2006.

GIANESI, I. N; CORRÊA, H. L. **Administração estratégica de serviços: operações para satisfação do cliente**. 1. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 3. ed. São Paulo : Atlas, 1991.

GRÖNROOS, C. A service quality model and its marketing implications. **European Journal of Marketing**. v. 18, n. 4, p. 36-44, 1984.

KOTLER, P. **Administração de Marketing: Análise, Planejamento, Implementação e Controle**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 1998.

MALHOTRA, N. K. **Pesquisa de Marketing uma orientação aplicada**. 4. ed. Porto Alegre. Bookman, 2006.

PARASURAMAN, A.; BERRY, L. L.; ZEITHAML, V.A., *A conceptual model of service quality and its implications for future research*. **Journal of Marketing**, Chicago, v. 49, p.41-50, 1985.

PARASURAMAN, Anantharanthan; ZEITHAML, Valarie A.; BERRY, Leonard L. Servqual: A multiple-item scale for measuring consumer perc. **Journal of retailing**, v. 64, n. 1, p. 12, 1988.

Pesquisa mobilidade da população urbana 2017 / Confederação Nacional do Transporte, Associação Nacional das Empresas de Transportes Urbanos. - Brasília: CNT: NTU, 2017.

REIS, Túlio Baita dos. **Um modelo para avaliação da qualidade em serviços de Transporte Público Urbano realizado por Ônibus segundo a percepção dos usuários**. 2011. 105 f. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção), Universidade Estadual do Norte Fluminense – UENF, Campos dos Goytacazes-RJ, 2011.

RODRIGUES, Marco Antonio. **Análise do Transporte Coletivo Urbano com Base em Indicadores de Qualidade**. 2008. 94 f. Dissertação (Mestrado em Engenharia Civil–Área Engenharia Urbana) – UFU – Universidade Federal de Uberlândia. Uberlândia, 2008.

ZEITHAML, V. A.; PARASURAMAN, A.; BERRY, L. L. Delivering quality service – Balancing customer perceptions and expectations. **New York: The Free Press**, 1990.

ANEXO

Este formulário é parte integrante de uma pesquisa científica que visa avaliar a qualidade em serviços do transporte público realizado por ônibus. Solicitamos que avalie, por gentileza, os serviços prestados pela mesma. Inicialmente, gostaríamos de conhecer o seu perfil como usuário.												
Gênero: <input type="checkbox"/> Masculino <input type="checkbox"/> Feminino												
Faixa Etária: <input type="checkbox"/> 18 a 28 anos <input type="checkbox"/> 29 a 39 anos <input type="checkbox"/> 40 a 50 anos <input type="checkbox"/> 50 a 60 anos <input type="checkbox"/> Acima de 60 anos												
Escolaridade: <input type="checkbox"/> Ensino Fundamental <input type="checkbox"/> Ensino Médio <input type="checkbox"/> Ensino Superior <input type="checkbox"/> Pós-graduação												
Em que categoria de renda mensal se enquadra? <input type="checkbox"/> 0 - R\$999,99 <input type="checkbox"/> R\$ 1.000,00 - R\$ 1.999,99 <input type="checkbox"/> R\$ 2.000,00 – R\$ 4.000,00 <input type="checkbox"/> Acima de R\$ 4.000,00												
Qual o motivo da sua viagem? <input type="checkbox"/> Trabalho <input type="checkbox"/> Estudo <input type="checkbox"/> Lazer <input type="checkbox"/> Outros												
Frequência de utilização do transporte público: <input type="checkbox"/> raramente <input type="checkbox"/> uma vez por semana <input type="checkbox"/> duas a três vezes por semana <input type="checkbox"/> quatro a seis vezes por												
Qual forma de pagamento você utiliza? <input type="checkbox"/> Dinheiro <input type="checkbox"/> Cartão Magnético <input type="checkbox"/> Passe Livre <input type="checkbox"/> Gratuidade												
Indique, por gentileza, o grau com que você avalia o desempenho deste transporte em relação a cada item. O grau de desempenho varia de 0 (zero) , quando você percebe um desempenho Muito Ruim , a 10 (dez) , quando você percebe um desempenho Muito Bom . Caso não seja possível avaliar algum item, marque a opção N/A (Não avaliado) .												
ASPECTOS TANGÍVEIS												
1. A empresa de transporte possui veículos modernos.	N/A	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
2. As instalações físicas do transporte são visivelmente adequadas.	N/A	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
3. Os funcionários do transporte estão bem vestidos e uniformizados.	N/A	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
4. A aparência do transporte é conservada de acordo com o serviço oferecido.	N/A	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
CONFIABILIDADE												
5. A empresa de transporte cumpre as promessas feitas aos usuários no tempo correto.	N/A	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
6. A empresa de transporte é solidária e transmite segurança aos usuários quando surge algum problema.	N/A	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
7. A empresa de transporte transmite confiança para os usuários.	N/A	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
8. O transporte fornece os serviços no tempo prometido.	N/A	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
9. O transporte mantém seus horários de forma correta e atualizada.	N/A	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
PRESTEZA												
10. A empresa informa corretamente os serviços que serão executados.	N/A	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
11. Os funcionários fornecem serviço imediato aos usuários.	N/A	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
12. Os funcionários estão sempre dispostos a ajuda-los.	N/A	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
13. Os funcionários respondem prontamente aos pedidos.	N/A	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
SEGURANÇA												
14. É possível ter confiança nos funcionários do transporte.	N/A	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
15. Os usuários se sentem seguros ao utilizar o transporte.	N/A	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
16. Os funcionários são educados.	N/A	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
17. Os funcionários possuem suporte adequado da para realizar seus serviços.	N/A	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
EMPATIA												
18. A empresa de transporte oferece atenção individual aos usuários.	N/A	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
19. Os funcionários dão atenção personalizada aos usuários.	N/A	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
20. Os funcionários sabem das necessidades dos usuários.	N/A	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
21. A empresa tem como principal objetivo atender os interesses dos usuários.	N/A	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
22. O horário de funcionamento é conveniente para todos os usuários.	N/A	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Informe outros itens que deseja avaliar:												
	N/A	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
	N/A	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Críticas e/ou sugestões:												
De maneira geral, dê uma nota para este transporte: <input type="checkbox"/> 0 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5 <input type="checkbox"/> 6 <input type="checkbox"/> 7 <input type="checkbox"/> 8 <input type="checkbox"/> 9 <input type="checkbox"/> 10												
Você recomendaria este serviço à outra pessoa? <input type="checkbox"/> Sim <input type="checkbox"/> Não Motivo: _____												