Avaliação da qualidade percebida de serviço: o caso de transporte colectivo urbano, na Cidade da Praia – Cabo Verde

Maria de Fátima da L. Santos Silva Lopes
ISCTE – IUL
maria.lopes@are.cv

Nelson Santos António
ISCTE – IUL
nelson.antonio@iscte.pt

Resumo: O presente estudo empírico desenvolve e analisa uma escala de medição da qualidade de serviço, através da aplicação do modelo SERVQUAL, desenvolvido por Parasuraman *et al.* (1985, 1988, 1991), e adaptado para o serviço de transporte colectivo urbano de passageiros. O procedimento levado a efeito apresenta 4 fases e 9 etapas, com a combinação do paradigma de Churchill (1979) e entrevistas *focus group*. A escala final SERVQUAL adaptada, com 23 itens, e as dimensões obtidas indicam que a mesma é altamente fiável (0,891) e válida. A pesquisa exploratória foi conduzida em Cabo Verde, na Cidade da Praia, em Setembro de 2008, com 234 utentes regulares desse serviço. Os dados confirmam a existência de *gaps* e a análise factorial confirma a existência de cinco dimensões, que determinam a qualidade de serviço no TCUP, pela seguinte ordem de importância: «*conforto dos veículos*», «*desempenho dos colaboradores*», «*empatia*», «*conveniência do serviço*», e, por último, «*equipamento tangível*».

Palavras-chave: Cabo Verde, Qualidade de Serviço, SERVQUAL, Transporte Colectivo Urbano.

Abstract: Present empirical study develops and analyzes a measurement scale of quality service, through the application of SERVQUAL model developed by Parasuraman *et al.* (1985, 1988, 1991) and adapted for the urban passenger transportation. The procedure indicates four phases and nine steps in connection to Churchill paradigm (1979) and *focus group* interview. The adapted final SERVQUAL scale, with 23 items, and the dimensions obtained indicated that it is highly reliable (0.891) and valid. This exploratory research was performed in Cape Verde, at Praia in September 2008 with 230 regular users of bus service. The data confirms the existence of gaps and the factorial analysis confirms the existence of five dimensions, which determines the service quality in the bus service according to the following order of importance: *«confort of the bus*», «*performance from the collaborators*», «*empathy*», «*service convenience*» and lastly «*tangible equipmen*.

Keywords: Cape Verde, Collective Urban Transportation, Service Quality, SERVQUAL.

1. Introdução

Os dois marcos relevantes na história da qualidade referem-se ao advento da produção em massa e à importância crescente do sector de serviços (António e Teixeira, 2007). De acordo com Kristensen *et al.* (1992), o conceito de qualidade tem mudado muito drasticamente. Johnston e Clark (2008) afirmam que a expressão qualidade de serviço tem sido usada frequentemente com significados diferentes. Para Brady e Cronin (2001) e Buttle (1996), o conceito e a avaliação da qualidade de serviço são ainda tópicos controversos. A definição mais comum da qualidade percebida de serviço conta com um julgamento geral do consumidor acerca da excelência ou superioridade total do serviço (Parasuraman *et al.*, 1988), e deste modo inclui as suas percepções e expectativas sobre o desempenho de uma organização padrão (Grönroos, 1984; Parasuraman *et al.*, 1985). Como tal, a qualidade percebida é considerada, por estes autores, como um construto abstracto e elusivo, uma vez que os clientes reagem diferentemente ao que parece ser o mesmo serviço.

Cientes dos benefícios estratégicos da qualidade, muitas organizações têm criado programas de medição da qualidade, que incluem pesquisas para avaliar a qualidade percebida dos serviços (Bolton e Drew, 1991). Contudo, devido ao carácter intangível dos serviços e à participação dos clientes durante o seu processo, torna-se necessário criar formas específicas para avaliar a qualidade. De acordo com Teas (1993), a qualidade de serviço tem recebido muita atenção na literatura, onde importantes conceitos analisados envolvem vários *gaps* ou falhas de serviço. O

conceito de *gap* da qualidade do serviço que tem merecido maior atenção na literatura, é o *gap* serviço esperado – (menos) – serviço percebido, identificado por Parasuraman *et al.* (1985), e operacionalmente definido em termos do SERVQUAL – o instrumento mais utilizado para medir a qualidade de serviço. Para os referidos autores, independentemente do tipo de serviço, os consumidores utilizam os mesmos factores ou dimensões para avaliar a qualidade de um serviço.

Pesquisas sobre a qualidade de serviço têm vindo a ser realizadas desde a década de 1980. Cunningham *et al.* (2000) consideram de extrema importância a avaliação do serviço público de transporte, porque trata-se de um serviço que determina a qualidade de vida dos cidadãos. Por outro lado, Hopkins (1993) argumenta que, tratando-se de um segmento vital da economia de um país, é frutífero analisar esse serviço e determinar onde é preciso melhorar a sua qualidade. Das pesquisas efectuadas no sector de transporte, com a aplicação do SERVQUAL, encontra-se o estudo desenvolvido por Hu e Jen (2006), em Taipei. Outros estudos, realizados em várias cidades do mundo, focam a monitorização não académica da satisfação dos utentes em autocarros urbanos.

Em Cabo Verde, o transporte colectivo urbano de passageiros (TCUP) é um serviço público essencial da competência do Estado, explorado por iniciativa privada, através de contratos de concessão, desde 1979. É um serviço com grande potencial de crescimento nas próximas décadas, considerando o vasto número de deslocações diárias da população na Cidade da Praia e o aumento do perímetro da zona urbana. Para isso, há que desenvolver adequadamente a qualidade deste serviço público, dando uma maior atenção às solicitações dos seus utentes. Esta razão coloca em evidência a importância considerável da qualidade percebida para o desenvolvimento económico de um país, justificando o presente trabalho.

Esta justificação é reforçada pela ausência de estudos sobre a qualidade em África e pela escassez de trabalhos académicos conhecidos que abordem o tema em estudo. A presente pesquisa de investigação consiste, assim, em desenvolver e verificar a aplicabilidade do modelo SERVQUAL adaptado ao sector de transporte colectivo urbano, na Cidade da Praia. Para melhorar a validade da escala, utiliza-se um modelo que envolve a aplicação de uma pesquisa exploratória qualitativa, através da combinação do paradigma de Churchill (Churchill, 1979) e entrevistas. Churchill propôs um esquema que envolve um processo interactivo para desenvolver melhores medidas de variáveis de construto.

Trata-se de um procedimento que pode ser seguido para unificar e juntar peças de informação que se encontram separadas, desenvolvendo medidas de melhoria com fiabilidade desejada e propriedades de validade. Segundo o autor, o pesquisador deve, numa primeira fase, especificar o domínio do construto e, posteriormente, produzir uma amostra dos itens a serem medidos. E, com base nas informações

colhidas do estudo qualitativo, aplica-se o SERVQUAL adaptado, através de uma pesquisa descritiva quantitativa. O artigo está organizado da seguinte forma: inicialmente, reporta-se alguma literatura, que inclui o modelo e o instrumento de avaliação da qualidade percebida pelos clientes; seguidamente, explica-se o procedimento para o desenvolvimento da escala da qualidade de serviço específico e, finalmente, são apresentados e discutidos os resultados do estudo e as conclusões da pesquisa, com identificação de algumas limitações e recomendações para pesquisas futuras.

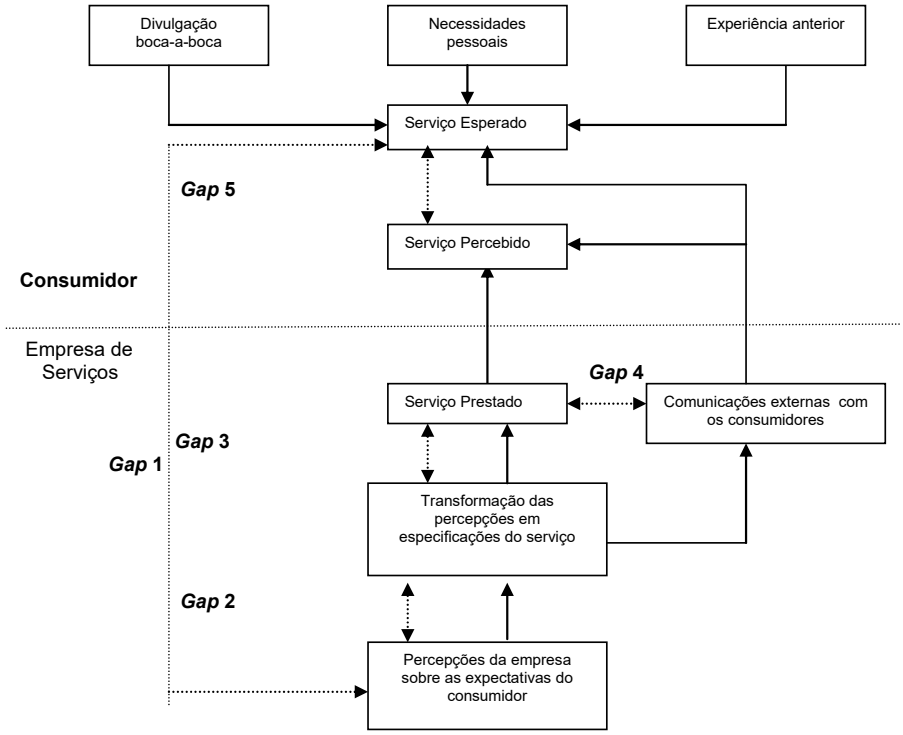
2. Revisão de literatura

2.1. Avaliação da qualidade de serviço

Proporcionar qualidade nos serviços requer pesquisa sobre a qualidade (Parasuraman *et al.*, 1990). Segundo estes autores, uma pesquisa sobre a qualidade de serviço suporta o objectivo de melhoria contínua que caracteriza as grandes organizações de serviço. É o tipo de pesquisa que requer visão, inovação e compromisso das organizações. Os primeiros esforços para a avaliação de serviços podem ser atribuídos ao trabalho dos pesquisadores norte-americanos Parasuraman *et al.* (1985), que desenvolveram o modelo designado por *Modelo Conceptual de Qualidade nos Serviços*, onde se evidenciam os principais requisitos para um fornecedor atender à qualidade esperada. Este modelo apresenta os *gaps* (falhas) que podem ocorrer numa prestação de serviço, conforme indicado na Figura 1, as quais causam o insucesso de um serviço.

O conceito de qualidade percebida pelo cliente, definido por Parasuraman *et al.* (1985), está baseado na comparação entre as expectativas prévias e as percepções reais do serviço prestado, sendo dimensionado pela diferença ou *gap* existente. Segundo Lee *et al.* (2000) e Parasuraman *et al.* (1985), a avaliação da qualidade do serviço foi baseada no modelo de desconfirmação de Oliver (1980).

Figura 1 – Modelo Conceptual de Qualidade de Serviço



Fonte: Parasuraman *et al.*, (1985, p. 44).

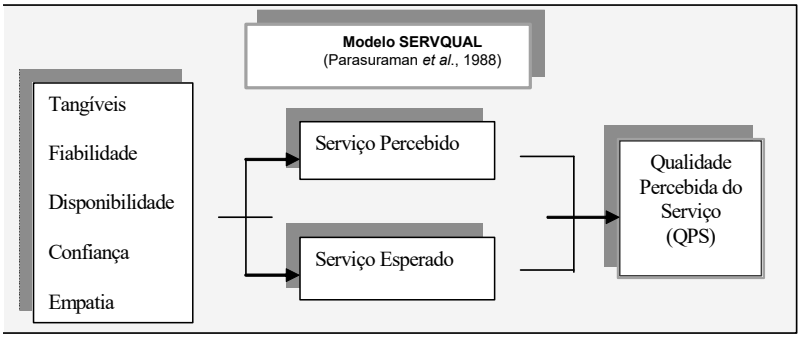
O referido modelo conceptual está a ser largamente utilizado por gestores de uma variedade de serviços é referenciado por vários autores (*e.g.* McAlexander, 1994; Pakdil, 2005; Lassar *et al.*, 2000; Lam, 2001; Barnes, 2007; Koc, 2006; Chen, 2005; Saravan, 2007; Rodrigues, M.O., 2006; Cunningham *et al.*, 2000; Hu e Jen, 2006), na medida em que é um modelo que busca auxiliar os gestores a compreenderem as fontes dos problemas da qualidade do serviço, mais relevantes para os seus clientes e a melhorá-los.

Parasuraman *et al.* (1985, 1988) propuseram nos seus primeiros estudos um conjunto de dez determinantes. Porém, nas suas pesquisas posteriores demonstraram a correlação existente entre alguns desses determinantes, passando deste modo a combiná-los em dimensões mais amplas. No final, os autores obtiveram cinco dimensões consolidadas, que são: *tangíveis*, *fiabilidade*, *disponibilidade*, *confiança* e *empatia*. Para Parasuraman *et al.* (1988), independentemente do tipo de serviço analisado, a *fiabilidade* é consistentemente a dimensão mais crítica, porque

provoca insatisfação, sendo, por isso, considerada a mais importante entre as cinco dimensões. Os referidos autores argumentam ainda que, os clientes levam em consideração tanto a fiabilidade do resultado, que é o serviço entregue, como as demais dimensões, designadas de dimensões do processo. Sendo assim, apesar da fiabilidade ser a dimensão mais importante, para atender as expectativas dos clientes, as dimensões do processo são as mais importantes para superar as expectativas dos clientes (Parasuraman *et al.*, 1988).

Com a finalidade de melhor identificar as sinuosidades inerentes à produção de serviços, de forma sólida e exacta, Parasuraman *et al.* (1988, 1991 e 1994) desenvolvem e aperfeiçoam, após diversas pesquisas, o modelo SERVQUAL (Figura 2).

Figura 2 – Modelo SERVQUAL



Trata-se de uma escala de múltiplos itens que as organizações podem usar para avaliar as expectativas e as percepções dos clientes sobre os serviços prestados pelas mesmas, e que consiste num questionário que apresenta duas partes. Uma parte com perguntas sobre as expectativas dos clientes e a outra parte com perguntas referentes às suas percepções sobre o desempenho do serviço. A ferramenta utiliza as cinco dimensões da qualidade, atrás mencionadas, com 22 itens para as percepções e 22 itens para as expectativas. Para a avaliação destes itens utiliza-se uma escala de Likert, de 7-pontos, onde os extremos são marcados com «Discordo Totalmente» e «Concordo Totalmente». Uma pontuação final é gerada pela diferença entre as percepções (P) e as expectativas (E) registadas, para cada dimensão, que representa a qualidade de serviço (P – E = QS). Um resultado negativo indica que as percepções estão abaixo das expectativas, mostrando quais as falhas do serviço que geram um resultado insatisfatório para o cliente. Uma pontuação positiva indica que o prestador de serviços oferece um serviço superior ao esperado, sendo um ponto de satisfação do cliente.

A escala SERVQUAL é utilizada para avaliar a qualidade em cada uma das cinco dimensões da qualidade, medindo as pontuações obtidas nos itens que formam cada dimensão. Segundo os autores, o instrumento é um esqueleto básico, podendo ser adaptado, de acordo com as características específicas do serviço analisado, fazendo-se assim modificações e ajustamentos nos 22 itens. Para obter respostas significativas dos clientes, para os referidos itens, tem-se como requisito básico o conhecimento do serviço oferecido pela empresa a ser pesquisada, podendo assim ser aplicada somente aos clientes actuais ou antigos.

Segundo Barnes (2007), muitos investigadores, incluindo Babakus e Mangold (1992), utilizam esse instrumento, tendo acrescentado ou eliminado alguns itens, conforme o contexto das suas próprias pesquisas de investigação. Outros, como Hu e Jen (2006), modificam o referido instrumento, introduzindo uma zona de tolerância (distância entre o desejado e o tolerado) no serviço esperado que Parasuraman *et al.* (1985, 1988 e 1991) trouxeram nos seus estudos. Para os referidos autores, com o uso desta nova versão do SERVQUAL, a qualidade de serviço deve ser a distância entre o percebido e o limite da zona de tolerância, tornando-se o resultado mais razoável e mais preciso.

O SERVQUAL é, assim, usado como uma técnica de diagnóstico para identificar os pontos fortes e fracos de uma empresa, servindo de base para a melhoria contínua. Quando aplicada aos clientes, de uma forma periódica, a ferramenta pode identificar as tendências da qualidade dos serviços.

2.2. Avaliação da qualidade de serviço no transporte colectivo urbano

Segundo Hopkins (1993), uma vez que o sector de transporte é um segmento vital da economia de um país, é frutífero analisar o sector e determinar onde é preciso melhorar a qualidade do seu serviço.

Rietveld (2003) e Cunningham *et al.* (2000) argumentam que poucas pesquisas académicas têm sido levadas a cabo sobre a qualidade de serviço nos transportes colectivos urbanos de passageiros (TCUP), existindo em contrapartida muitos estudos sobre o controlo dos preços, tempo de viagem e taxa de rentabilidade das empresas prestadoras de serviço de transporte. Para Hensher *et al.* (2003), os desafios chave começam com a identificação de um conjunto de dimensões de qualidade de serviço pelos passageiros. O Quadro 1 apresenta vários exemplos de estudos que procuram analisar a qualidade deste tipo de serviço.

Quadro 1 – Pesquisas sobre a Avaliação da Qualidade do Serviço de TCUP

Autor	Local e objectivo da pesquisa	Conclusão sobre as dimensões da qualidade
Borges Jr. e Fonseca (2002)	Porto Alegre Pesquisa de Satisfação: Medição do nível de satisfação de utilizadores do transporte colectivo	Apontaram 40 itens e 10 dimensões da qualidade deste serviço: • trajectos e horários • qualidade do pessoal • adequação para deficientes • condições das paragens • condições internas • conforto • informações • pagamento • acesso às paragens e fiscalização.
Hensher *et al.* (2003)	Sydney – Austrália Pesquisa sobre os aspectos específicos da qualidade de serviço de transporte colectivo	Identificaram 13 atributos que descrevem as maiores dimensões da qualidade: • tempo de viagem • preço da viagem • tipo de bilhete • frequência • tempo de chegada na paragem • tempo de espera para a chegada do autocarro • disponibilidade de lugar • informação nas paragens • acesso • instalações da paragem • temperatura no autocarro • atitude do condutor e • limpeza geral do veículo.
Bouchanan (2004)	Londres Satisfação dos passageiros transportados por autocarros	Revelaram que são 6, os aspectos mais importantes da qualidade do serviço: • frequência • pontualidade • confiança • tempo de espera • directrizes e • estado das estradas.
Ferraz e Torres (2004), citado por Rodrigues, M.O. (2006)	São Carlos – Brasil Pesquisa sobre a qualidade do TCUP	Declararam que são 12 os factores que influem na qualidade do transporte público urbano: • acessibilidade • frequência de atendimento • tempo de viagem • lotação • confiabilidade • segurança • características dos veículos • características dos locais de paragem • sistemas de informações • conectividade • comportamento dos operadores e • estado das vias.

Autor	Local e objectivo da pesquisa	Conclusão sobre as dimensões da qualidade
ANTT – Agência Nacional de Transportes Terrestres (2005	Recife – Brasil Pesquisa sobre a Avaliação da Satisfação dos utilizadores do serviço de TCUP	Aponta 12 atributos priorizados pelos utentes: • conforto • pontualidade • segurança na condução • limpeza dos autocarros • cordialidade dos funcionários • estado de conservação dos autocarros • lotação • limpeza dos banheiros dos autocarros • atendimento ao usuário • rapidez na solução de problemas com autocarros na estrada • facilidade de compra e devolução de passagem • diversidade da forma de pagamento.
Hu e Jen (2006)	Taipei – China Pesquisas efectuadas no sector de TCUP, com a aplicação do SERVQUAL	Identificaram 20 itens e quatro dimensões, designadamente: • interacção com os passageiros • tangível – equipamento • conveniência e • apoio à gestão operacional.

Hu e Jen (2006) são de opinião que para compreender as percepções e as expectativas dos passageiros, relativamente à qualidade do serviço de autocarros, os gestores e as agências reguladoras devem procurar desenvolver uma escala apropriada que reflicta com precisão as opiniões dos passageiros.

3. Metodologia

A presente investigação usou o modelo SERVQUAL para avaliar a qualidade percebida no sector de transporte colectivo urbano de passageiros (TCUP), na Cidade da Praia – Cabo Verde. Para isso, foram utilizadas as pesquisas qualitativas e quantitativas, com o uso de dois instrumentos específicos – as entrevistas e a administração do instrumento de pesquisa. Na pesquisa qualitativa, a amostragem dos indivíduos foi feita por conveniência ou por acaso. Esta fase de pesquisa foi executada para servir de suporte ao desenvolvimento do questionário multi-item. Na pesquisa quantitativa, para a determinação do número de respondentes ao questionário, utilizou-se o método de amostragem estratificada proporcional, por linhas de percurso dos autocarros, que teve por base a quilometragem da operação, por dia e

por linha. As linhas foram identificadas por número e as paragens dos autocarros foram seleccionadas por linha, de acordo com o respectivo percurso. Existe concorrência entre as duas empresas de TCUP, Moura Company e Solatlântico, apenas nas linhas 3, 4 e 10. Pelo facto das linhas 3 e 4 terem o mesmo percurso mas sentidos opostos, os respectivos dados aparecem combinados. Desta forma, o total das entrevistas para as linhas 3 e 4 e para a linha 10, foi dividido proporcionalmente entre as referidas empresas.

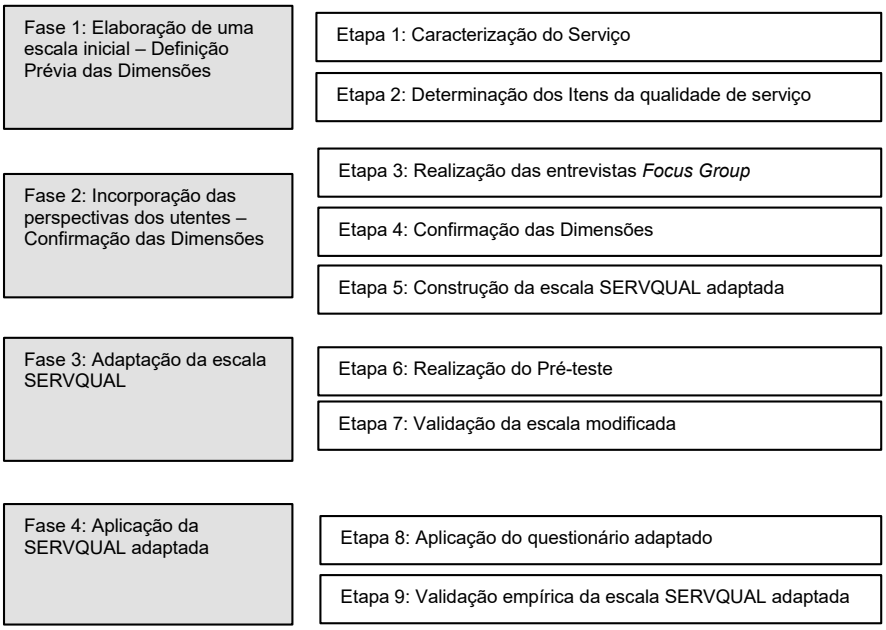
3.1. Desenvolvimento da escala

O plano de investigação adoptado no presente estudo consistiu na utilização de metodologias múltiplas derivadas do paradigma de Churchill, para obter uma escala válida e fiável. Os procedimentos levados a efeito, apresentam 4 fases e 9 etapas, como indicado na Figura 3.

■ Fase 1: Elaboração de uma escala inicial

O objectivo desta fase consistiu no desenvolvimento elementar da qualidade do serviço de TCUP. Para isso, caracterizou-se o sector, através de perguntas abertas aos gestores, de forma a se identificar o principal objectivo da organização e a situação actual do sector em causa. Assim, na *Etapa 1* foram obtidos os problemas e os constrangimentos por que passam este serviço, para além das informações que caracterizam o serviço, incluindo a relação entre o fluxo de passageiros e o sistema de serviços de autocarros. Na *Etapa 2*, e com base no conjunto inicial das dimensões da qualidade de serviço, contendo 22 itens, propostos por Parasuraman *et al.* (1988), analisou-se, com os gestores das duas empresas de transporte colectivo urbano, o significado de cada dimensão, de forma a verificar a sua aplicabilidade à realidade destas organizações e de proceder aos ajustamentos necessários. Após a definição dessas dimensões da qualidade do serviço em análise realizou-se uma priorização das mesmas junto aos gestores, com o propósito de a comparar posteriormente com o ponto de vista dos utentes e verificar-se, assim, a existência do *gap*1.

Figura 3 – Modelo Esquemático para o Desenvolvimento do SERVQUAL Adaptado



■ Fase 2: Incorporar as perspectivas dos utentes – Confirmação das dimensões

Esta fase tinha como propósito incorporar as perspectivas dos utentes. Elaborou-se, deste modo, um cronograma de execução das entrevistas qualitativas com os utentes. As entrevistas foram feitas por conveniência. Na Etapa 3 foram realizadas informalmente as entrevistas FG, tendo sido os participantes contactados informalmente, para ver da sua disponibilidade e do seu interesse em participar na pesquisa. Utilizou-se nestas entrevistas em grupo, um guião orientador, com perguntas não-estruturadas do tipo abertas. Assim, num grupo informal foram feitas perguntas sobre os incidentes críticos (CIT), que os fizeram satisfeitos ou insatisfeitos com o sistema de transporte público.

O resultado destas entrevistas justificou a eliminação de itens inadequados, a indicação de itens mais significativos, bem como a combinação de certas questões. Por exemplo, os itens sugeridos e que eram negativos foram todos trocados por itens com palavreado positivo. Posteriormente, na *Etapa 4* foram apresentadas as dimensões da qualidade do serviço aos referidos participantes, para sua confirmação e priorização, ficando desta forma confirmadas as cinco dimensões da qualidade. E, na *Etapa 5*, o SERVQUAL foi trabalhado tendo-se em consideração todas

as contribuições recebidas. Desenvolveu-se, no final, um questionário preliminar, baseado no modelo original, que ficou constituído por 23 declarações. Além destas declarações, relacionadas directamente com as dimensões da qualidade de serviço de TCUP, foram adicionadas outras perguntas para complementar o questionário SERVQUAL e fornecer demais informações do sector em estudo.

■ Fase 3: Adaptação da escala SERVQUAL

Para adaptar a escala adaptada realizou-se um pré-teste na *Etapa 6*, com o fim de serem obtidos comentários e sugestões. Observou-se, por outro lado, que a utilização das expressões «nível desejado» e «nível percebido» eram melhores entendidas do que as palavras «expectativas» e «avaliação», tendo-se assim optado por utilizar essas expressões no instrumento SERVQUAL adaptado. Portanto, o questionário final ficou constituído por duas partes.

Contudo, por se ter constatado nas entrevistas FG que, colocando esta segunda secção ao lado da primeira facilitaria o processo e o entendimento das questões, alterou-se a apresentação do instrumento original. Decidiu-se, igualmente, alterar o formato do questionário, que passou a apresentar na mesma página três colunas, sendo uma com as declarações do serviço de TCUP e as outras duas com a escala de avaliação Likert de 7-pontos, de 1 (discordo totalmente/baixo) a 7 (concordo totalmente/alto).

Na *Etapa 7* procedeu-se à validação do instrumento adaptado, tendo-se verificado que a escala SERVQUAL ficou mais simplificada.

■ Fase 4 – Aplicação da escala SERVQUAL adaptada

Terminado o pré-teste e realizados os ajustes necessários no questionário, partiu-se para a aplicação final da pesquisa (*Etapa 8*), a qual foi seguida da sua validação empírica, na última etapa, com a aplicação de determinadas análises.

3.2. Análise

O tratamento das informações fez-se através dos programas software Excel e SPSS (*Statistical Package for Social Sciences*). Foram utilizados alguns métodos de análise importantes para dados quantitativos e qualitativos, através de estatísticas descritivas e distribuições de frequência, medida de localização (média), medida de dispersão (desvio padrão) e medida de grau de associação entre duas variáveis (Coeficiente de *Pearson*). Procurou-se também utilizar métodos de análise univariada e multivariada, para relacionar as características entre si. Para interpretar a

estrutura de um conjunto de dados multivariados, a partir da respectiva matriz de correlações, fez-se a aplicação de técnicas mais complexas, como a análise factorial, análise de componentes principais e modelo de regressão múltipla.

4. Resultados

4.1. Perfil dos sujeitos

Participaram da pesquisa 234 utentes, que tinham experiência com os serviços prestados pelas duas empresas de TCUP, conforme proposto por Parasuraman *et al.* (1988). A amostra foi composta por 54,7% de mulheres e por 45,3% de homens, com idade compreendida entre os 18 e os 74 anos. Os estudantes representaram 24%, enquanto os funcionários representaram 59% da amostra. A maioria dos entrevistados (58%), cuja idade se situa entre os 18 e os 25 anos, concluiu o ensino secundário, e cerca de 15% tinham formação universitária, sendo 9% para a formação média e 6% para a superior.

Os utentes entrevistados estavam inseridos, na sua maioria, na categoria de trabalhadores e tinham uma idade média de 30 anos, sendo a mínima de 18 e a máxima de 74 anos. A maioria dos utentes trabalha/estuda no Plateau (26,1%), seguida de Achada de Stº António (17,9) e Palmarejo (11,1%). Em termos de grau de utilização de autocarro, a maioria utiliza-o numa base diária (37,6), para se deslocar ao trabalho (60,7%), para ir à escola (17,5%) ou para passear/fazer compras (11,2%), sendo que destes utentes de autocarro apenas 7,3% dispõem de viatura própria.

O autocarro é considerado como sendo o meio mais acessível (52,6%) e com um serviço mais frequente (34,2%). Como transporte alternativo ao autocarro utiliza-se o táxi (30,3%) e os mini-autocarros tipo «Hiace», com capacidade para 15 lugares, (18,8%). De referir que dos utentes inquiridos 55,1%, não possuem passe social das empresas de transporte e 43,2% o adquirem mensalmente. A maioria dos utentes afirma que tem à sua disponibilidade uma linha de transporte colectivo urbano perto da sua localidade de residência e utiliza apenas uma linha diariamente (52,6%), numa frequência de duas vezes ao dia (58,1%). Um total de 73,9% não concorda com a actual distribuição das linhas.

4.2. Verificação da fiabilidade e da validade do SERVQUAL adaptado

A fiabilidade, a «*structure factor*» e a validade do SERVQUAL adaptado foram verificadas segundo o mesmo critério que o original, proposto por Parasuraman *et al.* (1988). Churchill (1979) recomenda a purificação do instrumento, através da determinação do coeficiente *Alfa de Cronbach*, avaliando-se desta forma a fiabilidade da consistência interna do instrumento de medição. Este coeficiente varia de 0 a 1, sendo que um valor inferior a 0,60 indica normalmente uma consistência interna insatisfatória, enquanto um valor superior a 0,70 implica uma fiabilidade forte da escala. A pesquisa indicou uma fiabilidade satisfatória da consistência interna da escala SERVQUAL adaptada, devido ao valor apresentado do coeficiente *Alfa de Cronbach* (0,891) considerado elevado.

Para além da verificação da fiabilidade da escala de medição é necessário verificar também a sua validade. Para isso, analisou-se, inicialmente, a validade de construto, verificando a correlação existente entre a Percepção Geral da Qualidade do Serviço (PGQ) (ou seja a resposta directa dos entrevistados sobre a sua percepção quanto à qualidade geral do serviço prestado, numa escala tipo Likert de 7-pontos) e os pontos médios dos resultados SERVQUAL (Qualidades de Serviço – QS), para as cinco dimensões da qualidade avaliadas na pesquisa.

Quadro 2 – Coeficientes de Correlação de *Pearson*

	Percepção Geral Qualidade	QS Tangível	QS Fiabilidade	QS Confiança	QS Disponibilidade	QS Empatia
Percepção Geral da Qualidade (PGQ)	1,000					
QS Tangível	0,432(**)	1,000				
QS Fiabilidade	0,500(**)	0,564(**)	1,000			
QS Confiança	0,405(**)	0,560(**)	0,623(**)	1,000		
QS Disponibilidade	0,385(**)	0,428(**)	0,519(**)	0,670(**)	1,000	
QS Empatia	0,381(**)	, 475(**)	0,480(**)	0,578(**)	0,510(**)	1,000

** Correlação é significante a um nível de 0.01.

Os coeficientes de Correlação de *Pearson* variam de – 1 a +1, sendo que um valor diferente de zero é significativo e indica a presença de uma relação linear, que será mais forte quanto maior for o valor absoluto do coeficiente. Os coeficientes de

correlação de *Pearson* apresentaram valores que variaram entre 0,381 e 0,670, indicando a existência de uma correlação linear significativa de moderada a forte, entre a PGQ e as demais dimensões da qualidade avaliadas, bem como entre as próprias dimensões.

A existência de uma correlação linear atende ao pressuposto exigido para o cálculo da regressão linear múltipla, que mostra o relacionamento existente entre as variáveis independentes (os resultados médios das QS) e a variável dependente (a PGQ). O modelo apresentou o coeficiente de determinação fraco (R^2 = 0,303), indicando que apenas cerca de 30% das variações observadas na PGQ é explicada pela variação dos resultados médios da qualidade de serviço. Este resultado pode ser devido às diversas opiniões colhidas na pesquisa, pois foram entrevistados diferentes grupos de pessoas, com uma variação natural esperada, pois usam linhas, cujos serviços prestados e autocarros utilizados são diferentes. Por outro lado, deverão existir outros factores que influenciaram na avaliação da qualidade percebida.

O teste *F* dá a informação sobre a adequabilidade do modelo linear para explicar a relação entre as duas variáveis, testando a hipótese do coeficiente de determinação R^2 ser 0 na população. Neste caso (F (5) = 19,742; p = 0,000), rejeita-se a hipótese disso acontecer. Seguidamente, foram conduzidas *ANOVAS* (Análise de Variância Simples Paramétrica) separadas para cada dimensão e para a escala total SERVQUAL adaptada, com o uso do teste Ducan, tendo igualmente verificado, à semelhança de Parasuraman *et al.* (1988), que a força e a persistência da relação entre as categorias da PGQ e os resultados da QS oferecem um forte suporte à validade convergente do SERVQUAL adaptado.

4.3. Avaliação do desempenho do serviço de autocarro, na Cidade da Praia – Cabo Verde

Os resultados médios da amostra são ilustrados no Quadro 3, onde, para cada declaração, se apresenta a média dos valores da Expectativa (E) e da Percepção (P), bem como o valor médio da Qualidade de Serviço (QS). A terceira coluna, do referido Quadro, apresenta os resultados do serviço, para cada variável, sendo os resultados do SERVQUAL total apresentados na parte final do Quadro.

4.3.1. Expectativas (E)

Como pode ser observado no Quadro 3, a média dos resultados da expectativa (nível desejado) é bastante elevada (6,92 numa escala de 7-pontos), o que resulta

uma qualidade negativa para todas as dimensões e para todos os itens. Este resultado não é de se estranhar, uma vez que normalmente a expectativa dos clientes é alta para qualquer tipo de serviço (Parasuraman *et al.*, 1988; Cronin e Taylor, 1992). Com base nos níveis obtidos sobre a expectativa dos utentes, estabelecem-se graus de importância às variáveis pesquisadas. Neste estudo, os resultados mais significativos, em termos de expectativa, estão concentrados nos itens 14, 13, 15 e 18, e referem-se à dimensão *Confiança,* sendo portanto, a mais importante segundo esta perspectiva. Isto sugere que os utentes entrevistados têm altas expectativas em termos dos cuidados que os motoristas devem ter na condução, segurança dos utentes, venda de bilhetes e condução dos veículos feitas em momentos diferentes, e educação dos funcionários. No entanto, verifica-se que o item 17, referente à formação dos condutores, se destaca dos demais itens pertencentes a esta dimensão, pois apresentou o maior *gap* negativo (-4,01).

Quadro 3 – Resultados médios do SERVQUAL adaptado

	E	sd	P	sd	P-E	sd
Tangíveis						
1. Autocarros modernos e novos	6.91	(0.34)	3.72	(1.45)	-3.19	(1.54)
2. Autocarros confortáveis	6.90	(0.44)	3.49	(1.53)	-3.41	(1.67)
3. Autocarros limpos no seu interior	6.92	(0.40)	3.81	(1.63)	-3.12	(1.71)
4. Autocarros com campainha	6.77	(0.73)	2.78	(1.63)	-3.99	(1.86)
5. Autocarros com extintor	6.95	(0.42)	2.74	(1.70)	-4.21	(1.80)
6. Autocarros com ar condicionado	6.35	(1.20)	2.21	(1.37)	-4.14	(1.75)
7. Pouco barulho nos autocarros	6.83	(0.71)	3.27	(1.78)	-3.56	(1.81)
8. Paragens apropriadas e convenientes	6.97	(0.19)	3.44	(1.69)	-3.53	(1.71)
9. Informações sobre rotas e horários	6.90	(0.40)	2.07	(1.51)	-4.83	(1.53)
10. Funcionários com boa aparência/uniforme	6.93	(0.32)	4.66	(1.62)	-2.26	(1.63)
Fiabilidade						
11. Ter capacidade para prestar o serviço	6.94	(0.25)	4.10	(1.57)	-2.85	(1.59)
12. Ter interesse em resolver os problemas	6.94	(4.59)	3.04	(1.65)	-3.91	(1.69)
Confiança						
13. Condutores preocupam-se com os utentes	6.99	(0.09)	3.06	(1.65)	-3.94	(1.66)
14. Condutores conduzem com cuidado	7.00	(0.00)	3.74	(1.58)	-3.26	(1.58)
15. Condutores vendem/conduzem separadamente	6.98	(0.14)	3.81	(2.08)	-3.17	(2.08)
16. Condutores recebem/deixam utentes só nas parag.	6.90	(0.36)	3.58	(1.56)	-3.33	(1.61)
17. Condutores com formação adequada	6.97	(0.22)	2.96	(1.72)	-4.01	(1.75)
18. Funcionários educados e gentis	6.98	(0.13)	3.79	(1.57)	-3.20	(1.59)
Disponibilidade						
19. Funcionários com disposição para ajudar	6.97	(0.17)	3.52	(1.59)	-3.45	(1.61)
Empatia						
20. Horários convenientes aos utentes	6.95	(0.21)	3.63	(1.69)	-3.32	(1.70)
21. Lugares reservados	6.96	(0.41)	1.47	(1.14)	-5.48	(1.33)
22. Tempo de espera o mínimo possível	6.91	(0.51)	3.23	(1.64)	-3.68	(1.82)
23. Acessibilidade das paragens	6.94	(0.30)	4.21	(1.64)	-2.73	(1.68)
Média SERVQUAL	6.92		3.32		-3.59	

Nota: os valores foram avaliados na escala de 7-pontos de Likert.

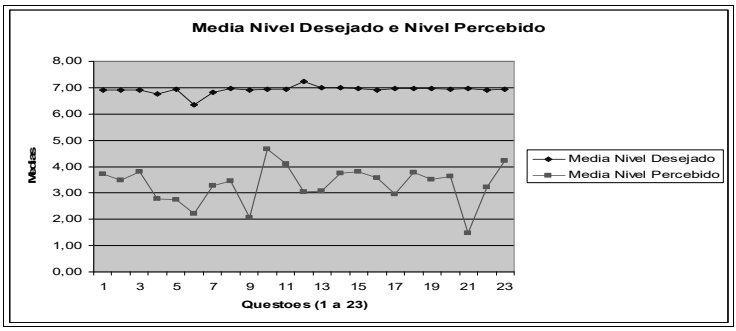
4.3.2. Percepções (P)

Ao examinar a escala sobre a percepção (nível percebido), verifica-se que as três maiores médias se localizam nos itens 10, 23 e 11. Note-se que nenhum destes itens coincide com as variáveis mais relevantes em termos de expectativa dos utentes, o que é um sinal negativo em termos de qualidade do serviço. Por outro lado, ao se proceder a uma análise no sentido de identificar as menores médias em termos de percepção, destacam-se os itens 21, 9 e 6. É bem nítido o destaque da variável 21, das demais variáveis, e do seu respectivo *gap* (-5,48), sugerindo a grande preocupação dos passageiros em relação à inexistência de lugares reservados nos veículos. Relativamente aos níveis de percepção para as variáveis que apresentaram maiores índices de expectativa, a variável 13, referente à preocupação dos condutores quando os utentes entram e saem dos autocarros, apresenta um dos maiores *gaps* (-3,94), colocando-se como uma das variáveis mais importantes da escala. Por outro lado, os utentes parecem não estar preocupados com a existência de ar condicionado nos veículos (menor expectativa), provavelmente devido ao facto das distâncias percorridas serem curtas.

4.3.3. *Gaps* da qualidade de serviço

Uma análise global dos dados obtidos referentes à qualidade de serviço é apresentada no Gráfico 1, onde se observa que as médias encontradas nas escalas expectativas possuem valores superiores às médias das escalas da percepção, para todos os itens.

Gráfico 1 – Média dos Níveis Desejado e Percebido da Qualidade do Serviço



A média da escala SERVQUAL adaptada apresenta o valor de – 3,59, o que indica uma fragilidade na operação do serviço em análise, diante dos *gaps* observados, podendo também indicar insatisfação dos utentes referentes às dimensões avaliadas. Valores elevados de *gaps* negativos representam um serviço com baixa qualidade. Os maiores *gaps* encontrados, portanto as variáveis mais nevrálgicas no contexto em análise, registaram-se nos itens 21, 9, 5, 6 e 17. Já os menores *gaps* encontrados, ou seja aqueles aspectos onde o desempenho mais se aproxima do desempenho esperado pelos utentes, referem-se aos itens 10, 23, 11, 3 e 15.

Por outro lado, se constata no Quadro 3 que os desvios padrão (sd) dos *gaps* obtidos são considerados elevados, o que indica uma grande variabilidade das respostas, apresentado o item 15 o maior desvio, seguido dos itens 4, 22, 7 e 5. Isto sugere que, o grupo pesquisado é bastante heterogéneo e possui opiniões diversas em relação à qualidade dos serviços de TCUP, na Cidade da Praia – Cabo Verde.

Procurou-se identificar onde aparentemente os *gaps* são ou não estatisticamente significativos. Para isso, foi determinado o *Teste-t Paired sample* nas médias dos itens da percepção e da expectativa. Os resultados demonstram diferenças estatisticamente significativas entre as médias das respostas dadas às questões das percepções e das expectativas dos utentes do sector de TCUP, em todas as 23 afirmações. A média dos resultados da expectativa (6,92) é muito superior à média dos resultados de percepção da qualidade (3,32). A correlação entre as duas variáveis é muito fraca (0,157) e estatisticamente significativa ($p = 0{,}01$), sendo igualmente estatisticamente significativa a diferença entre as duas médias ($t\,(233) = 55{,}05$; $p = 0{,}000$). Para todas as declarações, existe uma significância estatística a um alfa $< 0{,}01$, o que ilustra um *gap* significativo entre as percepções e as expectativas do serviço a um nível de confiança de 99%. Isto representa *gaps* de qualidade de serviço que as empresas deveriam levar em conta para tomar as medidas necessárias de sua melhoria.

4.4. Dimensões da qualidade do serviço de TCUP, na Cidade da Praia – Cabo Verde

Com o objectivo de verificar a dimensionalidade dos 23 *gaps* obtidos e comparar os resultados obtidos com as cinco dimensões originais, procedeu-se à realização da análise factorial (AF). Assim, usando a análise dos componentes principais (ACP) com a rotação oblíqua, à semelhança do estudo original conduzido por Parasuraman *et al.* (1988), os referidos *gaps* foram sujeitos à análise factorial, tendo-se igualmente obtido cinco factores (Quadro 4), com o *eigenvalues* superior a um. Usou-se o

método varimax com normalização kaiser, que é um método que produz normalmente uma estrutura simples (Norman e Streiner, citado por Barnes, 2007). Este método permitiu não só analisar a intercorrelação entre as dimensões como também facilitar a sua interpretação.

Quadro 4 – Resultados da Análise Factorial: 5 Dimensões do SERVQUAL Adaptado

Atributos da Qualidade	*Descrição dos atributos*	*"Factor Loadings"*
Desempenho dos *Colaboradores - F1*		
QS11	*Empresa com capacidade para prestar adequadamente o serviço*	*67*
QS12	*Empresa com interesse em resolver os problemas dos utentes*	*63*
QS13	*Condutores preocupados com a segurança dos utentes*	*69*
QS14	*Condutores conduzem com cuidado e habilidade*	*71*
QS16	*Condutores recebem e deixam utentes só nas paragens*	*53*
QS17	*Condutores com formação/conhecimentos adequados*	*61*
QS18	*Condutores/supervisores educados e prestativos*	*74*
QS19	*Funcionários com disposição para ajudar os utentes*	*71*
QS10	*Condutores com boa aparência e com uniforme*	*64*
Conforto dos Veículos - F2		
QS1	*Autocarros modernos e novos*	*75*
QS2	*Autocarros confortáveis*	*79*
QS3	*Autocarros limpos no seu interior*	*68*
QS4	*Autocarros com campainha*	*65*
Equipamento Tangível- F3		
QS5	*Autocarros com extintor*	*59*
QS6	*Autocarros com ar condicionado*	*67*
QS9	*Existência de informações sobre rotas e horários*	*54*
Empatia - F4		
QS20	*Horários convenientes aos utentes*	*52*
QS21	*Lugares reservados*	*70*
QS22	*Tempo de espera o mínimo possível*	*57*
QS23	*Acessibilidade das paragens*	*56*
Conveniência Serviço - F5		
QS7	*Pouco barulho nos autocarros*	*50*
QS8	*Paragens apropriadas e convenientes*	*63*
QS15	*Venda e condução realizadas em momentos diferentes*	*74*

* «*Factor Loadings*», após a rotação oblíqua, multiplicado por 100, n = 234. *Loadings* com valores inferiores a 0,50 foram suprimidos para o propósito da análise.

A matriz, produzida pela rotação oblíqua, mostrou que os vinte e três itens iniciais podem passar a ser representados por estes cinco factores, sem grande perda de informação. Alguns itens tiveram *loadings* altos em mais do que um factor, o que implica que os factores podem não ser independentes uns dos outros. Por defeito foram extraídos cinco factores, que explicam em conjunto 57,5% da variância total.

De acordo com os resultados da estatística, a adequabilidade da análise de componentes principais (ACP) foi considerada boa, uma vez que o valor de KMO (Keiser-Meyer-Olkin – que quantifica o nível de intercorrelações entre as variáveis) foi igual a 0,872. Foram assim atribuídas novas designações às dimensões da qualidade de serviço nos TCUP, na Cidade da Praia – Cabo Verde (Quadro 4), tendo em conta os *factors loading*. Como constatado da AF, os itens das dimensões *Fiabilidade*, *Confiança* (alguns itens) e *Disponibilidade* foram combinados para formarem uma única dimensão – *Desempenho dos Colaboradores* (F1).

Relativamente aos itens da dimensão *Tangíveis,* tendo em conta que a sua distribuição foi feita de uma forma instável em vários factores, os itens QS1, QS2, QS3 e QS4 foram combinados e passaram a formar a dimensão – *Conforto dos Veículos/* (F2); os itens QS5, QS6, QS4 e QS9 formaram a dimensão – *Equipamento Tangível* (F3) e os itens QS7 e QS8, em conjunto com o item QS15 passaram a formar a dimensão – *Conveniência de Serviço* (F5). Os únicos itens que aderiram com sucesso à mesma dimensão, ou seja tiveram *loading* como no estudo original conduzido por Parasuraman *et al.* (1988), foram os referentes à dimensão *Empatia* (F4). O modelo adaptado apresentou um R^2 Ajustado de 0,339 (Quadro3), ligeiramente superior ao encontrado no modelo original, indicando que cerca de 34% das variações observadas na percepção geral da qualidade é explicada pela variação dos resultados médios da qualidade de serviço. A análise de variância da regressão mostrou ser aderente a nível do teste *F*, apresentando os cinco factores registos significativos (F (5) = 24,746; p = 0,000).

4.5. Importância das dimensões identificadas

Estimativas da importância das cinco dimensões do SERVQUAL adaptado, derivaram do modelo de regressão linear múltipla, conforme Parasuraman *et al.* (1988), explicando dessa forma a qualidade percebida do serviço em análise. Com a aplicação do referido modelo, onde se considerou como variável dependente a PGQ e as variáveis independentes os cinco factores obtidos da análise factorial, três dimensões foram reportadas como tendo significância estatística (p = 0,000), designadamente os factores F1, F2 e F4, ou seja *Desempenho dos Colaboradores*, *Conforto* e *Empatia* (Quadro 5).

Quadro 5 – Coeficientes do Modelo Regressão Linear Múltipla

Variáveis			*Beta*	*t*	*Sig*
Constante			*3.890*	*50.385*	*.000*
F1 - Desempenho Colaboradores			*.525*	*6.800*	*.000*
F2 - Conforto Físico			*.601*	*7.787*	*.000*
F3 - Equipamento Tangível			*-.027*	*-.346*	*.729*
F4 - Empatia			*.294*	*3.798*	*.000*
F5 - Conveniência de Serviço			*.116*	*1.495*	*.136*
R^2	*R^2 Ajustado*				
0.353	*0.339*				
ANOVA					
Modelo	*Sum of squares*	*df*	*Mean square*	*F*	*Sig*
				24.746	*0.000*
Regression	*171.839*	*5*	*34.368*		
Residual	*315.260*	*227*	*1.389*		
Total	*487.099*	*232*			

Variável dependente: Percepção Geral da Qualidade (PGQ).

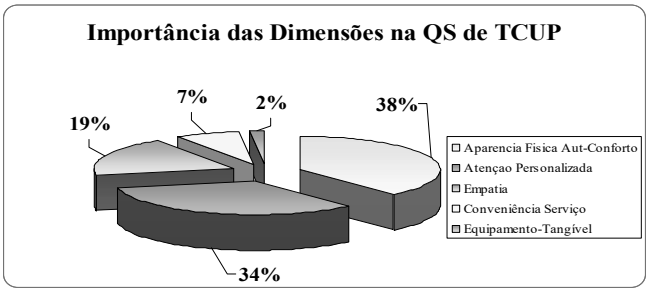
O Quadro 5 ilustra ainda as correlações entre os factores obtidos e a PGQ, com um R^2 de 0.353 (ANOVA F = 24.746, *df* = 5 e *p* = 0.000).

Os coeficientes também mostram que o valor mais elevado do Beta (0.601) recaiu sobre o factor *Conforto*, sendo desta forma considerado como o factor mais crítico deste serviço. Já os factores *Equipamento Tangível* e *Conveniência de Serviço* não apresentaram significância estatística em relação à PGQ. Considerando o quadro acima, e de acordo com a equação da recta de regressão, a qualidade percebida do serviço de TCUP é explicada pelo seguinte modelo de relação de linearidade:

$$PGQ = 3{,}890 + 0{,}525F1 + 0{,}601F2 - 0{,}270F3 + 0{,}294F4 + 0{,}116F5$$

Interpretando-se o modelo obtido verifica-se assim que, por ordem de importância relativa, os factores são: *Conforto Físico, Desempenho dos Colaboradores, Empatia, Conveniência de Serviço* e por último o *Equipamento Tangível.* Em termos percentuais, o Gráfico 2 resume os valores recebidos para cada factor, mostrando claramente que as cinco dimensões diferem na importância recebida.

Gráfico 2 – Importância das dimensões na qualidade do serviço de TCUP



Parasuraman *et al.* (1991) consideram que é igualmente útil a avaliação directa e individual das dimensões da qualidade do serviço, tanto do ponto de vista dos utentes como do dos gestores das empresas, de forma a se estimar o peso de importância das referidas dimensões para ambos. Assim, através da pergunta adicional sobre o grau de importância atribuído a cada dimensão, os utentes e os gestores procederam à sua priorização, por ordem decrescente em termos de importância, numa escala de 1 a 5, sendo «1» a dimensão mais importante e «5» a menos importante, como apresentado no Quadro 6. Constata-se, deste Quadro, que os utentes consideram prioritários a *Confiança*, enquanto que para os gestores a dimensão prioritária é a *Fiabilidade,* o que demonstra que os gestores das empresas de transporte não possuem uma visão clara das expectativas dos seus utentes.

Quadro 6 – Comparação da priorização das dimensões, pelos gestores e utentes

	Gestores	*Utentes*
1	*Fiabilidade*	Confiança
2	*Confiança*	Fiabilidade
3	*Empatia*	Tangível
4	*Tangível*	Empatia
5	*Disponibilidade*	Disponibilidade

5. Discussão, conclusões e recomendações

De uma forma geral o estudo apresenta argumentos que sugerem que a qualidade do serviço prestado pelas empresas concessionárias de TCUP, na Cidade da Praia – Cabo Verde, é negativa para todas as dimensões e itens analisados. O valor médio apresentado do SERVQUAL adaptado (-3,59) indica efectivamente uma fragilidade na operação desse serviço, diante dos *gaps* observados, podendo também indicar insatisfação dos utentes referentes às variáveis avaliadas. Igualmente se pode argumentar que a maior razão para os *gaps* observados pode ser devido ao facto da expectativa dos utentes ser muito alta para este tipo de serviço.

Os comentários surgidos nas entrevistas fornecem alguma evidência de que os utentes imaginam um serviço de TCUP muito melhor do que o que estão recebendo actualmente. Por outro lado, focando nas áreas consideradas as mais relevantes como percebidas na amostra, os resultados mostraram que as dimensões *Conforto dos Veículos* e *Desempenho dos Colaboradores* parecem ser os dois factores mais importantes. Ambos apresentaram resultados percentuais mais elevados (38% e 34%, respectivamente) do que a *Empatia* (19%), *Conveniência de Serviço* (7%) e *Equipamento Tangível* (2%).

Desta forma, a *Fiabilidade* não foi percebida como a dimensão mais importante na avaliação da qualidade do serviço de TCUP, como declarado por Parasuraman *et al.* (1988, 1991). Nesta pesquisa a *Fiabilidade*, apareceu sobreposta às dimensões *Confiança* e *Disponibilidade*, formando um mesmo factor (F1) e ocupando a segunda posição na ordem de importância. Sendo assim, para o atendimento das expectativas dos utentes de TCUP, as dimensões do processo são mais importantes do que as dimensões do resultado (*Fiabilidade*).

Na verdade, de acordo com Johnston (1997), cada tipo de serviço poderá ter dimensões que são consideradas mais importantes, de acordo com as características do sector de serviço em que se encontram. Para os inquiridos desta pesquisa, o que mais lhes interessa neste serviço é a existência de veículos seguros, confortáveis, limpos, com lugares reservados, condutores gentis, educados, formados e preocupados com a sua segurança e com o cumprimento do horário.

Interessante registar que o *Equipamento-Tangível* não foi considerado importante pelos passageiros entrevistados, designadamente a existência de extintores, ar condicionado e informações sobre rotas, horários e frequências dos autocarros. Também não obteve significância estatística o barulho existente no interior dos autocarros, bem como a conveniência das paragens dos autocarros. Enquanto Parasu-

raman *et al.* (1988) consideram o determinante *Tangíveis* como um dos últimos em termos de importância, o presente estudo mostra que o utente dá bastante atenção aos aspectos tangíveis relacionados com o conforto dos veículos, que são os mais facilmente percebidos, tendo-os assim considerado os mais importantes no serviço de TCUP, na Cidade da Praia – Cabo Verde.

Por outro lado, o determinante *Tangíveis,* que é unidimensional na escala original, separou-se em outras sub-dimensões na presente pesquisa, podendo demonstrar que os utentes conseguem diferenciar perfeitamente os itens avaliados. Nesse sentido, Johnston (1997) ressalta a importância da dimensão *Tangíveis*, pois, segundo ele, dependendo do tipo de serviço, os tangíveis são o critério chave na avaliação da qualidade percebida pelos clientes. Os resultados evidenciaram a *Empatia* como a dimensão que apresentou o pior desempenho, sendo deste modo considerada a dimensão mais crítica.

Este facto deve-se à inexistência de lugares reservados nos veículos. A qualidade de serviço que apresentou o melhor valor médio refere-se à aparência dos condutores, que é seguida do acesso às paragens e da capacidade da empresa em prestar o serviço. Em termos de efeito no nível de satisfação dos utentes, o estudo mostrou que se deve dar muita atenção à condução dos motoristas e à segurança dos utentes, quando eles entram e saem dos veículos. Por outro lado, a formação adequada dos condutores destacou-se das demais variáveis da dimensão *Confiança*.

Os utentes atribuíram, por um lado, o valor médio de 3,89 ao nível geral da percepção da qualidade (PGQ), e, por outro lado, o valor médio de 3,32 ao grau percebido da qualidade, na escala SERVQUAL, pelo que concluímos que os dois valores são coerentes, encontrando-se próximos do ponto médio da escala 7-pontos de Likert. Esses valores indicam, assim, que as empresas de TCUP não estão desempenhando bem os seus serviços, em termos dos itens de qualidade avaliados. Conclui-se pelos testes estatísticos aplicados, que o modelo SERVQUAL adaptado apresenta fiabilidade e validade, podendo ser, assim, aplicado no contexto do sector de TCUP e na cultura cabo-verdiana.

Os dados confirmaram a existência dos *gaps* na indústria de transporte (*gap*5 e *gap*1), bem como a existência de cinco dimensões que determinam a qualidade de serviço de TCUP, na Cidade da Praia, como inicialmente proposto por Parasuraman *et al.* (1988). Outra consideração importante diz respeito à validade do uso de expectativas, como parâmetro de medição da qualidade do serviço. O estudo revelou que o registo da expectativa prévia permite analisar com maior detalhe a percepção final do cliente, pois permite diferenciar, para um mesmo nível de percepção, a característica mais crítica do serviço, ou seja considerando-se dois itens de avaliação com a mesma classificação para a percepção final, o item mais crítico será o

que apresentar uma expectativa maior. Deste modo, conforme declarado por Parasuraman *et al.* (1988, 1990), o registo das expectativas é útil e traz uma informação adicional a ser analisada pela pesquisa. Segundo os autores, o uso de escalas de medição da qualidade baseadas apenas nas percepções dos clientes é impreciso e não é tão significativo como medir também o desempenho relativamente às expectativas.

A inclusão da pergunta aberta adicional na pesquisa e das entrevistas *focus group*, mostrou-se pertinente, pois permitiu que os utentes expressassem livremente as suas sugestões para a melhoria dos serviços, atendendo assim ao objectivo proposto de direccionar o modelo SERVQUAL a uma melhoria contínua dos serviços. Destacam-se as seguintes sugestões, que mereceram maior destaque, por parte dos passageiros: diminuição da tarifa actual, aumento do número de autocarros em circulação em todas as carreiras, formação dos condutores, existência de lugares reservados e proibição de mudança de veículo durante a viagem, evitando acidentes vários.

Em relação à tarifa aplicada, aproximadamente 21% dos entrevistados considera o preço justo (acessível). Entretanto, a maioria dos entrevistados (77,8%) considera que as passagens são caras ou muito caras. A questão da tarifa, actualmente praticada no país, trata-se de uma questão não incluída no modelo SERVQUAL original, sendo por isso considerada em separado. Isto porque, de acordo com a literatura, não existe ainda consenso sobre esta questão (preço). Alguns autores reconhecem que o custo e a qualidade são características distintas, apesar de também reconhecerem que o custo afecta a qualidade. Convém ressaltar que, no presente estudo, a tarifa praticada foi a sugestão de melhoria que mereceu maior destaque pelos utentes entrevistados. Ligada a essa preocupação (sugestão) também se registou o problema de disponibilidade de troco, verificado na venda dos bilhetes a bordo.

Nesse sentido, sugeriu-se, nas entrevistas realizadas, a determinação de um número redondo para a tarifa aplicada. Relativamente à satisfação com os serviços prestados pelas duas concessionárias, a maioria dos inquiridos (67%) mostra-se insatisfeita com todas as carreiras (linhas). Os mais insatisfeitos são os que frequentam as carreiras nºs 3, 4, 10 e 2. Recorde-se que as carreiras 3, 4 e 10 são as únicas onde existe concorrência entre as duas empresas. A única carreira cuja maioria (57%) dos passageiros se sente satisfeita com os serviços prestados é a nº 11. Em termos de qualidade percebida, a carreira melhor classificada é a nº 5, sentindo-se, no entanto, 67% dos seus utentes insatisfeitos com a qualidade desse serviço. Da mesma forma, os passageiros frequentadores das carreiras nº 10 e nº 6 consideram, por um lado, que o serviço prestado se encontra num nível satisfatório de qualidade percebida e, por outro lado, sentem-se insatisfeitos com o serviço prestado. A linha que mereceu a pior classificação, em termos de qualidade percebida, é a nº 8,

onde também todos os passageiros se mostraram insatisfeitos. À empresa Solatlântico foi-lhe atribuído um melhor nível de qualidade percebida do serviço (4,56) do que a sua concorrente Moura Company (3,77), nas carreiras 3, 4 e 10.

A pesquisa mostra ainda que é essencial conjugar as pesquisas quantitativas e qualitativas da qualidade de serviço, pois uma forma sem a outra é considerada insuficiente. Enquanto a pesquisa quantitativa fornece aos gestores dados, a partir dos quais eles podem tirar inferências, a pesquisa qualitativa fornece aos gestores a perspectiva e a sensibilidade tão críticas para a interpretação dos dados. Por outro lado, a pesquisa qualitativa é útil no desenho da pesquisa quantitativa.

Não obstante aos aspectos positivos, a pesquisa apresenta algumas limitações. O tamanho da amostra condiciona o grau de generalização possível dos resultados, bem como o carácter ocasional do estudo. Por outro lado, o facto de a pesquisa ter sido efectuada apenas para o sector de TCUP e numa cidade, os resultados obtidos não podem serem generalizados, devendo assim ser realizadas outras aplicações em cidades e serviços diferenciados, de forma a garantir a validade do modelo proposto. Outra limitação do trabalho está relacionada com a amplitude do modelo de avaliação da qualidade dos serviços, pois o modelo SERVQUAL apenas inclui os clientes que já experimentaram o serviço, não contemplando os clientes internos (funcionários) das organizações do serviço. Como resultado, recomendam-se pesquisas futuras que permitirão a realização de futuras comparações e generalizações mais consistentes.

Uma vez que o uso do SERVQUAL adaptado se mostrou fiável e válido, recomenda-se, assim, o seu uso de uma forma regular. Por outro lado, sugere-se que se recolham dados em intervalos de tempo diferentes, que estes sejam analisados de uma forma longitudinal, e que seja utilizada uma amostra mais alargada, de forma a melhor se aferir e validar os resultados. Isso permitirá aos gestores uma tomada de acções correctivas atempadamente, tais como mudanças na estratégia, estrutura, programas de formação, redesenho de postos de trabalho ou substituição do pessoal. Sugere-se ainda a aplicação do método de amostragem de multivariáveis, como proposto por Cunningham *et al.* (2000), para se ter uma melhor representatividade da amostra, bem como entrevistas via telefone. Uma versão mais recente do SERVQUAL, que foi utilizada na pesquisa conduzida por Hu e Jen (2006), proporcionou resultados e análises diferentes e úteis, daí sugerir-se a sua aplicação em estudos futuros. Finalmente espera-se que esta pesquisa inicial venha a inspirar mais pesquisas académicas neste sector e que, adoptando esta abordagem multi-dimensional, resultados mais abrangentes poderão ser apresentados.

Agradecimentos

A autora agradece profundamente à sua família, à Agência de Regulação Económica e a todos que, de uma forma ou doutra, contribuíram para a concretização deste trabalho.

Este artigo faz parte do projecto de Investigação PTDCA/AFR/72258/2006 «*Configurações organizacionais em África e China: um estudo em quatro países*» financiado pela Fundação para a Ciência e Tecnologia (FCT), Portugal.

This article is a part of the research project PTDCA/AFR/72258/2006 «*Entrepreneurial Configurations in Africa and China: a study in four countries*» sponsored by the Science and Technology Foundation (FCT) of Portugal.

Referências

ANTÓNIO, NELSON, e TEIXEIRA, A. (2007). *Gestão da Qualidade – de Deming ao modelo de excelência da EFQM,* Lisboa: Sílabo.

ANTT – AGÊNCIA NACIONAL DE TRANSPORTES TERRESTRES (2005). *Pesquisa de avaliação da satisfação dos usuários dos serviços das empresas de transporte terrestre*, Relatório de transporte rodoviário de passageiros. Recife.

BARNES, B. R. (2007). «Analysing Service Quality: The Case of Post-Graduate Chinese Students», *Total Quality Management,* Vol. 18, N. 3, pp. 313-331.

BOLTON, R. N. e DREW, J. H. (1991). «A Multistage Model of Customers' Assessments of Service Quality and Value», *Journal of Consumer Research*, Vol.17, pp. 375-384.

BORGES Jr., A. e FONSECA, M. (2002). «O Uso da Pesquisa de Satisfação do Consumidor como Instrumento de Politica Pública: o potencial de uso no caso do transporte colectivo de Porto Alegre». RIMAR – *Revista Interdisciplinar de Marketing*, Vol.3, pp. 38-50.

BRADY, M. K. e CRONIN, J. J. (2001). «Some New Thoughts on Conceptualizing Perceived Service Quality: A Hierarchical Approach», *Journal of Marketing*, Vol. 65, pp. 34-49.

BUCHANAN, COLI (2004). «Bus Passenger Satisfaction Survey-Scottish Executive Social Research», *Transport Research Series*, 97p.

CHEN, S. C., CHEN, K. S. e HSIA, T. C. (2005). Promoting Customer Satisfactions by Applying Six Sigma: An Example from the Automobile Industry. *The Quality Management Journal, Vol.* 12, N. 4, pp. 21-34.

CHURCHILL, GILBERT Jr. (1979). «A Paradigm for Developing Better Measures of Marketing Constructs», *Journal of Marketing Research,* Vol. 16, pp. 64-73.

CRONIN, J. J. e S. A. TAYLOR (1992). «Measuring Service Quality: A Reexamination and Extension», *Journal of Marketing,* Vol. 56, pp. 55-68.

CUNNINGHAM, L., YOUNG, C. e LEE, M. (2000). «Methodological Triangulation in Measuring Public Transportation Service Quality», *Transportation Journal*, Vol. 40. N.1.

GRONROOS, CHRISTIAN (1984). «A Service Quality Model and its Marketing Implications», *European Journal of Marketing*, Vol. 18, N. 4, pp. 36-44.

HENSHER, DAVID A., STOPHER, P. e BULLOCK, P. (2003). «Service quality-developing a service quality index in the provision of commercial bus contracts», *Transportation Research,* Part A, Vol. 37, pp. 499-517.

HOPKINS, SHIRLEY A., STRASSER, S., HOPKINS, E. e FOSTER, J. R. (1993). «Service Quality Gaps in the Transportation Industry: An Empirical Investigation», *Journal of Business Logistics*, Vol. 14, N. 1, pp. 145-161.

HU, KAI-CHIEH e JEN, W. (2006). «Passengers' Perceived Service Quality of City Buses in Taipei: Scale Development and Measurement», *Transport Reviews*, Vol. 26, N. 5, pp. 645--662.

JOHNSTON, ROBERT (1997). «Identifying the critical determinants of service quality in retail banking: importance and effect», *International Journal of Bank Marketing*, Vol. 15, N. 4, pp. 111-116.

JOHNSTON, ROBERT e CLARK, G. (2008). *Administração de Operações de Serviço*, São Paulo: Atlas S.A.

KOC, ERDOGAN (2006). Total Quality Management and Business Excellence in Services: The Implications of All-Inclusive Pricing System on Internal and External Customer Satisfaction in the Turkish Tourism Market, *Total Quality Management*, Vol. 17, N. 7, pp. 857-877.

KRISTENSEN, K., KANJI, G. K. e DAHLGAARD, J. J. (1992). «On measurement of customer satisfaction, *Total Quality Management»,* Vol. 3, N. 2.

LAM, TIFFANY K. P. (2001). «Making Sense of SERVQUAL's Dimensions to the Chinese Customers in Macau», *Journal of Market-Focused Management*, Vol. 12, pp. 43-58.

LASSAR, W. M., MANOLIS, C. e WINSOR, R. (2000). «Service quality perspectives and satisfaction in private banking», *Journal of Services Marketing*, Vol. 14, N. 3, pp. 244-271.

LEE, H., LEE, Y. e YOO, D. (2000). «The determinants of perceived service quality and its relationship with satisfaction», *Journal of Services Marketing*, Vol. 14, N. 3, pp. 217-231.

MCALEXANDER, J. H. *et al.* (1994). «Service Quality Measurement», *Journal of Health Care Marketing*, Vol. 14. N. 3.

OLIVER, RICHARD L. (1980a). «A Cognitive Model of the Antecedents and Consequences of Satisfaction Decisions», *Journal of Marketing Research*, Vol. 17, pp. 460-469.

PAKDIL, FATMA e T. N. HARWOOD (2005). «Patient Satisfaction in a Preoperative Assessment Clinic: An Analysis Using SERVQUAL Dimensions», *Total Quality Management*, Vol. 16, N. 1, pp. 15-30.

PARASURAMAN, A., BERRY, L. L. e ZEITHAML, V. A. (1991). «Perceived Service Quality as a Customer-Based Performance Measure: An Empirical Examination of Organizational Barriers Using an Extended Service Quality Model», *Human Resource Management*, Vol. 30, N. 3, pp. 335-364.

PARASURAMAN, A., BERRY, L. e ZEITHAML, V. A (1990). «Guidelines for Conducting Service Quality Research», *Marketing Research,* pp. 34-44.

PARASURAMAN, A., BERRY, L. L. e ZEITHAML, V. A (1991). «Refinement and Reassessment of the SERVQUAL Scale», *Journal of Retailing*, Vol. 67, N. 4, pp. 420-450.

PARASURAMAN, A., ZEITHAM, V. A. e BERRY, L. L. (1985). «A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research», *Journal of Marketing,* Vol. 49, pp. 41-50.

PARASURAMAN, A., ZEITHAM, V. A. e BERRY, L. L. (1988). «SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality», *Journal of Retailing,* Vol. 64, N. 1, pp. 12-40.

PARASURAMAN, A., ZEITHAM, V. A. e BERRY, L. L. (1994). «Reassessment of Expectations as a Comparison Standard in Measuring Service Quality: Implications for Further Research», *Journal of Marketing*, Vol. 58, pp. 11-124.

PARASURAMAN, A., ZEITHAM, V. A. e BERRY, L. L. (1994). «Alternative Scales for Measuring Service Quality: A Comparative Assessment Based on Psychometric and Diagnostic Criteria», *Journal of Retailing*, Vol. 70, N. 3, pp. 201-230.

RIETVELD, PIET e STOUGH R. (2004). «Institutions, Regulations and Sustainable Transport: A Cross-national Perspective», *Transport Reviews*, Vol. 24, N.6, pp. 707-719.

RODRIGUES, M. O. (2006), *Avaliação da qualidade do transporte colectivo*, Dissertação de Mestrado, Escola de Engenharia de São Carlos: Universidade de São Paulo.

SARAVANAN, R. e K. P. RAO (2007). «Measurement of Service Quality from the Customer's Perspective – An Empirical Study», *Total Quality Management*, Vol. 18, N. 4, pp. 435-449.

TEAS, R. KENNETH (1993). «Expectations, Performance Evaluation, and Consumers' Perceptions of Quality», *Journal of Marketing,* Vol. 57, pp. 18-34.