



ANÁLISE DO NÍVEL DE SATISFAÇÃO DO CLIENTE NO SEGMENTO DE TRANSPORTE RODOVIÁRIO DE CARGAS

Rayane Sousa De Abreu¹

Veridiana Dantas Ferreira²

Francisco David Silva Lima³

Prof. M. Sc. Rickardo Léo Ramos Gomes⁴

Para citar este artículo puede utilizar el siguiente formato:

Rayane Sousa De Abreu, Veridiana Dantas Ferreira, Francisco David Silva Lima y Rickardo Léo Ramos Gomes (2019): “Análise do nível de satisfação do cliente no segmento de transporte rodoviário de cargas”, Revista Caribeña de Ciencias Sociales (diciembre 2019). En línea: <https://www.eumed.net/rev/caribe/2019/12/analise-satisfacao-cliente.html>

RESUMO

Responsável pela movimentação de mais de 60% de toda a carga que trafega no território nacional, o segmento de transportes rodoviários de cargas é de fundamental importância à medida que reduz a distância e permite o intercâmbio de bens entre as mais diversas comunidades. Para sobreviver no mercado de hoje, uma empresa precisa satisfazer os clientes fornecendo bens e prestando serviços de qualidade. Isto exige uma reavaliação contínua das necessidades dos clientes e um compromisso inabalável de mudar quando necessário, para satisfazer ou superar as expectativas deles. Neste sentido, este trabalho apresenta um estudo sobre o nível de satisfação dos clientes em uma empresa de pequeno porte da cidade de Eusébio-CE. Foi realizado uma pesquisa descritiva, na qual identificou-se o alto nível de satisfação dos clientes, associado, principalmente, ao atendimento e a credibilidade do serviço. Além disso, foi possível identificar que atributos relacionados a postura dos

1 Tecnóloga em Logística pelo Centro Universitário UNIATENEU; Pós graduando em MBA Gestão Estratégica da Logística pelo Centro Universitário UNIATENEU; Auxiliar Administrativo na Empresa Parda Indústria e Comércio de Sorvetes LTDA.

2 Gestora Operacional-Transportadora Gouveia Ltda ME; Tecnóloga em Gestão de Pessoas pela FAECE-FAFOR; Pós graduanda em MBA Gestão Estratégica da Logística pelo Centro Universitário UNIATENEU.

3 Tecnólogo em Processos Gerenciais pelo Centro Universitário UNIATENEU; Pós graduando em MBA Gestão Estratégica da Logística pelo Centro Universitário UNIATENEU; Autônomo atuando na área da logística.

4 Professor da Disciplina de Metodologia do Trabalho Científico (Orientador) – Centro Universitário UNIATENEU; Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Ceará (IFCE); Instituto Euvaldo Lodi (IEL); Centro Universitário Farias Brito (FBUNI); Dr. (Tít. Cult.) em Ciências Biológicas pela FICL; M. Sc. em Fitotecnia pela Universidade Federal do Ceará (UFC); Spec. em Metodologia do Ensino de Ciências pela Universidade Estadual do Ceará (UECE); Spec. (Tít. Cult.) em Paleontologia Internacional pela Faculdade Internacional de Cursos Livres (FICL). Graduado em Agronomia pela Universidade Federal do Ceará (UFC); Licenciado nas disciplinas da Área de Ciências da Natureza, Matemática e suas Tecnologias pela Universidade Estadual Vale do Acaraú (UVA); Consultor Internacional do BIRD para Laboratórios Científicos. Conveniado com a ABNT.

motoristas, cargas sem avarias e preços dos serviços, são pontos que além de serem os menos avaliados quanto ao nível de satisfação, são os que menos afetam na contratação.

Palavras-Chave: Satisfação. Transportes rodoviários de cargas. Pesquisa descritiva.

RESUMEN

Responsable de manejar más del 60% de toda la carga que viaja en el territorio nacional, el segmento de transporte por carretera es de fundamental importancia ya que reduce la distancia y permite el intercambio de bienes entre las comunidades más diversas. Para sobrevivir en el mercado actual, una empresa debe satisfacer a los clientes proporcionando bienes y servicios de calidad. Esto requiere una reevaluación continua de las necesidades del cliente y un compromiso inquebrantable para cambiar según sea necesario para cumplir o superar sus expectativas. En este sentido, este artículo presenta un estudio sobre el nivel de satisfacción del cliente en una pequeña empresa en la ciudad de Eusébio-CE. Se realizó una encuesta descriptiva, que identificó el alto nivel de satisfacción del cliente, asociado principalmente con el servicio y la credibilidad del servicio. Además, fue posible identificar que los atributos relacionados con la postura de los conductores, las cargas impecables y los precios de servicio son puntos que, además de ser los menos evaluados por el nivel de satisfacción, son los que menos afectan la contratación.

Palabras clave: Satisfacción. Transporte de mercancías por carretera. Investigación descriptiva.

ABSTRACT

Responsible for handling more than 60% of all cargo that travels in the national territory, the road haulage segment is of fundamental importance as it reduces the distance and allows the exchange of goods between the most diverse communities. To survive in today's market, a company must satisfy customers by providing quality goods and services. This requires a continual reevaluation of customer needs and an unwavering commitment to change as needed to meet or exceed their expectations. In this sense, this paper presents a study on the level of customer satisfaction in a small company in the city of Eusébio-CE. A descriptive survey was conducted, which identified the high level of customer satisfaction, mainly associated with service and the credibility of the service. In addition, it was possible to identify that attributes related to drivers' posture, faultless loads and service prices are points that, besides being the least evaluated for the level of satisfaction, are the ones that least affect the hiring.

JEL Descriptors: L9 - Industry Studies: Transportation and Utilities; L91 - Transportation: General; L96 - Railroads and Other Surface Transportation; O18 - Urban, Rural, Regional, and Transportation Analysis • Housing • Infrastructure.

Keywords: Satisfaction. Road freight transport. Descriptive research.

1 INTRODUÇÃO

O motivo a realizar essa pesquisa, é devido à satisfação dos clientes no segmento de transportes rodoviário de cargas.

Este, vem sendo responsável pela movimentação de mais de 60% de toda a carga que trafega no território nacional (CNT, 2008). Através desse fato, percebe-se que a economia brasileira é bastante dependente desse modal.

Considera-se, neste artigo, que um importante componente da logística são as expectativas relativas à performance do transporte de cargas, pois, no decorrer da evolução da logística, estas expectativas foram ficando, cada vez mais, complexas.

A evolução da logística buscou a eficiência dos seus específicos processos e isto fez, conseqüentemente, com que outras características do serviço fossem agrupadas à capacidade da tomada de decisão relativa aos transportes.

Então surgiram as exigências mais fortes com relação ao cumprimento dos prazos, à claridade dos cálculos dos custos e ao, conseqüente, desenvolvimento de serviços apropriados com a salutar integração entre fornecedores e clientes.

A empresa foco do referido estudo é de origem genuinamente nordestina no estado do Ceará, foi fundada no ano de 2006 e possui uma filial no Rio de Janeiro. Os dados abordados nesta pesquisa são referentes à sua matriz, situada em Eusébio-Ce.

A sua atividade consiste em prestação de serviços em transporte rodoviário de óleo lubrificante, atuando na região norte, nordeste e sul, em maior parte na modalidade CIF (*cost, insurance and freight*).

Entende-se que, atualmente, a significância do transporte, para as companhias modernas, precisa ser compreendida através da sua capacidade de geração de valor de lugar, quer seja no nível de serviços aos contratantes, quer seja com relação à sua participação na formação de custos.

Desta maneira, um pedaço, significativo e importante da competitividade empresarial destaca-se no desenvolvimento de estratégias de transporte de forma correta, bem elaborada e, sobretudo bem implementada, levando-se em consideração, é claro, o maior ou menor impacto, relativo ao tipo de negócio.

Entretanto é preciso alertar que esta significativa forma de operar precisa permanecer alinhada à estratégia corporativa, de acordo com Skinner (1969).

Em outras palavras, o que se quer dizer é que: o gestor deve procurar as mais diversas alternativas, relacionadas aos níveis de serviço (frequência e horários), deve decidir entre a frota própria ou a contratação de uma frota de terceiros e, por último mas não menos importante, deve se preocupar em uma forma de consolidar as cargas (lotes e localização das operações).

Autores como Holter, Grant, Ritchie, e Shaw (2008 apud Martins *et al*, 2011, p. 03) asseguram que muito embora a temática aqui averiguada esteja associada à atividade de transporte e à sua importância na logística das empresas “vários aspectos da terceirização da atividade e contratação de operadores, ainda são registradas lacunas importantes quanto às suas especificidades para pequenos e médios negócios”.

Dada a relevância do tema abordado o referido estudo discorre sobre satisfação do cliente ao serviço de prazo de entrega, integridade dos produtos.

Para tanto foram definidos os seguintes objetivos: Analisar os níveis de satisfação do cliente da empresa; identificar as práticas da logística de transporte rodoviário e conceituar sobre satisfação dos clientes.

Além de responder as seguintes questões: 1) Qual o grau de satisfação dos clientes da empresa? 2) Quais atributos são mais e menos avaliados quanto ao grau de satisfação dos clientes? 3) Quais os principais atributos influenciadores na escolha da contratação de serviços da empresa?

O artigo está estruturado nos seguintes tópicos, tendo como início esta introdução. No primeiro tópico têm-se a fundamentação teórica na qual abordou-se, sequencialmente, a Logística de Transporte Rodoviário de Cargas; Os Avanços Tecnológicos no Sistema Rodoviário de Cargas; A Satisfação do Cliente e os Indicadores da Qualidade. Na sequência, são apresentados os procedimentos metodológicos adotados na pesquisa, para, logo em seguida, destacar e discutir os resultados alcançados. Como último tópico temos as considerações finais.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Esta fundamentação teórica ficou estruturada em quatro subtópicos, no primeiro momento expõe como o transporte rodoviário foi consolidado, no segundo subtópico fala sobre os avanços tecnológicos e seus benefícios como fator diferencial dentro de uma instituição, no terceiro e quarto subtópico explica a satisfação do cliente e os indicadores de qualidade métodos que mensuram o desempenho de uma empresa.

2.1 Logística de Transporte Rodoviário de Cargas

Em contraste com a ferrovia, o serviço rodoviário é o transporte de produtos semiprontos ou acabados com linha de alcance médio de 717 milhas para a carga fracionada (LTL- *Less than truckload*) e de 286 milhas cargas completas (TL- *truckload*).

Outro contraste é que as cargas rodoviárias têm sempre menor porte que as ferroviárias. Mais da metade dos carregamentos rodoviários tem menos de 10.000 libras, ou volume LTL.

As vantagens inerentes do transporte rodoviário são o serviço porta-a-porta, sem a necessidade de carga ou descarga entre origem e destino, transbordo esse inevitável nos modais ferroviário e aéreos; a frequência e disponibilidade do serviço, e a velocidade e comodidade inerentes ao serviço porta-a-porta (Ballou, 2006 p. 155).

O modal rodoviário é de fundamental importância à medida que reduz distância e permite o intercâmbio de bens entre as mais diversas comunidades.

Rodrigues *et al.* (2011 *apud* Santa; Mussi, 2016, p. 05), desenvolveram uma pesquisa a qual envolvia um estudo de caso, relacionada a indicadores de desempenho referentes a uma empresa do ramo de transportes de cargas. Ao final estes autores apontaram os seguintes indicadores considerando-os essenciais:

- (i) avarias, perdas e extravios;
- (ii) acidentes de trânsito;
- (iii) atrasos na coleta;
- (iv) entregas no prazo;

- (v) roubo de cargas;
- (vi) ocorrências de cargas;
- (vii) horas de treinamento para funcionários.

Levando em consideração a opinião de Marchet, Perego e Perotti (2009 *apud* Santa; Mussi, 2016, p. 05) temos que, “o valor da informação e comunicação também reside no apoio a situações críticas que possam surgir durante o processo de transporte de mercadorias para o seu destino final, afetando o desempenho geral do transporte”.

Segundo um artigo da revista Logística, em 2018, o principal transportador de carga no Brasil é o sistema rodoviário, apesar de que muitas estradas, rodovias, trechos apresentam deficiências na sua infraestrutura, muita das vezes esse tipo de modal é a única alternativa de deslocação de alguns produtos.

O Brasil ocupa a sexta colocação em um ranking de 57 países em que fazer o transporte de carga é mais arriscado, segundo pesquisa realizada este ano pelo comitê de transporte de cargas do Reino Unido – o *Join Cargo Committee*. O país só perde para regiões conflagradas e em guerra, como Síria, Líbia, Iêmen, Afeganistão e Sudão do Sul. Enquanto a infraestrutura ideal não chega, o setor logístico tem de buscar novas alternativas para aumentar sua produtividade. A adoção de soluções de gestão de frotas e de cargas, por exemplo, trazem agilidade e segurança em sua gestão. (Revista Logística, 2019, p. 02).

O transporte rodoviário é responsável por 65% do transporte de cargas inter-regionais no país, segundo dados de 2015 do Plano Nacional de Logística.

A grande maioria leva em consideração, para aperfeiçoamento no transporte de cargas, a utilização de indicadores conforme apontam Santa; Mussi (2016, p. 18):

Indicadores operacionais
<i>Performance de entregas</i>
Índice de avarias, perdas e extravios
Índice de indenizações
Índice de atrasos nas transferências
<i>Performance de não conformidades/índice de sinistros</i>
Índice de aproveitamento de rotas
Consumo de Combustíveis
Quilometragem de Pneus
Índices de acidentes
Índices de multas
Cumprimento de horários de rotas
Indicadores financeiros
Indicador de receita diária, lucro líquido
Receita média por quilograma, por volume, planejada x realizada
Rentabilidade de filiais, por cliente
Índice de efetivação de negociação
Índice de inadimplência de clientes
Índices de descontos
Pendências de cobranças de fretes a serem pagos no destino
Custos das rotas de transferência
Custos operacionais, de frota, com pessoal
Despesas administrativas, jurídicas, comerciais
Indicadores de pessoal
Índices de produtividade (produtividade homem x peso, produtividade de gerentes)
Índice de horas extras
Rotatividade de pessoal
Percentual de contratação
Índices de capacitação

Quadro 1 – Indicadores de desempenho utilizados pelas transportadoras de carga.

Fonte: Santa; Mussi (2016, p. 18)

Buarque e Miranda (2003 *apud* Santa; Mussi, 2016, p. 06), ao utilizarem a metodologia *Balanced Scorecard* (BSC), investigaram nada mais, nada menos que 22 transportadoras de cargas com sede em Recife, capital pernambucana, procurando averiguar/mensurar o desempenho das mesmas.

Estes autores, ao final da pesquisa, conseguiram identificar uma relevante quantidade de indicadores de desempenho:

- (i) qualidade do atendimento;
- (ii) percentual de entregas feitas na data prometida;
- (iii) tempo de espera para receber informações sobre os serviços prestados;
- (iv) percentual de entregas fora do prazo;
- (v) controle dos gastos com contratação de terceiros;
- (vi) tempo entre pedido e recebimento das mercadorias;
- (vii) motivos de reclamação (avarias no produto, atrasos, erros na documentação).

As transportadoras encontram um grande desafio, como, a falta de infraestrutura nas rodovias no país, onde cerca de 61% das rodovias são ruins (CNT 2017). O que prejudica significativamente a eficiência nas operações logísticas.

Diante desse desafio, o setor de transporte rodoviário de cargas se mantém buscando melhorias nas gestões de frotas e melhores tecnologias de trabalho.

2.2 Os Avanços Tecnológicos no Sistema Rodoviário de Cargas

Mesmo com os avanços tecnológicos que permitem a troca de informações em tempo real, o transporte continua sendo fundamental para que seja atingido o objetivo logístico, que é o produto certo, na quantidade certa, na hora certa, no lugar certo ao menor custo possível. (Fleury *et al*, 2009).

Ballou (2006) afirma que produtos e serviços não têm valor a menos que estejam em poder dos clientes quando (tempo) e onde (lugar) eles pretenderem consumi-los.

O nível de adoção das TIC em companhias de transporte e logística tem acelerado nos últimos anos, em todo o mundo, principalmente devido a vários fatores: (i) um número crescente de aplicações de TIC tornou-se disponível no mercado em relação há décadas passadas (por exemplo, pacotes estruturados e modulares, bem como soluções *ad hoc*); (ii) as novas aplicações foram projetadas para suportar um número maior de funções e atender melhor às necessidades de negócios; (iii) estas aplicações foram fornecidas a custos mais baixos, tornando-se mais atraentes para as empresas interessadas em ferramentas de TIC para apoiar o seu negócio (Perego; Perotti; Mangiaracina, 2011 *apud* Santa; Mussi, 2016, p. 03).

Oferecer produtos, serviços, um atendimento de qualidade com excelência é o mínimo esperado pelos clientes.

Se uma empresa não acompanha as tendências e as novas tecnologias muito provavelmente não conseguirá prosseguir em meio ao mercado que está cada vez mais competitivo.

Os avanços tecnológicos que hoje ocorrem a uma velocidade espantosa devem ser acompanhados por tais empresas e, sempre que viável técnica e economicamente, serem adotados. Entregar corretamente uma encomenda ou um produto ao cliente certo, no lugar e na hora programados, é a linha divisória entre as empresas com sucesso e as com fracasso no mercado (Valente *et al*, 2001, p. 27).

Desta forma, torna-se real a necessidade de estar sempre inovando para se manter no mercado com um diferencial competitivo perante os concorrentes.

2.3 Satisfação do Cliente

A satisfação do cliente hoje deixou de ser um diferencial competitivo a ser uma questão de sobrevivência nas organizações, onde, o lucro da empresa é a consequência de uma clientela satisfeita.

Segundo Neuschel e Russell (1998 *apud* Martins *et al*, 2011, p. 04),

A demanda dos serviços de transporte vem passando por transformações oriundas do ambiente concorrencial. Para os prestadores de serviços, tais transformações são percebidas na forma de aumento da competição, da necessidade de integração com prestadores de serviços de outras modalidades, para a movimentação de uma carga, do incentivo de mercado a novos entrantes, reflexo das baixas barreiras à entrada e da desregulação dos mercados, que implicou a liberdade para fixação de preço e agregação de serviços, e da pressão severa por preço, custo e melhoria do serviço por parte dos embarcadores.

Com a revolução digital surgiram novas formas de explorar, analisar e aplicar dados, através disso, expandiu as possibilidades e métodos de medição da satisfação do cliente e outras métricas importantes.

O método mais simples e mais amplamente aceito de definir a satisfação do cliente é conhecido como atendimento às expectativas. Dito de modo simples, se as expectativas de um cliente em relação ao desempenho de um fornecedor são atendidas ou superadas, ele estará satisfeito. Em contrapartida, se o desempenho percebido for pior do que o cliente esperava, ele estará insatisfeito (Bowersox *et al*, 2014, p.69).

Bowersox, Closs e Cooper (2002 *apud* Martins *et al*, 2011, p. 04) defendem que uma boa administração dos transportes de carga precisa ser planejada e ser cumprida tendo, concomitantemente, um sistema avaliação dos serviços de transporte, que leve em consideração parâmetros que possam dimensionar, com clareza, o comportamento, por exemplo, em:

- _ Velocidade: Tempo gasto em trânsito;
- _ Disponibilidade: Capacidade de atender a qualquer origem e destino;
- _ Confiabilidade: Potencial de variação no tempo total de prestação do serviço;
- _ Capacidade: Condição de manipular qualquer carga e em qualquer quantidade;
- _ Frequência: Capacidade de atender a qualquer momento.

Disposições na área do transporte formam uma interação juntamente com a produção, seja no favorecimento da disponibilidade de materiais, seja para o transporte adequado de produtos acabados.

Ao falarmos sobre transporte de materiais, considera-se que a eficácia no provimento de um transporte apropriado pode garantir que uma produção bem planejada seja, efetivamente, executada,

desde que seja possível garantir a disponibilidade de materiais para a execução de todo processo planejado.

Fora estes detalhes relativos ao planejamento, é importante destacar que a implementação dos prazos acertados com os contratantes, vai depender, também, dos serviços de transporte que foram contratados e executados (Holter *et al.*, 2008).

Para sobreviver no mercado de hoje, uma empresa precisa satisfazer os clientes fornecendo bens de qualidade e prestando serviços de qualidade.

Isto exige uma reavaliação contínua das necessidades dos contratantes e um compromisso inabalável de mudar quando necessário, para satisfazer ou superar as expectativas deles.

2.4 Os Indicadores da Qualidade

Métodos que servem para mensurar a qualidade de produtos, processos ou serviços é a base para uma melhoria no atendimento.

Os responsáveis da área competente recebemos *feedbacks*, os positivos são expostos para motivar e assim para dar continuidade a busca e a excelência no trabalho, já os *feedbacks* negativos são analisados a fim de garantir melhores resultados.

Para Novaes (2001, p. 371), “Medir a eficiência e monitorar permanentemente o Desempenho das empresas e subsistemas da cadeia de suprimento passam a ser atividades de grande importância no atual mercado consumidor”.

Neste ponto, vale ressaltar que os indicadores de desempenho apresentam-se como importante recurso de monitoramento para as organizações.

Os indicadores de Qualidade são elementos que medem os níveis de eficiência e eficácia de uma organização, ou seja, medem o desempenho dos processos relacionados à satisfação dos clientes.

Albert (2002) afirma que há diversos métodos por meio dos quais se pode coletar os dados de *feedback* de que se necessita para avaliar a qualidade do serviço.

O método escolhido dependerá de como lidar com a clientela, e de como os funcionários atuarem em seus cargos.

3 METODOLOGIA

A presente análise relaciona-se a uma revisão de literatura desenvolvida através de pesquisa bibliográfica, esta “elaborada a partir de material já publicado, constituído principalmente de livros, artigos de periódicos e atualmente com material disponibilizado na Internet” (GIL, 2007, p. 64).

Vergara (2000) explica que um projeto de pesquisa pode ser classificado quanto a sua natureza, forma de se investigar o tema, aos objetivos e aos procedimentos técnicos.

Para além da revisão de literatura este estudo desenvolveu um carácter exploratório, o qual buscou diferenciar as obrigações e expectativas dos clientes, quanto aos procedimentos de transporte de carga.

Malhotra (2001, *apud* Martins *et al*, 2011, p. 05) aponta o seguinte:

A pesquisa exploratória é adequada em áreas de poucos conhecimentos acumulados, quando a compreensão dos fenômenos ainda não é suficiente ou até mesmo inexistente. Nesses casos, o carácter empírico da pesquisa apoia-se em levantamento de dados em campo e pela utilização de fontes de pesquisa complementares.

Significa muito além do que apenas procurar a verdade, mas descobrir respostas para perguntas ou soluções dos problemas levantados através do emprego de métodos científicos.

Em relação a este trabalho, é necessário destacar como ele está enquadrado nestas características.

Quanto à natureza, a pesquisa é aplicada, pois objetiva gerar conhecimentos para aplicação prática e dirigidos à solução de problemas específicos, uma vez que o foco do estudo é fazer uma análise em relação ao nível de satisfação do cliente no segmento de transportes rodoviário de carga.

Para seu desenvolvimento, foi adotado o seguinte procedimento técnico: a pesquisa bibliográfica e a pesquisa descritiva.

Segundo Gil (2002) a pesquisa bibliográfica, tem como objetivos: proporcionar melhor visão do problema ou torná-la mais específica; obter informações acerca de técnicas de coleta de dados e interpretação dos dados.

Fachin (2001, p. 125) resume a importância da pesquisa bibliográfica, ao afirmar que “[...] é a base para as demais pesquisas e pode-se dizer que é um constante na vida de quem se propõe a estudar”.

Quanto à pesquisa bibliográfica, lançou-se mão de realizar pesquisas sobre a logística de transporte rodoviário de cargas, os avanços tecnológicos no sistema rodoviário de cargas, o nível de satisfação do cliente e os indicadores da qualidade, de modo a ter-se uma revisão bibliográfica que fundamentasse esta pesquisa.

Quanto à pesquisa descritiva, tomou-se como referência o questionário utilizado por Freitas (2010) para quantificar o nível de satisfação dos clientes de uma empresa responsável por fornecer serviços de transporte rodoviário de cargas.

As questões foram direcionadas para avaliar o grau de satisfação dos clientes para atributos relacionados a prestação dos serviços.

Portanto, esta pesquisa foi subdividida em duas etapas. A revisão bibliográfica, onde foram identificados estudos que fundamentaram esta pesquisa e a pesquisa descritiva, na qual obteve-se resultados quantitativos sobre o nível de satisfação dos clientes.

4 RESULTADOS E DISCUSSÕES

Com o intuito de obter dados quantitativos para uma análise da satisfação dos clientes sobre o transporte rodoviário de cargas, foi realizado uma pesquisa descritiva com clientes de uma empresa especializada no ramo.

A pesquisa foi subdividida em quatro etapas: elaboração do questionário; aplicação do questionário; tabulação e análise dos resultados.

4.1 Elaboração do Questionário

Com a realização da pesquisa bibliográfica, foi possível identificar o estudo de Freitas (2010) no qual é realizado um estudo da satisfação dos clientes de uma empresa de TRC na cidade de Guarulhos- SP.

No estudo, foi utilizado uma pesquisa de campo, feita através de um questionário, aplicado aos clientes que são ativos e que pertencem à rota estudada.

Neste sentido, visto que o estudo realizado neste trabalho tem objetivos perpendiculares ao de Freitas (2010), foi realizada uma adaptação do seu questionário.

Com isso, foi elaborado um questionário (Anexo 1) contendo três questões com os seguintes objetivos:

1. Analisar o perfil do cliente
2. Analisar o nível de satisfação para atributos relacionados ao atendimento, preço e serviços prestados
3. Identificar os atributos mais influentes para a satisfação do cliente

Cinco clientes foram escolhidos aleatoriamente, identificados e responderam o questionário que se constituiu no instrumento de pesquisa desta investigação.

4.2 Aplicação do Questionário

Com o questionário elaborado, os clientes foram contatados através de *emails* e mensagens de texto solicitando o preenchimento e assegurando a confidencialidade dos dados coletados.

Foram enviados a oito clientes ativos da empresa. Durante o período de sete dias foram obtidas cinco respostas.

Por motivos de confidencialidade e de privacidade dos entrevistados, estes serão representados por C1, C2, C3, C4 e C5.

4.3 Tabulação e Análise dos Resultados

Com os questionários preenchidos e coletados, tornou-se necessária uma etapa para organizá-los e digitalizá-los. Nesta etapa foi elaborada uma planilha composta por tabelas associadas a cada questão.

Na Tabela 1 são oferecidos os resultados referentes ao perfil dos clientes. É possível identificar que todos os clientes possuem o perfil de pessoa jurídica e pertencem a região nordeste, sendo todas de grande ou médio porte.

Dentre os clientes respondentes apenas um deles possui perfil de carga fracionada.

Tabela 1 – Perfil dos Clientes

Cliente	Perfil	Porte	Perfil de Carga	Região
C1	Pessoa Jurídica	Médio	Cargas Fechadas	Nordeste
C2	Pessoa Jurídica	Grande	Cargas Fechadas	Nordeste
C3	Pessoa Jurídica	Médio	Cargas Fracionadas	Nordeste
C4	Pessoa Jurídica	Grande	Cargas Fechadas	Nordeste
C5	Pessoa Jurídica	Grande	Cargas Fechadas	Nordeste

Fonte: Dados dos pesquisadores

Em uma pesquisa semelhante Martins *et al* (2011, p. 17) formaram uma tabela, após a conclusão da referida pesquisa que envolvia a explanação de Construtos x Atributos como é possível observar na Tabela 2 a seguir:

Tabela 2 - Construtos x Atributos

Construtos	Atributos
Segurança	Prevenção de roubo
	Prevenção de avarias
	Estado de conservação dos caminhões
	Prevenção de acidentes
	Ressarcimento de prejuízos
Confiabilidade	Cumprimento do contrato
	Regularidade dos serviço
	Capacidade e disponib. Caminhões
	Pontualidade na entrega
	Integridade da carga
Preço	Valores dos fretes
	Políticas de descontos
	Prazos de pagamento
	Rivalidade entre concorrentes
Relação do Cliente	Facilidade comunicação c/ transportadora
	Agilidade do serviço
	Autonomia do responsável no atendimento
	Eficiência na solução de problemas
	Sistema de rastreamento da carga
	Cooperação técnica com clientes

Fonte: Modificado de Martins *et al* (2011).

Os resultados apresentados na Tabela 3, refletem o nível de satisfação dos clientes quantos aos atributos indicados.

Dentre os resultados, notou-se que não houve respostas negativas, ou seja, os clientes não estão insatisfeitos com os serviços prestados deste modal.

É de suma importância ressaltar que as empresas C4 e C5 são empresas contratantes da modalidade CIF, modalidade que o frete é pago pelo remetente. Portanto, ao responderem os atributos direcionados ao preço dos serviços, indicaram respostas neutras.

Quantos aos resultados positivos, foi possível identificar que os maiores índices de satisfação estão relacionados aos atributos de acolhimento e credibilidade.

Entretanto, atributos relacionados a postura dos motoristas e cargas sem avarias possuem os menores índices de satisfação.

Tabela 3 – Nível de Satisfação para Atributos de Qualidade do Serviço

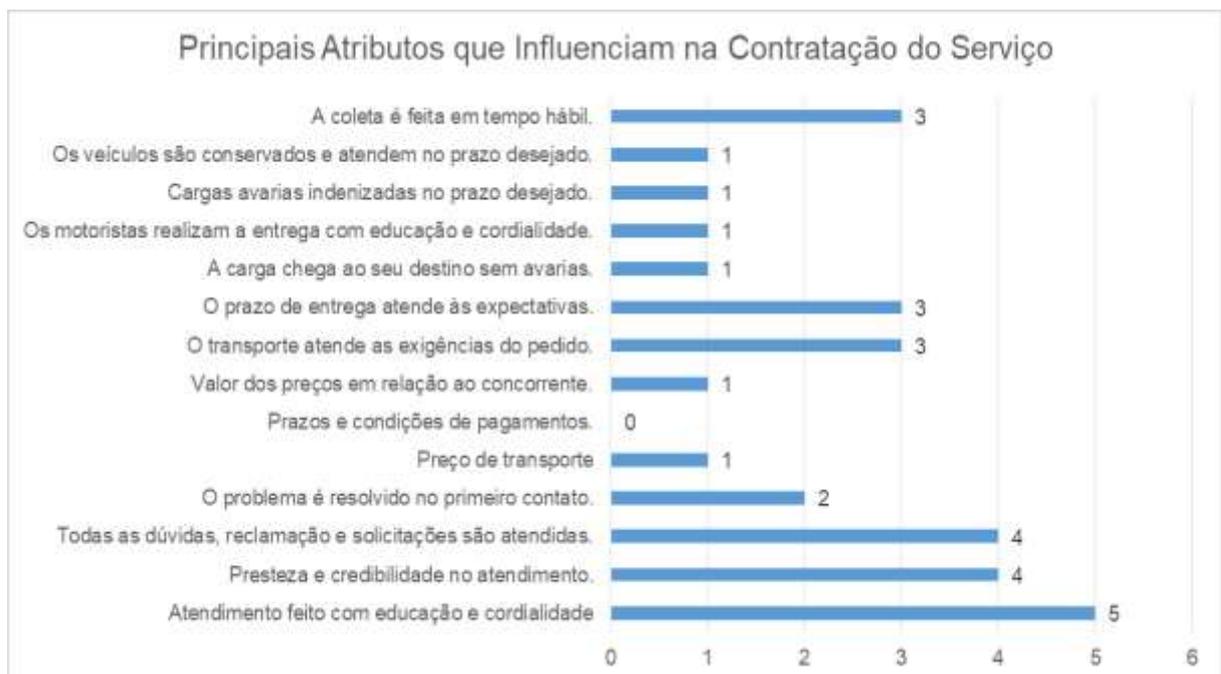
Nível de Satisfação para Atributos de Qualidade do Serviço							
Atributos	Níveis						
	Muito Insatisfeito	Insatisfeito	Pouco Insatisfeito	Neutro	Pouco Satisfeito	Satisfeito	Muito Satisfeito
Atendimento feito com educação e cordialidade	0	0	0	0	0	1	4
Presteza e credibilidade no atendimento.	0	0	0	0	0	1	4
Todas as dúvidas, reclamação e solicitações são atendidas.	0	0	0	0	0	3	2
O problema é resolvido no primeiro contato.	0	0	0	0	0	4	1
Preço de transporte	0	0	0	2	0	3	0
Prazos e condições de pagamentos.	0	0	0	2	0	1	2
Valor dos preços em relação ao concorrente.	0	0	0	2	0	2	1
O transporte atende as exigências do pedido.	0	0	0	0	0	2	3
O prazo de entrega atende às expectativas.	0	0	0	0	0	2	3
A carga chega ao seu destino sem avarias.	0	0	0	0	0	5	0
Os motoristas realizam a entrega com educação e cordialidade	0	0	0	0	2	3	0
Cargas avarias indenizadas no prazo desejado.	0	0	0	0	0	2	3
Os veículos são conservados e atendem no prazo desejado.	0	0	0	0	0	4	1
A coleta é feita em tempo hábil.	0	0	0	0	0	4	1

Fonte: Dados dos pesquisadores

Após a análise do nível de satisfação para cada atributo, os clientes indicaram quais deles influenciam na contratação do serviço que, por sua vez, são responsáveis por apresentar os maiores índices que afetam o grau de satisfação.

Assim como ocorre para o nível de satisfação, os atributos relacionados ao atendimento e credibilidade possuem os maiores índices de pontuação.

Em contrapartida, atributos relacionados a preço e prazo não possuem grande impacto na escolha do serviço.

**Gráfico 1 - Principais Atributos que Influenciam na Contratação do Serviço**

No Gráfico 1 é possível observar que os três últimos atributos são os que mais influenciam na contratação dos serviços, de acordo com os agentes que participaram da pesquisa.

Complementando, Leite *et al* (2006 apud Castro, 2012, p. 18) afirmam que

Os clientes têm evidenciado, cada vez mais, exigências no que diz respeito à qualidade e prazos de entrega, provocando uma competitividade crescente, fazendo com que as empresas busquem uma integração das informações para melhor identificar e atender as necessidades dos consumidores por meio do gerenciamento logístico. Essa rápida expansão tecnológica eleva cada dia o nível de exigência do consumidor quanto à agilidade e rapidez de entrega da empresa.

Neste caso, conforme os autores da citação anterior, sempre será preciso que as companhias, no seu processo de modernidade, desenvolvam padrões de excelência de qualidade quanto ao atendimento pleno das exigências apresentadas pelos seus clientes.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A realização desta pesquisa teve como foco principal o desenvolvimento de uma análise de contentamento dos clientes no segmento de transportes rodoviário de cargas, no que diz respeito aos prazos de entrega, níveis de serviços oferecidos na atualidade, indicadores de qualidade e também as práticas da logística do modal rodoviário.

Através de pesquisas bibliográficas foram explicadas as práticas da logística do setor rodoviário e as suas tecnologias.

Com a pesquisa descritiva pois possível identificar que os clientes estão satisfeitos com os serviços oferecidos e que o atendimento e a credibilidade são os pontos principais que elevam essa satisfação.

No entanto, existe a necessidade de trabalhar a conduta profissional dos motoristas e buscar soluções que amenizem problemas com avarias, mesmo que esses não sejam pontos que afetem fortemente o grau de satisfação dos clientes.

Como trabalho futuro, pretende-se realizar a análise de maior número de clientes para obter-se resultados mais sólidos.

Além disso desenvolver um estudo qualitativo das sugestões e críticas realizadas pelos clientes.

Pretende-se com este trabalho contribuir com incentivos para pesquisa na área logística.

E que as companhias que atuam no ramo de transporte rodoviário de cargas possam ter uma visão do que deve ser aprimorado para aumentar o nível de contentamento dos clientes com os seus serviços.

REFERÊNCIAS

Albrecht, K. (2002). *Revolução nos serviços: como as empresas podem revolucionar a maneira de tratar os seus clientes*. São Paulo: Pioneira Thomson Learning. ISBN-13: 9788522101368

Ballou, Ronald H. (2006). *Gerenciamento da cadeia de suprimentos: logística empresarial*. 5ªed. Porto Alegre: Bookman. ISSN 0103-6513.

Bowersox, Donald J. et al. (2014). *Gestão logística da cadeia de suprimentos [recurso eletrônico] /...4. ed. – Dados eletrônicos. – Porto Alegre: AMGH. ISBN 978-85-8055-318-5*

Bowersox, D. J.; Closs, D. J.; Cooper, M. B. (2002). *Supply chain logistics management (Series Operations and Decision Sciences)*. New York: Mcgraw-Hill.

Buarque, R. C. S.; Miranda, L. (2003). *Medição de Desempenho em Empresas de Transporte Rodoviário de Cargas: uma investigação em Recife*. In: VIII Congreso del Instituto Internacional de Costos, 2003.

Castro, Laís Novaes Pillar De Oliveira. (2012). *Avaliação De Indicadores De Desempenho Logístico: Um Estudo De Caso De Uma Pequena Empresa De Distribuição*. Campos Dos Goytacazes: Universidade Estadual Do Norte Fluminense - UENF.

Fachin, O. (2001). *Fundamentos de metodologia*. 3.ed. São Paulo: Saraiva.

Fleury, P.F.; Wanke, P.; Figueiredo, K.F. (2009). *Logística Empresarial: A Perspectiva Brasileira*. São Paulo: Atlas.

Freitas, Alan Dagostim de. (2010). *Estudo da satisfação dos clientes em uma empresa de transportes rodoviários de cargas na cidade de Guarulhos – SP*. Monografia do Curso de Administração com linha específica em Comércio Exterior, da Universidade do Extremo Sul Catarinense, UNESC, Criciúma.

Gil, Antônio Carlos. (2002). *Como elaborar projetos de pesquisa - 4. ed. - São Paulo: Atlas. ISBN 85-224-3169-8. 1.*

_____. (2007). _____ - 9. ed. - São Paulo: Atlas. ISBN 85-224-3169-8. 1.

Holter, A. R.; Grant, D. B.; Ritchie, J.; Shaw, N. (2008). A framework for purchasing transport services in small and medium size enterprises. *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*, 38(1), 21-38. doi: 10.1108/09600030810857193.

Leite, H.G.; Machado, C.C.; Silva, M.L.; Machado, R.R. (2006). Avaliação do desempenho logístico do transporte rodoviário de madeira utilizando rede de Petri em uma empresa florestal de Minas Gerais. *R. Árvore*, Viçosa-MG, v.30, n.6, p.999-1008.

Malhotra, N. (2001). *Marketing research: an applied orientation*. New Jersey: Prentice Hall.

Marchet, G.; Perego, A.; Perotti, S. (2009). An exploratory study of ICT adoption in the Italian freight transportation industry. *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*, v. 39, n. 9, p. 785-812. ISSN: 0960-0035.

Martins, Ricardo Silveira; Xavier, Wescley Silva; Souza Filho, Osmar Vieira de; Martins, Guilherme Silveira. (2011). Gestão do Transporte Orientada para os Clientes: Nível de Serviço Desejado e Percebido. *RAC*, Curitiba, v. 15, n. 6, art. 7, pp. 1100-1119, Nov./Dez. ISSN 1415-6555.

Minayo, Maria. C. S. (2001). Ciência, técnica e arte: o desafio da pesquisa social. In: Minayo, Maria. C. S (Org.). *Pesquisa social: teoria, método e criatividade*. Petrópolis, RJ: Vozes.

Neuschel, R. P.; Russell, D. M. (1998). Customer driven marketing in the transportation/logistics industry. *International Journal of Logistics Management*, 9(2), 99-106. doi: 10.1108/09574099810805799

Novaes, A. G. (2001). *Logística e gerenciamento da cadeia de distribuição: estratégia, operação e avaliação*. Rio de Janeiro: Campus.

Perego, A.; Perotti, S.; Mangiaracina, R. (2011). ICT for logistics and freight transportation: a literature review and research agenda. *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*, v. 41, n. 5, p. 457-483. ISSN: 0960-0035.

Revista Logística, (2019). *Os desafios do setor de transporte de cargas*. Disponível em <<https://www.imam.com.br/logistica/noticias/transportes/3215-os-desafios-do-setor-de-transporte-de-cargas>>. Acesso em 23 de junho de 2019.

Rodrigues, E. F.; Formigoni, A.; De Arruda Campos, I. P.; Leal, R. (2011). Utilização de indicadores da qualidade para análise de eficiência dos processos em empresas de transporte rodoviário de cargas. *Inovação, Gestão e Produção*, v. 3, n. 9, p. 001-013. ISSN 1984-6193.

Santa, Edson Donizetti Dalla; Mussi, Clarissa Carneiro. (2016). Desempenho no Transporte Rodoviário de Cargas: Potencialidades e Limitadores do uso da Tecnologia da Informação e

Comunicação (TIC). *Revista Eletrônica de Estratégia & Negócios*, ISSN 1984-3372 DOI: <http://dx.doi.org/10.19177/reen.v9e32016199-214>.

Skinner, W. (1969). Manufacturing – missing link in corporate strategy. *Harvard Business Review*, 47(3), 136-145.

Valente, A.M.; Passaglia, E.; Novaes, A.G. (2001). *Gerenciamento de transporte e frotas*. São Paulo: Pioneira Thomson Learning.

Vergara, S. C. (2000). *Projetos e relatórios de pesquisa em administração*. 3. ed. São Paulo: Atlas.

ANEXO 1 – QUESTIONÁRIO PARA PESQUISA DESCRITIVA.

1. Análise do perfil do cliente. Assinale com um X a alternativa que lhe corresponde.
- a) Você utilizador desse serviço, segue qual perfil?
 Pessoa Física Pessoa Jurídica
- b) Qual é o porte da empresa que representa nesse questionário?
 Micro/Pequeno porte Médio porte Grande porte
- c) Qual é o perfil de carga mais utilizado por você ou empresa?
 Cargas fracionadas Cargas fechadas
- d) Qual é a região ou regiões que você costuma enviar e/ou receber mercadorias?
 Sul Sudeste Centro-oeste Norte Nordeste
2. Análise de atributos

		Nível de Satisfação dos clientes						
		Muito insatisfeito	Insatisfeito	Pouco insatisfeito	Neutro	Pouco Satisfeito	Satisfeito	Muito Satisfeito
	Quanto ao atendimento	-3	-2	-1	0	1	2	3
1	Atendimento feito com educação e cordialidade	-3	-2	-1	0	1	2	3
2	Presteza e credibilidade no atendimento.	-3	-2	-1	0	1	2	3
3	Todas as dúvidas, reclamação e solicitações são atendidas.	-3	-2	-1	0	1	2	3
4	O problema é resolvido no primeiro contato.	-3	-2	-1	0	1	2	3
	Quanto ao Preço							
1	Preço de transporte	-3	-2	-1	0	1	2	3
2	Prazos e condições de pagamentos.	-3	-2	-1	0	1	2	3
3	Valor dos preços em relação ao concorrente.	-3	-2	-1	0	1	2	3
	Quanto ao Serviço							
1	O transporte atende as exigências do pedido.	-3	-2	-1	0	1	2	3
2	O prazo de entrega atende às expectativas.	-3	-2	-1	0	1	2	3
3	A carga chega ao seu destino sem avarias.	-3	-2	-1	0	1	2	3
4	Os motoristas realizam a entrega com educação e cordialidade.	-3	-2	-1	0	1	2	3
5	Cargas avarias indenizadas no prazo desejado.	-3	-2	-1	0	1	2	3
6	Os veículos são conservados e atendem no prazo desejado.	-3	-2	-1	0	1	2	3
7	A coleta é feita em tempo hábil.	-3	-2	-1	0	1	2	3

3. Escolha seis atributos considerados mais importantes, ou seja, que influenciam na hora de contratar os Serviços da

	Atendimento feito com educação e cordialidade
	Presteza e credibilidade no atendimento.
	Todas as dúvidas, reclamação e solicitações são atendidas.
	O problema é resolvido no primeiro contato.
	Preço de transporte
	Prazos e condições de pagamentos.
	Valor dos preços em relação ao concorrente.
	O transporte atende as exigências do pedido.
	O prazo de entrega atende às expectativas.
	A carga chega ao seu destino sem avarias.
	Os motoristas realizam a entrega com educação e cordialidade.
	Cargas avarias indenizadas no prazo desejado.
	Os veículos são conservados e atendem no prazo desejado.
	A coleta é feita em tempo hábil.