

Eixo Temático: Estratégia e Internacionalização de Empresas

**AValiação DO TRANSPORTE PÚBLICO POR UNIVERSITÁRIOS:
UMA APLICAÇÃO DO MODELO *QUALBUS***

**SHIPPING RATE FOR PUBLIC UNIVERSITY: A MODEL APPLICATION
QUALBUS**

Kalu Soraia Schwaab, Rafaela Rios, Flávia Vieira da Silva e Márcia Grohmann

RESUMO

A avaliação é um poderoso instrumento de melhoria, pois com base em dados avaliativos a gestão pode melhorar os serviços oferecidos de forma adequada. O presente trabalho teve o objetivo de avaliar o nível de satisfação dos alunos da Universidade Federal do Pampa (UNIPAMPA) em relação à qualidade do transporte público urbano da cidade de São Borja – RS. Foi realizada pesquisa descritiva e quantitativa, mediante aplicação de 167 questionários estruturados, tal qual definido no cálculo amostral. Para isso foi aplicado o modelo *Qualbus*, de Pérez et al (2007). Os dados coletados foram tabulados e analisados utilizando-se o software SPSS. Os resultados da pesquisa indicam que os universitários estão insatisfeitos em relação ao transporte público oferecido. Com relação às dimensões da qualidade, as variáveis que tiveram maior aceitação foram àquelas relacionadas à segurança, à confiança e à presteza dos funcionários. Espera-se, ao apresentar esta avaliação feita pelos alunos, contribuir com os gestores no sentido de oferecer subsídios para as adaptações ao serviço oferecido.

Palavras-chave: Qualidade em Serviços, Transporte Coletivo, Avaliação pela *Servperf*.

ABSTRACT

The rating is a powerful tool for change, as based on data, management can improve the services offered appropriately. Thus, this study aimed to assess the level of satisfaction of the students of the Federal University of Pampa (UNIPAMPA) regarding the quality of urban public transport in São Borja - RS. Descriptive and quantitative research was carried out by applying 167 structured questionnaires, as is defined in the sample calculation. For this it applied the Qualbus model of Perez et al (2007). Data were tabulated and analyzed using the SPSS software. The survey results indicate that college are dissatisfied with regard to public transportation offered. Regarding the dimensions of quality, the variables that had greater acceptance were those related to security, trust and readiness of employees. It is hoped, to present this assessment by students contribute with managers in order to offer grants for adaptations to the service offered.

Keywords: Quality Services, Public Transport, Evaluation by *SERVPERF*.

1. Introdução

A atual administração da cidade de São Borja vem trabalhando na melhoria da mobilidade urbana desde o início da gestão. Percebe-se que várias mudanças já foram realizadas, com o objetivo de facilitar o trânsito para motoristas, ciclistas e pedestres.

Em seu sítio eletrônico, a prefeitura expressa a preocupação com o transporte coletivo urbano, principalmente no que se refere à qualidade. Para acompanhar essas melhorias, exigências contratuais mais rígidas foram definidas em novo processo licitatório, como: exigência de ar condicionado nos veículos, quantia limitada de passageiros, valores e idade média de oito anos de uso para os veículos. Durante a aplicação da presente pesquisa ainda estava vigente a prestação do serviço pela antiga empresa, estando em estágio final o novo processo de licitação. Cabe constar que esta cidade tem cerca de 60 mil habitantes (IBGE, 2014).

Por sua vez, a Universidade Federal do Pampa (UNIPAMPA) foi instituída em cidades da metade sul do estado do Rio Grande do Sul, no qual São Borja se insere, com o objetivo de desenvolver a região, estagnada em termos de infraestrutura, desenvolvimento econômico, social e tecnológico.

Para Faria (1991), a qualidade do serviço deve ser baseada na satisfação do usuário. Para o usuário do transporte coletivo, a avaliação da qualidade do serviço é realizada durante todo o processo de prestação deste serviço, que compara as suas expectativas com o que ele realmente percebeu sobre o serviço prestado (PARASURAMAN, ZEITHAML E BERRY, 1985).

Conforme Lima Jr. (1995), em serviços rotineiros e de baixa variabilidade de nível, como é o caso, o usuário já tem uma expectativa formada sobre ele, que se aproxima muito mais do desempenho real do sistema e que reflete diretamente sobre o seu julgamento da qualidade.

Os atributos relevantes para o usuário na sua avaliação de qualidade do serviço prestado é matéria de discussão de diversos autores, assim como os instrumentos para sua medição. Para Parasuraman et al. (1988), a qualidade pelo ponto de vista do usuário de um serviço pode ser analisada através de cinco critérios: confiabilidade, responsividade (ou presteza), segurança, empatia e tangibilidade.

Parasuraman et al (1985) realizou um trabalho pioneiro, desenvolvendo um modelo muito difundido e referenciado na literatura, o modelo SERVQUAL. Baseado neste modelo surgiu o instrumento SERVPERF, que igualmente avalia a qualidade dos serviços por meio de dimensões da qualidade, apresentando, contudo, um instrumento mais enxuto e confiável.

Nesta pesquisa o modelo utilizado foi o modelo internacional, pronto e validado, *Qualbus* de Pérez et. al (2007), que adaptou a escala “SERVPERF”, de Cronin e Taylor (1992), para mensurar a qualidade do serviço de transporte público local. Este modelo mede a satisfação com a qualidade através de cinco dimensões: Tangibilidade (*tangibility*); Confiabilidade (*reliability*); Presteza (*receptivity*); Segurança (*assurance*); e Empatia (*empathy*).

Com base neste modelo teórico, pretende-se resolver o seguinte problema de pesquisa: Os acadêmicos da UNIPAMPA Campus São Borja estão satisfeitos com a qualidade do serviço de transporte público oferecido na cidade?

Cabe destacar que o Campus de São Borja está distante cerca de quatro quilômetros do centro da cidade, sendo fundamental a utilização do transporte público pelos seus acadêmicos. Desta forma, é propícia a realização da pesquisa, que poderá servir futuramente para comparar a qualidade do transporte público, tendo em vista o impacto da universidade no desenvolvimento da cidade, o que envolve a ampliação da procura e utilização deste serviço.

Assim, o presente trabalho tem como objetivo geral avaliar o nível de satisfação dos alunos da UNIPAMPA em relação à qualidade do transporte público urbano da cidade de São Borja – RS.

E, ainda, como objetivos específicos: a) Identificar como o perfil do entrevistado afeta a satisfação com a qualidade do transporte público urbano; b) Mensurar a satisfação por dimensões, conforme modelo internacional *Qualbus*; c) Mensurar a satisfação geral dos alunos; e d) Servir de comparação em futuras pesquisas.

A seguir apresenta-se o referencial teórico, realizado para fundamentar as questões dirigidas aos usuários, a fim de aferir de forma adequada a satisfação com o transporte público, motivo pelo qual foi adotado o modelo *Qualbus*, de Pérez et al (2007).

Assim, o trabalho esta estruturado da seguinte forma: apresenta inicialmente o modelo teórico da pesquisa, a seguir apresenta os procedimentos metodológicos e a discussão dos resultados obtidos, finalizando com as conclusões do estudo.

2. Referencial teórico

Os conhecimentos desenvolvidos acerca da qualidade de bens são insuficientes quanto se trata de compreender a qualidade de um serviço, pela sua maior complexidade.

Conforme Zeithaml e Bitner (2003), a intangibilidade é a diferença primordial entre serviço e bens físicos; isto se deve ao fato do serviço ser uma atividade ou processo, não podendo ser visto ou tocado, o que gera dificuldades em estabelecer preço, ser exibido e comunicado. Uma vez que os serviços são processos e realizados por pessoas, dois serviços dificilmente serão iguais. Ademais, diferentes clientes podem ter necessidades e expectativas diferentes sobre um mesmo serviço.

A satisfação do cliente com a qualidade do serviço pode ser definida pela comparação da percepção do serviço prestado com as expectativas do serviço desejado. Quando se confirmam as expectativas pela percepção do serviço, a qualidade é satisfatória (FITZSIMMONS E FITZSIMMONS, 2005).

O trabalho de Zeithaml, Berry e Parasuraman (1993) estabeleceu um modelo conceitual que articula a natureza e os fatores determinantes das expectativas do cliente em relação ao serviço. Ademais, firmam os conceitos de nível de serviço desejado e nível de serviço adequado (mínimo aceitável). A região entre os dois níveis representa uma zona de tolerância que o cliente admite como satisfatória para o serviço recebido. A zona de tolerância é flutuante podendo variar de acordo com o cliente e com as circunstâncias.

Em decorrência de suas pesquisas, Parasuraman, Zeithaml e Berry (1985) sugeriram um modelo para medir a qualidade em serviços, a Escala SERVQUAL. Tal escala está estruturada a partir da diferença existente entre as expectativas prévias em relação ao serviço e as percepções do cliente quanto aos serviços prestados.

Parasuraman et al (1985) realizou um trabalho pioneiro, desenvolvendo um modelo muito difundido e referenciado na literatura. O instrumento pode ser aplicado em organizações de diversos segmentos e pode sofrer adaptações conforme a realidade estudada.

O modelo SERVQUAL estabelece cinco dimensões de expectativa e dimensão da qualidade do serviço, conforme o Quadro 01:

Quadro 01 – Dimensões do modelo SERVQUAL

DIMENSÃO	CONCEITO
Confiabilidade	Habilidade de prestar o serviço conforme prometido, e no prazo estabelecido.
Tangibilidade	Possuir instalações físicas, equipamentos, pessoal e material de comunicação que contribua com uma imagem favorável.
Presteza	Disposição dos funcionários em serem prestativos com os clientes, o que contempla a atenção e a prontidão no trato.
Segurança	Habilidade dos funcionários fazerem com que os clientes se sintam livres de perigos,

	riscos e dúvidas.
Empatia	Habilidade da organização em fornecer atendimento personalizado e com atenção cuidadosa, colocando-se no lugar do cliente, entendendo as suas necessidades e desejos.

Fonte: Adaptado de Salomi, Miguel e Abackerli (2005).

A partir deste modelo, surgiu o instrumento SERVPERF, de Cronin e Taylor (1992). Cronin e Taylor (1992) desenvolveram este modelo de instrumento baseado somente na percepção de desempenho dos serviços. A clara distinção entre os dois conceitos tem grande importância, pois as empresas fornecedoras de serviço têm a necessidade de saber qual é o seu objetivo precípuo, se ter clientes que estão satisfeitos com o seu desempenho ou fornecer serviços com um nível máximo de qualidade percebida. Assim, esses autores (Cronin e Taylor, 1992) propõem a escala SERVPERF, como uma alternativa ao instrumento SERVQUAL. O SERVPERF é referenciado como o modelo que apresenta os melhores índices de confiabilidade, além de apresentar um questionário mais reduzido.

O modelo utilizado nesta pesquisa foi o modelo internacional, pronto e validado, “Qualbus” de Pérez et. al (2007), que adaptou a escala SERVPERF, de Cronin e Taylor (1992), para mensurar a qualidade do serviço de transporte público local. Este modelo mede a satisfação com a qualidade através das cinco dimensões: Tangibilidade (*tangibility*); Confiabilidade (*reliability*); Presteza (*receptivity*); Segurança (*assurance*); e Empatia (*empathy*).

Segundo Pérez et. al (2007), para adaptar a escala para o serviço público local de ônibus foi necessária a omissão de um item da dimensão Confiabilidade do modelo SERVPERF e um item da dimensão Presteza. Ainda, um item foi adicionado à dimensão Empatia, obtendo-se uma escala final de 21 itens.

Foram realizadas várias pesquisas relacionadas à avaliação do transporte público, o que denota a relevância do tema pesquisado, tanto àqueles relativos ao transporte rodoviário urbano, quanto ao transporte intermunicipal, transporte aéreo, estacionamentos rotativos, terminais de passageiros de aeroportos, etc.

Para Cruz, Ceretta e Cruz (2014), no Brasil, a necessidade de prover a todo cidadão condições de acessibilidade às zonas de interesse coletivo, aliada à oferta de um transporte público de maior qualidade, a preocupação com a crise da mobilidade urbana e metropolitana, proporcionou condições ideais para a aprovação da Lei Federal nº 12.587/2012, que institui a nova política nacional de mobilidade urbana. Isto se relaciona com o desenvolvimento urbano e com a melhoria do transporte público. Salientando que, no Brasil, o transporte urbano é responsabilidade municipal.

Lima Jr. (1995) define qualidade para o setor de transportes como “a qualidade percebida pelos usuários e demais interessados, de forma comparativa com as demais alternativas de serviço existentes”. Como ressaltado por alguns autores (Cronin e Taylor, 1992), a definição de qualidade em serviços é ampla, e é influenciada pela visão de seus agentes, pois integra interesse dos clientes, prestadores de serviços e da administração pública. Para Bertozzi e Lima Jr. (1998), o processo de produção do serviço de transporte público é realizado sobre três agentes: usuário, operador e órgão gestor, que visualizam a qualidade segundo suas necessidades e objetivos.

A qualidade em transporte público urbano é definida com a adequação dos fatores críticos gerenciais e seus resultados aos requisitos dos clientes da prestadora dos serviços que são: usuários, poder público, acionistas das empresas, funcionários e comunidade (LIMA; FERRAZ, 1995).

Esse tipo de transporte assume um papel fundamental para redução do número de veículos em circulação, e conseqüentemente, do congestionamento e das correspondentes economias (FERRAZ; TORRES, 2004). O desafio gerencial é atender às necessidades dos

clientes oferecendo um serviço com qualidade, priorizando a movimentação das pessoas nas cidades com eficiência e segurança (FERRAZ; TORRES, 2004).

Porém, Ferraz e Torres (2004) relatam que a preferência das pessoas é pelo modo de transporte mais confortável, utilizando seu carro próprio. O transporte público somente seria utilizado quando ocorre uma ou mais das seguintes situações: restrição econômica pessoal, impossibilidade de dirigir, existência de transporte público de boa qualidade, congestionamento e dificuldade de estacionamento. Os autores ainda apresentam algumas vantagens do uso do transporte público urbano: custo acessível para população de baixa renda, democratização da mobilidade, ocupação mais eficiente do solo urbano, reduz poluição sonora e atmosférica, redução dos gastos ambientais e acidentes de trânsito.

Ferraz e Torres (2004) consideram ainda 12 os principais fatores que influem na qualidade do transporte público urbano mais precisamente do tipo ônibus, são eles: acessibilidade, frequência de atendimento, tempo de viagem, lotação, confiabilidade, segurança, características dos veículos, características dos locais de parada, sistema de informação, conectividade, comportamento dos operadores e estados de conservação das vias.

3. Método

A pesquisa realizada caracteriza-se por ser descritiva e quantitativa. A pesquisa descritiva visa descrever as características de uma população, de um fenômeno ou de uma experiência, estabelecendo relação entre as variáveis do objeto de estudo.

Utilizou-se como instrumento de coleta de dados um questionário baseado no modelo “Qualbus” de Pérez et. al (2007).

A população da pesquisa é composta por 850 universitários da UNIPAMPA Campus São Borja (conforme relatório de matrícula datado de 12 de novembro de 2014), distribuídos em seis cursos de graduação (Ciência Política, Jornalismo, Publicidade e Propaganda, Relações Públicas, Serviço Social e Ciências Humanas), conforme exposto no Quadro 02.

Quadro 02 – População da pesquisa

Curso	N. Alunos
Ciência Política	139
Jornalismo	117
Publicidade e Propaganda	146
Relações Públicas	140
Serviço Social	166
Ciências Humanas	142
Total	850

Fonte: Elaborado pelos autores, segundo dados da Unipampa (2014).

Dado que a população é considerada finita, adotou-se o cálculo de amostra probabilística para população conhecida, com um nível de confiança “Z” = 95% (1,96) e erro amostral “e” = 7%, tornando-se necessário pesquisar, no mínimo, 167 elementos da população (p = 70% e q = 30%).

A coleta de dados ocorreu no final de novembro de 2014, em local de grande circulação, durante os turnos diurno e noturno, obtendo-se as 167 respostas dos estudantes universitários no Campus de São Borja da UNIPAMPA, conforme definido no cálculo da amostra. Sendo que, a escolha pelo Campus de São Borja se deu por conveniência.

Além da apresentação do propósito da pesquisa, também se assegurou o anonimato dos respondentes e obteve-se a autorização prévia dos gestores da unidade para a pesquisa.

O questionário foi dividido em duas etapas. A primeira com as variáveis demográficas (sexo, idade, bairro, frequência com que utilizam o transporte público para ir à universidade, curso e renda média familiar) e a segunda parte composta por 22 questões (variáveis). As 21 primeiras, baseadas no modelo proposto por Pérez et. al (2007), a partir das cinco dimensões da qualidade (Tangibilidade, Confiabilidade, Presteza, Segurança e Empatia), as quais foram medidas por uma escala Likert de 5 pontos, em que os respondentes deveriam posicionar-se entre discordo totalmente (1) e concordo totalmente (5).

Já a 22ª variável foi adicionada com o objetivo de mensurar a satisfação geral com o transporte público oferecido. Para esta variável utilizou-se outra escala de cinco níveis, neste caso os respondentes deveriam posicionar-se entre (1) Totalmente Insatisfeito e (5) Totalmente Satisfeito. No Quadro 03 podem ser visualizadas as questões específicas do questionário quanto à percepção da qualidade e satisfação.

Quadro 03 – Questões específicas do questionário

Dimensões	Variáveis	Descrição
Tangibilidade	T1	Os ônibus estão em boas condições
Tangibilidade	T2	As instalações da empresa são confortáveis (local de informação, venda de ingressos, paradas de ônibus, bancos, etc)
Tangibilidade	T3	Os funcionários têm uma aparência boa e profissional
Tangibilidade	T4	Os materiais utilizados pela empresa são visualmente atraentes (ônibus, paradas de ônibus, bancos, etc)
Confiabilidade	C1	As informações fornecidas pela empresa são cumpridas (horários, rotas, frequência, etc)
Confiabilidade	C2	A empresa oferece boa informação (suficiente, compreensível, etc) sobre serviços de ônibus (horários, itinerários, frequência, etc)
Confiabilidade	C3	A empresa se esforça (confiabilidade) para lidar com os problemas de atendimento ao cliente
Confiabilidade	C4	A prestação do serviço é feita no tempo prometido
Presteza	P1	Os funcionários oferecem serviços rápidos aos clientes (vendas de passagens, itinerários, etc)
Presteza	P2	O serviço prestado é confortável
Presteza	P3	Os funcionários demonstram boa vontade em atender aos pedidos dos clientes
Segurança	S1	O comportamento dos funcionários (cobradores, motoristas, etc) inspira confiança e segurança para os passageiros
Segurança	S2	Os passageiros se sentem seguros em seus itinerários
Segurança	S3	Os funcionários são sempre simpáticos e cordiais
Segurança	S4	Os funcionários possuem conhecimento para responder às perguntas dos passageiros
Empatia	E1	A empresa oferece horários convenientes para todos os passageiros
Empatia	E2	A empresa oferece itinerários convenientes para os passageiros
Empatia	E3	A empresa oferece horários em frequências convenientes para os passageiros
Empatia	E4	Os funcionários oferecem atenção individual aos passageiros
Empatia	E5	Os funcionários têm real interesse em atender os passageiros
Empatia	E6	Os funcionários entendem as necessidades dos seus passageiros
Satisfação Geral	SG	Avaliação geral da satisfação em relação ao transporte público oferecido

Fonte: Elaborado pelos autores.

Os procedimentos estatísticos adotados foram divididos em três fases. Na fase 1, utilizou-se a análise de frequência e percentuais para caracterizar os respondentes da pesquisa. A fase 2 visou à mensuração da satisfação com a qualidade do transporte público oferecido aos universitários entrevistados através das cinco dimensões. Para isso, foram realizadas análises estatísticas básicas como o cálculo das médias e desvios-padrão para a amostra. Na etapa seguinte, fase 3, buscou-se identificar a influência do perfil dos respondentes através de testes de diferença de médias (Teste T e ANOVA).

4. Análise e discussão dos resultados

Os resultados são apresentados da seguinte forma: apresenta-se o perfil dos respondentes; após, a mensuração da satisfação com o transporte público por meio do cálculo das médias e da apresentação das frequências obtidas; a verificação da influência do perfil dos respondentes na satisfação com o transporte público, através dos testes T e ANOVA; e, por fim, as médias das avaliações por dimensões, conforme modelo *Qualbus*, e a interferência do perfil nestas avaliações.

4.1 Perfil dos respondentes

Em relação a esses dados, a amostra foi questionada sobre o sexo, idade, bairro, frequência com que utilizam o transporte público para ir à universidade, curso e renda média familiar. A pesquisa foi realizada com uma amostra de 167 estudantes da UNIPAMPA, distribuídos entre os cursos do Campus São Borja.

A amostragem ficou dividida em 19 alunos (11,4%) do curso de Ciências Sociais - Ciência Política, 35 alunos (21%) do curso de Jornalismo, 39 alunos (23,4%) do curso de Publicidade e Propaganda, 14 alunos (8,4%) do curso de Relações Públicas ênfase em Produção Cultural, 48 alunos (28,7%) do curso de Serviço Social, e 12 alunos (7,2%) do Curso de Ciências Humanas.

Em relação ao total de entrevistados, foi observado que 107 acadêmicos (64,1%) eram do sexo feminino e 60 (35,9%) pertenciam ao sexo masculino. Dessa forma, afirma-se que a amostra é composta, na sua maioria, por mulheres.

Desses respondentes, a maioria possuía entre 19 e 25 anos, correspondendo a 98 pessoas (59%) da amostra. Já 32 dos participantes (19,3%) possuíam até 18 anos. Dos jovens que participaram da entrevista, 112 deles (67,9%) utilizam o transporte público todos os dias da semana para ir à Universidade.

Com relação ao bairro onde moram, 84 dos acadêmicos entrevistados (52,5%) afirmam residir no centro, enquanto que o restante, 76 acadêmicos (47,5%), reside em outros bairros. Já em relação à renda, a maioria dos entrevistados possui em média renda familiar de R\$ 895,00 (42 acadêmicos, correspondente a 25,9%) e de R\$ 1.277,00 (43 acadêmicos, correspondente a 26,5%).

4.2 Percepção dos universitários sobre o transporte público urbano

Pautando-se no modelo de Pérez et. al (2007), a qualidade do serviço de transporte público é medida através das cinco dimensões anteriormente citadas. Cada uma dessas dimensões foi medida através das variáveis. Também se buscou identificar a satisfação geral com o serviço público de transporte através da variável SG (Avaliação geral da satisfação em relação ao transporte público oferecido). Para as dimensões do modelo, utilizou-se a seguinte escala de cinco níveis: 1-Discordo Totalmente, 2- Discordo, 3-Neutro, 4-Concordo, 5-Concordo Totalmente. E para mensurar a satisfação geral, utilizou-se a seguinte escala de cinco níveis: 1-Totalmente Insatisfeito, 2-Insatisfeito, 3-Neutro, 4-Satisfeito, 5-Totalmente Satisfeito. Estes resultados são apresentados na Tabela 1 e na Tabela 2.

As variáveis que tiveram maior aceitação foram àquelas relacionadas à segurança, confiança e presteza dos funcionários. São elas: S1 (O comportamento dos funcionários - cobradores, motoristas, etc - inspira confiança e segurança para os passageiros) de média 3,00 (σ 1,1055), P1 (Os funcionários oferecem serviços rápidos aos clientes - vendas de passagens, itinerários, etc) de média 2,99 (σ 1,1180) e S4 (Os funcionários possuem conhecimento para responder às perguntas dos passageiros) de média 2,92 (σ 1,0090).

Os quesitos que apresentaram maior discordância para os entrevistados foram relacionados à tangibilidade e ao conforto: T1 (Os ônibus estão em boas condições) de média 1,60 (σ 0,7140), T4 (Os materiais utilizados pela empresa são visualmente atraentes - ônibus, paradas de ônibus, bancos, etc) de média 1,90 (σ 0,9671) e P2 (O serviço prestado é confortável) de média 1,97 (σ 0,9649).

Utilizando o mesmo procedimento do modelo original (PÉREZ et al, 2007), as variáveis de satisfação possuem ordem normal, ou seja, quanto maior a média apresentada, maior é a satisfação com o serviço de transporte público oferecido.

Tabela 1 - Estatísticas Descritivas da Avaliação do Transporte Público

	Variável	Média	σ
T1	Os ônibus estão em boas condições	1,6000	0,7140
T2	As instalações da empresa são confortáveis (local de informação, venda de ingressos, paradas de ônibus, bancos, etc)	2,0838	0,8945
T3	Os funcionários têm uma aparência boa e profissional	2,9074	0,9831
T4	Os materiais utilizados pela empresa são visualmente atraentes (ônibus, paradas de ônibus, bancos, etc)	1,9024	0,9671
C1	As informações fornecidas pela empresa são cumpridas (horários, rotas, frequência, etc)	2,3012	0,9242
C2	A empresa oferece boa informação (suficiente, compreensível, etc) sobre serviços de ônibus (horários, itinerários, frequência, etc)	2,3212	0,9815
C3	A empresa se esforça (confiabilidade) para lidar com os problemas de atendimento ao cliente	2,2439	0,9601
C4	A prestação do serviço é feita no tempo prometido	2,4845	0,9881
P1	Os funcionários oferecem serviços rápidos aos clientes (vendas de passagens, itinerários, etc)	2,9876	1,1180
P2	O serviço prestado é confortável	1,9753	0,9649
P3	Os funcionários demonstram boa vontade em atender os pedidos dos cliente	2,5283	1,0300
S1	O comportamento dos funcionários (cobradores, motoristas, etc) inspira confiança e segurança para os passageiros	3,0000	1,1055
S2	Os passageiros se sentem seguros em seus itinerários	2,4451	0,9284
S3	Os funcionários são sempre simpáticos e cordiais	2,7730	1,1293
S4	Os funcionários possuem conhecimento para responder às perguntas dos passageiros	2,9217	1,0090
E1	A empresa oferece horários convenientes para todos os passageiros	2,3212	1,0120
E2	A empresa oferece itinerários convenientes para os passageiros	2,3252	0,9222
E3	A empresa oferece horários em frequências convenientes para os passageiros	2,2025	0,9504
E4	Os funcionários oferecem atenção individual aos passageiros	2,4390	0,9920
E5	Os funcionários têm real interesse em atender os passageiros	2,5854	0,9458
E6	Os funcionários entendem as necessidades dos seus passageiros	2,6168	0,9552

Fonte: Elaborado pelos autores.

Os resultados para a variável SG (Avaliação geral da satisfação em relação ao transporte público oferecido), apresentados, a seguir, na Tabela 2, tiveram média de 2,12 (σ

0,9261), o que indica que os universitários estão insatisfeitos em relação ao transporte público oferecido.

Tabela 2 – Estatísticas Descritivas Satisfação Geral

Variável		Média	σ
SG	Avaliação geral da satisfação em relação ao transporte público oferecido	2,1257	0,9261

Fonte: Elaborado pelos autores.

4.3 Interferência do perfil nas variáveis

Conforme já mencionado, um dos objetivos do trabalho é identificar como o perfil do entrevistado afeta a satisfação com a qualidade do transporte público urbano. Dessa forma, para avaliar a influência do perfil na satisfação foram realizados cruzamentos com teste T e teste ANOVA entre as variáveis, os quais buscaram identificar o perfil dos entrevistados (primeira parte do questionário) e o modelo *Qualbus* proposto por Pérez et. al (2007) (segunda parte do questionário).

Os testes estatísticos para diferenças de médias têm sua análise feita através do grau de significância encontrado. Desta forma, nas variáveis que apresentarem teste com significância inferior a 0,005 ($p < 0,005$) pode-se concluir que a diferença das médias é estatisticamente significativa e, portanto, não se encontra no intervalo de erro.

Ao cruzar o gênero dos entrevistados com as variáveis que mensuram a satisfação com a qualidade do transporte público urbano (Tabela 3), revelou-se a discordância de opinião em uma variável: T2 (As instalações da empresa são confortáveis - local de informação, venda de ingressos, paradas de ônibus, bancos, etc) apresentando a média masculina de 2,37 e a média feminina de 1,92 (teste $T=-3,093$; sig.=0,002). Esses resultados demonstram que as mulheres são mais exigentes com relação ao conforto no transporte público urbano do que os homens.

Tabela 3 – Diferenças na satisfação com a qualidade do transporte entre os sexos

	Descrição	Variável	N	Média	Σ	T.	Sig.
T2	As instalações da empresa são confortáveis (local de informação, venda de ingressos, paradas de ônibus, bancos, etc)	Mulheres	107	1,9252	,85452		
		Homens	60	2,3667	,90135	-3,093	0,002

Fonte: Elaborado pelos autores.

Quando se realiza o cruzamento da informação referente ao bairro onde residem os acadêmicos com as variáveis que mensuram a satisfação com a qualidade do serviço de transporte público urbano (tabela 4), manifestou-se divergência de médias entre eles em duas variáveis: T3 (Os funcionários têm uma aparência boa e profissional) apresentando a média dos alunos do centro de 2,74 e a média dos demais bairros de 3,07 (teste $T=-2,078$; Sig.=0,039); e P3 (Os funcionários demonstram boa vontade em atender aos pedidos dos clientes) com média dos alunos do centro de 2,36 e a média dos demais bairros de 2,73 (teste $T=-2,213$; Sig.=0,028).

Tabela 4 – Diferenças na satisfação com a qualidade do transporte entre bairros

	Descrição	Variável	N	Média	Σ	T	Sig.
T3	Os funcionários têm uma aparência boa e profissional.	Centro	81	2,7407	1,04616		
		Bairros	74	3,0676	0,91159	-2,078	0,039
P3	Os funcionários demonstram boa vontade em atender os pedidos dos cliente	Centro	80	2,3625	1,034148		
		Bairros	74	2,7297	1,02432	-2,213	0,028

Fonte: Elaborado pelos autores.

Realizou-se o teste ANOVA para verificar a existência de diferença nas médias das variáveis de satisfação com as seguintes variáveis de perfil: idade, frequência, renda e curso.

Ao cruzarmos à variável “Idade” com as variáveis do modelo, três delas apresentaram variação significativa, conforme Tabela 5: C2 (A empresa oferece boa informação (suficiente, compreensível, etc) sobre serviços de ônibus (horários, itinerários, frequência, etc)) T=2,653 e Sig.=0,035; S3 (Os funcionários são sempre simpáticos e cordiais) T=2,640 e Sig.0,036 e E2 (A empresa oferece itinerários convenientes para os passageiros) T=3,109 e Sig.=0,017. Os resultados mostram que os acadêmicos com idade acima de 45 anos percebem com melhor avaliação estas três variáveis, C2, S3 e E2, respectivamente com médias de 3,60, 4,00 e 2,75. Já os acadêmicos com idade entre 36 e 45 anos percebem com a pior avaliação as variáveis C2, com média 2,00 e E2, com 1,33. Enquanto que, os estudantes com até 18 anos avaliam pior a variável S3, com média de 2,58. Portanto, pode-se dizer que, especificamente nas variáveis C2, S3 e E2, os estudantes mais jovens são mais exigentes com o transporte público do que os com idade acima de 45 anos.

Tabela 5 - Diferenças na satisfação com a qualidade do transporte pela idade

	Descrição	Maior Média	Menor Média	T.	Sig.
C2	A empresa oferece boa informação (suficiente, compreensível, etc) sobre serviços de ônibus (horários, itinerários, frequência, etc)	acima de 45 anos - 3,60	36 a 45 anos - 2,00	2,653	0,035
S3	Os funcionários são sempre simpáticos e cordiais	acima de 45 anos - 4,00	até 18 anos - 2,58	2,640	0,036
E2	A empresa oferece itinerários convenientes para os passageiros	acima de 45 anos - 2,75	36 a 45 anos - 1,33	3,109	0,017

Fonte: Elaborado pelos autores.

Com relação à variável “Frequência”, nenhuma variável do modelo apresentou diferença estatisticamente significativa.

Ao cruzarmos a variável “Renda” com as variáveis do modelo, apenas duas variáveis apresentaram diferença estatisticamente significativa. Conforme Tabela 6 a variável T1 (Os ônibus estão em boas condições) apresenta média maior (2,06) para os universitários com renda média familiar de R\$ 6.006,00, e média menor (1,41) para os universitários com renda média familiar de R\$ 3.118,00 (F=2,744 e Sig.=0,030). E a variável E2 (A empresa oferece itinerários convenientes para os passageiros) apresenta média maior (2,62) igualmente para os universitários com renda média familiar de R\$ 6.006,00, e média menor (1,95) para os universitários com renda média familiar de R\$ 895,00 (F=2,607 e 0,038).

De forma geral, observando a Tabela 6, os universitários com renda familiar maior (R\$ 6.006,00), percebem as variáveis T1 e E2, ainda que na escala entre 2 e 3, com menor discordância do que os de renda familiar inferior (R\$ 3.118,00 e R\$ 895,00).

Tabela 6 - Diferenças na satisfação com a qualidade do transporte público em relação à renda média familiar

	Descrição	Maior Média	Menor Média	F.	Sig.
T1	Os ônibus estão em boas condições	R\$ 6.006,00 - 2,06	R\$ 3.118,00 - 1,41	2,744	0,030
E2	A empresa oferece itinerários convenientes para os passageiros	R\$ 6.006,00 - 2,62	R\$ 895,00 - 1,95	2,607	0,038

Fonte: Elaborado pelos autores.

Quando cruzados o curso de graduação com as variáveis que mensuram as dimensões do modelo e que identificam a satisfação com a qualidade do transporte público oferecido,

manifestou-se que existe discordância de opinião entre eles em diversas variáveis, conforme a Tabela 7.

As questões que apresentaram discordância foram: T3 (Os funcionários têm uma aparência boa e profissional) com média para Serviço Social - 3,32 e média para Publicidade e Propaganda - 2,46 (F=4,521 e Sig.=0,001); C2 (A empresa oferece boa informação (suficiente, compreensível, etc) sobre serviços de ônibus (horários, itinerários, frequência, etc)) com média para Jornalismo - 2,54 e média para Publicidade e Propaganda - 1,90 (F=2,316 e Sig.=0,046); P3 (Os funcionários demonstram boa vontade em atender os pedidos dos cliente) com média para Ciências Humanas - 2,92 e média para Relações Públicas ênfase em Produção Cultural - 2,08 (F=2,865 e Sig.=0,017); S1 (O comportamento dos funcionários (cobradores, motoristas, etc) inspira confiança e segurança para os passageiros) com média para Serviço Social - 3,28 e média para Publicidade e Propaganda - 2,56 (F=2,291 e Sig.=0,048); E1 (A empresa oferece horários convenientes para todos os passageiros) com média para Ciências Humanas - 2,67 e média para Publicidade e Propaganda - 1,87 (F=2,360 e Sig.=0,043); E5 (Os funcionários têm real interesse em atender os passageiros) com média para Relações Públicas ênfase em Produção Cultural - 2,93 e média para Publicidade e Propaganda - 2,15 (F=3,415 e Sig.=0,006); e E6 (Os funcionários entendem as necessidades dos seus passageiros) com média para Serviço Social - 3,00 e média para Publicidade e Propaganda - 2,28 (F=3,270 e Sig.=0,008);

Tabela 7 - Diferenças na satisfação com a qualidade do transporte público entre os cursos

	Descrição	Maior Média	Menor Média	F.	Sig.
T3	Os funcionários têm uma aparência boa e profissional	Serviço Social - 3,32	Publicidade e Propaganda - 2,46	4,521	0,001
C2	A empresa oferece boa informação (suficiente, compreensível, etc) sobre serviços de ônibus (horários, itinerários, frequência, etc)	Jornalismo - 2,54	Publicidade e Propaganda - 1,90	2,316	0,046
P3	Os funcionários demonstram boa vontade em atender os pedidos dos cliente	Ciências Humanas - 2,92	Relações Públicas ênfase em Produção Cultural - 2,08	2,865	0,017
S1	O comportamento dos funcionários (cobradores, motoristas, etc) inspira confiança e segurança para os passageiros	Serviço Social - 3,28	Publicidade e Propaganda - 2,56	2,291	0,048
E1	A empresa oferece horários convenientes para todos os passageiros	Ciências Humanas - 2,67	Publicidade e Propaganda - 1,87	2,360	0,043
E5	Os funcionários têm real interesse em atender os passageiros	Relações Públicas ênfase em Produção Cultural - 2,93	Publicidade e Propaganda - 2,15	3,415	0,006
E6	Os funcionários entendem as necessidades dos seus passageiros	Serviço Social - 3,00	Publicidade e Propaganda - 2,28	3,270	0,008

Fonte: Elaborado pelos autores.

4.4 Interferência do perfil na satisfação geral

Foi verificado, por meio do teste T e ANOVA, que não há interferências estatisticamente significantes das variáveis do perfil (sexo, idade, bairro, frequência que utilizam o transporte público para universidade e renda média familiar) na variável SG (Avaliação geral da satisfação em relação ao transporte público oferecido), significando assim, não ter diferenças de percepções na satisfação geral pelos diferentes perfis dos universitários entrevistados, relacionados a estas variáveis.

Porém, quando cruzadas a variável do perfil “Curso” com a variável que mensura a satisfação geral com a qualidade do transporte público oferecido SG (Avaliação geral da satisfação em relação ao transporte público oferecido) manifestou-se que existe discordância de opinião com relação ao curso do universitário.

Conforme a Tabela 9, a maior média foi dada pelos universitários que cursam Jornalismo, com média 2,40 e a menor média pelos que cursam Publicidade e Propaganda, com média 1,64 (F=4,529 e Sig.=0,001).

Tabela 8 - Diferenças na variável SG entre os cursos

	Descrição	Maior Média	Menor Média	F.	Sig.
SG	Avaliação geral da satisfação em relação ao transporte público oferecido	Jornalismo - 2,40	Publicidade e Propaganda - 1,64	4,529	0,001

Fonte: Elaborado pelos autores.

4.5 Avaliação do modelo pelas dimensões

Neste trabalho, a satisfação com a qualidade do transporte público oferecido foi mensurada através das cinco dimensões do modelo *Qualbus*. Por último, buscou-se mensurar a satisfação geral com a qualidade do transporte público oferecido.

A dimensão tangibilidade apresentou média de 2,12 (σ 0,62), a dimensão confiabilidade apresentou média de 2,34 (σ 0,72), a dimensão empatia apresentou média de 2,39 (σ 0,63), a dimensão presteza apresentou média de 2,46 (σ 0,74) e a dimensão segurança apresentou média de 2,79 (σ 0,79). Esses resultados, expostos na Tabela 9, demonstram claramente a insatisfação dos universitários com a qualidade do transporte público oferecido.

Tabela 9 – Avaliação das dimensões do modelo *Qualbus*

Dimensão	Média	σ
Tangibilidade	2,12	0,62
Confiabilidade	2,34	0,72
Empatia	2,39	0,63
Presteza	2,46	0,74
Segurança	2,79	0,79

Fonte: Elaborado pelos autores.

4.6 Interferência do perfil nas dimensões

Quando cruzados os dados do perfil dos respondentes com as dimensões do modelo observou-se que apenas a variável “curso” possui diferença de média significativa estatisticamente.

A influência do curso dos respondentes nas percepções obteve diferença significativa para três dimensões do modelo: confiabilidade; empatia e segurança. Nas quatro dimensões citadas as menores médias foram dos universitários que cursam Publicidade e Propaganda, respectivamente, 1,98; 2,03 e 2,45.

A maior média na dimensão Empatia foi dos universitários que cursam Ciências Humanas 2,56. Na dimensão Confiabilidade, o curso com a maior média foi Jornalismo (2,48) e na dimensão Segurança, universitários de dois cursos aparecem com as maiores médias, curso de Ciências Sociais - Ciência Política e o curso de Ciências Humanas, ambos com média 3,00.

Tabela 10 - Diferenças na avaliação das dimensões do modelo *Qualbus* entre os cursos

Dimensão	Maior Média	Menor Média	F.	Sig.
----------	-------------	-------------	----	------

Confiabilidade	Jornalismo - 2,48	Publicidade e Propaganda - 1,98	2,572	0,029
Empatia	Ciências Humanas - 2,56	Publicidade e Propaganda - 2,03	3,777	0,003
Segurança	Ciências Sociais - Ciência Política e Ciências Humanas - 3,00	Publicidade e Propaganda - 2,45	2,682	0,024

Fonte: Elaborado pelos autores.

Percebe-se que os estudantes do curso de Publicidade e Propaganda estão mais insatisfeitos com a qualidade do transporte público, e pode-se dizer que, são mais críticos quanto a qualidade deste serviço.

5. Considerações finais

O objetivo geral desta pesquisa foi mensurar o nível de satisfação dos alunos do Campus São Borja quanto a qualidade do serviço de transporte público oferecido na cidade. Quanto ao perfil do entrevistado, uma das interferências identificadas na satisfação com a qualidade do transporte público urbano, foi quanto ao sexo do respondente, apontando que as mulheres são mais exigentes com relação ao conforto no transporte público urbano do que os homens.

Os universitários de diferentes bairros e idades avaliam de forma diversa alguns itens do modelo, como especificamente quanto às variáveis relacionadas à informação, cordialidade dos funcionários e conveniência dos itinerários, os estudantes mais jovens são mais exigentes com elas do que os com idade acima de 45 anos. Outra diferença encontrada na avaliação das variáveis do modelo foi que universitários com renda média familiar maior, percebem as condições do ônibus e a conveniência dos itinerários, ainda que na escala entre 2 e 3, com menor discordância do que os de renda média familiar inferior.

O curso do entrevistado foi a variável de perfil que mais interferiu na avaliação, pois estudantes de cursos diferentes percebem a satisfação com a qualidade do transporte público urbano de forma diversa, apresentando essa interferência em sete variáveis do modelo, na satisfação geral e em quatro dimensões do modelo (Tangibilidade, Confiabilidade, Empatia e Segurança). O principal resultado é que os estudantes do curso de Publicidade e Propaganda estão mais insatisfeitos com a qualidade do transporte público, e pode-se dizer que, são mais críticos quanto à qualidade deste serviço.

Ao avaliar os resultados por dimensões, todas elas tiveram avaliação média entre 2 e 3, ficando evidente a insatisfação dos universitários quanto a qualidade do transporte público oferecido na cidade de São Borja – RS. O que também se projetou na avaliação geral da satisfação em relação ao transporte público oferecido, evidenciando que o nível de satisfação dos alunos quanto a qualidade do serviço de transporte público oferecido na cidade é baixo.

Encontrou-se resultado similar na pesquisa de Silva et al (2014), que constatou a percepção da qualidade dos serviços prestados aos usuários do transporte público urbano na cidade de Caruaru, sob a óptica do usuário. Os resultados obtidos demonstram um alto nível de insatisfação por parte dos usuários em cada uma das dimensões da qualidade dos serviços, exceto na dimensão segurança, mostrando assim ser satisfatória ao usuário. As dimensões confiança e empatia tiveram os maiores índices de insatisfação, presteza e tangibilidade também se mostraram insatisfatórias, mas em um nível menor. Recomendações foram feitas tanto para a empresa prestadora quanto para o poder público municipal.

Sugere-se, para futuras pesquisas, realizar este estudo com uma amostra abrangendo todo o público universitário da instituição, em seus dez *campi* (Alegrete, Bagé, Caçapava do Sul, Dom Pedrito, Itaqui, Jaquarã, São Gabriel, São Borja, Santana do Livramento, e Uruguaiana), a fim de verificar se há diferentes percepções sobre o transporte público

oferecido na região do pampa ou se esta é uma realidade em todas as cidades sede da UNIPAMPA. A proposição anterior será especialmente válida para o caso de São Borja, devido ao funcionamento da prestação do serviço por uma nova empresa de transporte público urbano, recentemente licitado.

Além disso, sugere-se a realização de pesquisa quali-quantitativa, diante da constatação do desejo de alguns entrevistados em expressar suas opiniões e suas percepções de forma qualitativa. Isto possibilitará a complementação do método quantitativo com a exploração subjetiva do fenômeno. Para Soares e Castro (2012), “pesquisadores qualitativos e quantitativos podem considerar a possibilidade de usufruir da riqueza metodológica que advém da conciliação dos métodos”.

Como limitação da pesquisa, aponta-se a necessidade de adaptar o modelo validado a fim de abarcar algumas particularidades da prestação do serviço prestado na realidade da região. O modelo de Pérez et al (2007), apesar de validado, foi desenvolvido a partir do serviço público de ônibus local em Almería, uma cidade de médio porte na Espanha.

Referências

- BERTOZZI, P. P.; LIMA Jr. O. F. A qualidade no serviço de transporte público sob as óticas do usuário, do operador e do órgão gestor. **Revista dos Transportes Públicos - ANTP**. Ano 21, 1998, 4º trimestre.
- CRONIN, J.; TAYLOR, S. “Measuring service quality: a reexamination and extension”, **Journal of Marketing**, Vol. 56, July, pp. 55-68, 1992.
- CRUZ, F. C. da; CERETTA, P. S.; CRUZ, A. C. da. **Percepção de clientes usuários do serviço de estacionamento público**. 3º FÓRUM INTERNACIONAL ECOINOVAR, Santa Maria/RS, set. 2014.
- FARIA, C. A. (1991). **Avaliação do nível de serviço do transporte coletivo urbano sob o ponto de vista do usuário**: o enfoque multivariado. Tese de doutorado, EDUSP, São Paulo.
- FERRAZ, A. C. P.; TORRES, I. G. E. **Transporte público urbano**. 2ª ed. São Carlos: Rima Editora, 2004.
- FITZSIMMONS, J.; FITZSIMMONS, M. **Administração de serviço**: operações, estratégia e tecnologia de informação. 4ª Ed. Porto Alegre: Bookman, 2005.
- IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **São Borja, 2014**. Disponível em <<http://www.cidades.ibge.gov.br/xtras/perfil.php?lang=&codmun=431800&search=||infográfi cos:-informações-completas>>. Acesso em 23.dez.2014.
- LIMA Jr. O. F. (1995). **Qualidade em serviços de transportes**: conceituação e procedimento para diagnóstico. Tese de doutorado, Edusp, São Paulo.
- LIMA, I. M. O.; FERRAZ, A. C. P. Produtividade com qualidade: um método para gestão do transporte urbano por ônibus. In: **Anais CONGRESSO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PESQUISA E ENSINO EM TRANSPORTES**, 9., São Carlos, SP, 1995. Anais..., vol. 2. Rio de Janeiro: Anpet, 1995.
- PARASURAMAN, A.; ZEITHAML, V. A. e BERRY, L. L. (1985). “A conceptual model of service quality and its implications for the future research”. **Journal of Marketing**, 49,fall: 41-50.
- PARASURAMAN, A.; ZEITHAML, V. A. e BERRY, L. L. (1988). “Servqual: a multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality”. **Journal of Retailing**, 64 (1): 12-40.
- PÉREZ, M. S.; ABAD, J. C. G.; CARRILLO, G. M. M; FERNÁNDEZ, R. S. Effects of service quality dimensions on behavioural purchase intentions: a study in public-sector transport. **Managing Service Quality**, vol. 17, n. 2, 2007, p. 134-151. Disponível em: <<http://www.emeraldinsight.com/doi/abs/10.1108/09604520710735164>>

Prefeitura de São Borja. **Transporte coletivo urbano de qualidade é fundamental para a melhoria da mobilidade urbana**. São Borja,.2014. Disponível em <http://www.saoborja.rs.gov.br/index.php?option=com_content&view=article&id=3277%3At transporte-coletivo-urbano-de-qualidade-e-fundamental-para-a-melhoria-da-mobilidade-urbana&catid=65&Itemid=1315> . Acesso em 23.dez.2014.

SALOMI, G. G. E.; MIGUEL, P. A. C.; ABACKERLI, A. J. Servqual x Servperf: comparação entre instrumentos para avaliação da qualidade de serviços internos. **Gestão & Produção**, v.12, n.2, p.279-293, mai.ago.2005.

SILVA, G. R. da; SANTOS, J. G. dos; AGUIAR, E. C.; SANTOS, J. G. Qualidade na Percepção dos Usuários de Ônibus: uma aplicação da escala Servqual em Caruaru-PE. **Revista Eletrônica Interdisciplinar em Negócios e Hospitalidade – REINH**. ANO I, Vol. 01, N. 1, Jaboatão dos Guararapes – PE, 2014.

SOARES, V. B.; CASTRO, D. C. de. **Ou Isto ou Aquilo? A Integração entre Pesquisa Qualitativa e Quantitativa em Estudos Organizacionais no Brasil**. VII Encontro de Estudos Organizacionais da ANPAD – EnEO 2012, Curitiba/PR, maio 2012.

ZEITHAML, V. A.; BITNER, M. J. **Marketing de Serviço: a empresa com foco no cliente**. 2. Ed. São Paulo: Bookman, 2003.

ZEITHAML, V.; BERRY, L.; PARASURAMAN, A. The nature and determinants of customer expectations of service. **Journal of the Academy of Marketing Science**, v. 21, n. 1, p. 1-12, 1993.