6. Conclusões e diretrizes para futuras pesquisas

6.1. Conclusões

O principal objetivo deste trabalho foi analisar a percepção dos clientes quanto ao serviço de transporte de cabotagem oferecido pela Docenave e confrontar esta percepção com a expectativa dos mesmos clientes sobre o que eles consideram como uma empresa padrão. Para isso foi desenvolvido um questionário com base na revisão bibliográfica e na “escala SERVQUAL”, que viabilizou a identificação das dimensões do serviço, e utilizado o “Modelo de *Gaps*” para identificar as lacunas existentes na prestação desse serviço.

Os resultados apresentaram a existência de lacunas em algumas dimensões que foram detalhadas no capítulo 5 desta dissertação. Na análise do GAP5 estas lacunas foram: Cumprimento dos prazos acordados, frete competitivo, disponibilidade de espaço nos navios, eficiente comunicação/informação sobre a carga, transferência eletrônica de dados e cuidados com o meio ambiente. Na análise do GAP1 foi identificada a possibilidade de mais investimentos nos atributos “Materiais corporativos com apelo visual positivo”, “Sistema de rastreamento de carga” e “plantão fora do horário comercial e nos finais de semana/feriados”. O atributo “Agilidade no tempo de resposta para os clientes” foi superestimado pela empresa nesta mesma análise.

De uma forma geral, os resultados obtidos confirmaram a potencialidade do Modelo de *Gaps* e da escala SERVQUAL utilizados neste trabalho como ferramenta adequada para a base de uma estruturação de modelo de medição da qualidade do serviço oferecido.

Só é possível alcançar a excelência na qualidade em serviços quando os atributos valorizados pelos clientes são conhecidos. A empresa pesquisada e outros prestadores de serviço de cabotagem podem utilizar esta ferramenta para medir as lacunas existentes na prestação do serviço e promover, assim, um maior grau de qualidade em serviços.

6.2. Diretrizes para futuras pesquisas

Esta dissertação tomou como base o modelo SERVQUAL que provou ser possível sua aplicação ao segmento de transporte de cabotagem. Contudo, sua aplicação gerou uma série de proposições, cujas validações serão deixadas como sugestões para futuras pesquisas.

A pesquisa foi feita a nível nacional e considerou os clientes de uma das principais empresas de navegação de cabotagem do país. Uma sugestão para futuras pesquisas é a replicação desta pesquisa a outros modais de transporte do mercado interno, como rodoviário, ferroviário e aéreo, bem como outras empresas prestadoras de serviço de cabotagem. Esta comparação seria de grande valia para determinar as diferenças entre percepções e expectativas dos clientes em cada modal de transporte analisado.

Outro ponto relevante é a abrangência de regiões geográficas pesquisadas. Levando-se em consideração este aspecto seria adequado identificar qual seria o resultado das medições desta pesquisa se as populações de percepções e expectativas fossem subdivididas da mesma forma.

Por fim, a diversidade de indústrias pesquisadas pode indicar uma diferença no resultado em função da natureza da indústria. Uma possibilidade para futuras pesquisas é segmentar o mercado para identificar o resultado das medições para cada tipo de indústria.