

Os atributos da qualidade no serviço de tele-entrega

O objetivo deste trabalho é estabelecer uma estrutura para a avaliação da qualidade dos serviços de tele-entrega. Para tanto, foi pesquisado, junto a literatura e usuários frequentes dos serviços de tele-entrega, os principais atributos que influenciam a qualidade percebida. A qualidade percebida é um elemento fundamental para as empresas que prestam esse serviço elaborarem suas estratégias de mercado e obter lucros no cenário de alta competitividade estabelecido no ramo da prestação de serviços.

A pesquisa desenvolvida permitiu construir uma lista de 25 atributos relevantes para o serviço de tele-entrega. Esses atributos foram organizados em cinco construtos, a saber: atendente, entrega, entregador, estratégia de negócio e produto. O construto atendente envolve atributos tais como cortesia, disposição, prontidão e agilidade do atendente. O construto entrega destaca o cumprimento do prazo, aparência do veículo, precisão e agilidade na entrega. O construto entregador envolve disposição em ajudar o cliente, conhecimento a respeito do produto/serviço, aparência do entregador entre outros. O construto estratégia de negócio, por sua vez, engloba atributos tais como horário amplo de entrega, região ampla de entrega, facilidade de pagamento, oferta de promoções e descontos e facilidade de acesso ao serviço (telefone, internet...). Por fim, o construto produto envolve atributos referentes à aparência da embalagem, além de disponibilidade e diversidade de produtos.

Após a identificação dos atributos relevantes, uma nova pesquisa de campo, junto a 50 usuários frequentes, permitiu avaliar a importância relativa dos mesmos. Os resultados gerados são úteis para auxiliar gestores interessados no controle e melhoria de serviços de tele entrega.