

ANÁLISE DAS DIMENSÕES DA QUALIDADE DO SERVIÇO NA UBER A PARTIR DA PERCEPÇÃO DOS SEUS USUÁRIOS

XXXVIII Encontro de Iniciação Científica

Luis Matheus Tavares Silva, Diego de Queiroz Machado

O objetivo do presente texto é analisar a percepção de qualidade dos usuários de Uber no que se refere às dimensões de confiabilidade, responsividade, segurança, empatia e tangibilidade. A metodologia utilizada para construção deste artigo foi a análise de dados qualitativos a partir dos comentários de usuários da Uber colhidos da plataforma digital Google Play. O modelo teórico SERVQUAL fundamentou a escolha pelas dimensões analisadas. A originalidade desta pesquisa reside justamente no emprego de uma abordagem qualitativa para análise das dimensões da qualidade em um serviço compartilhado, a partir da percepção dos usuários, segundo a perspectiva da SERVQUAL, já que ela é comumente utilizada a partir da perspectiva quantitativa, sendo aplicada nos mais diversos contextos de serviços. Os principais resultados encontrados são que todas as dimensões apresentam mais fatores que foram julgados como negativos do que positivos, sendo os mais críticos relativos as dimensões de responsividade, confiabilidade e segurança, respectivamente. Também se afere que é notória a variabilidade do serviço prestado pela Uber já que, ao se realizar o confronto entre os julgamentos, observa-se que alguns fatores são taxados tanto positivamente como negativamente. A partir dessa análise, um quadro foi confeccionado a partir da percepção dos usuários acerca de cada uma das dimensões. O presente trabalho se divide em: introdução, referencial teórico, metodologia, análise e discussão dos resultados e conclusão.

Palavras-chave: Dimensões da qualidade. Serviços compartilhados. Usuários. Uber.