

# **ESTUDO SOBRE SATISFAÇÃO DO CLIENTE INDUSTRIAL DE EMPRESAS FORNECEDORAS DE COMPONENTES TÉCNICOS NO ESTADO DO RIO DE JANEIRO E ESPÍRITO SANTO**

**Autor: PAULO DE CARVALHO MESQUITA**

**Banca examinadora:** Prof. Dr. Marco Aurélio Carino Bouzada ( presidente e orientador); Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup> Cecilia Lima de Queirós Mattoso ; Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup> Veranise Jacobowski Correia Dubeux (PUC-Rio)

## **RESUMO**

O processo de compras industriais é mais complexo que os processos de compras individuais, já que uma quantidade maior de aspectos compõe o processo como: a documentação envolvida, a assistência técnica e comercial, serviços agregados, prazos de entrega, desempenho do produto, condições comerciais, etc.. Os clientes podem dar importância diferente a cada aspecto e ainda podem estar menos ou mais satisfeitos em relação a cada um deles no julgamento acerca de um mesmo fornecedor. Este artigo traz à luz a opinião de diferentes funcionários em vários cargos e setores dentro de indústrias, que fazem parte do processo de compras industriais, através da aplicação de um questionário para verificar a importância e a satisfação em cada aspecto deste processo.

Um dos objetivos do trabalho foi descobrir quais são os aspectos mais importantes da satisfação na avaliação final dos clientes industriais da Parker atendidos via Distribuidores Autorizados e checar a adequação da satisfação em relação à importância dos diversos atributos relacionados aos processos de compras industriais. Para tal, para cada aspecto da compra industrial, foram construídas Matrizes de Slack, contrapondo satisfação e importância de cada aspecto, mas na forma de um “retângulo de confiança”. Os resultados mostraram que a situação mais preocupante diz respeito aos aspectos relacionados à Entrega, dentro do qual se destaca negativamente o cumprimento dos prazos de entrega, item que requer ação urgente por parte do fornecedor, na opinião dos clientes. O fornecedor encontra-se mais confortável nos aspectos relacionados à Documentação do processo de aquisição, considerados adequados no balanço entre satisfação e importância.

Um outro objetivo do trabalho foi verificar a adequação das questões incluídas no questionário genérico ao ambiente industrial e reagrupá-las em novos blocos de questões, criando fatores capazes de compor um modelo mais simplificado para futura reprodução prática da pesquisa. Buscou-se ainda checar se a importância declarada pelos clientes industriais para cada atributo que compõe o processo de compras reflete realmente a importância efetiva considerada na avaliação geral do fornecedor. Como resultados, obteve-se um novo agrupamento de questões em 7 fatores, não muito diferente do agrupamento original; e uma grande diferença entre a importância declarada e efetiva para os aspectos do processo de compra, especialmente no tocante a confiança e desempenho de produtos e soluções, atendimento dos pedidos e simpatia e relacionamento.

**Palavras-chave:** Marketing empresarial; Cliente industrial