

11º ENTEC – Encontro de Tecnologia: 16 de outubro a 30 de novembro de 2017

## LOGÍSTICA DE SERVIÇOS COM ÊNFASE NA SATISFAÇÃO DE CLIENTES: ESTUDO DE CASO NO RAMO DE MATERIAIS DE CONSTRUÇÃO

*Everton José Lopes de Souza*<sup>1</sup>; *Gabriel Lacerda Nogueira*<sup>2</sup>; *José Augusto Herdy Dias*<sup>3</sup>;  
*Tarcísio Mendel Almeida*<sup>4</sup>

<sup>1, 2, 3, 4</sup> Universidade do Estado de Minas Gerais – UEMG, unidade Carangola.  
evertonlopes3117@gmail.com; tarcisio.almeida@uemg.br

### Resumo

Manter-se no mercado cada vez mais competitivo, tornou-se um grande desafio para as organizações, tendo estas que buscar alternativas que as diferenciam dentre tantas possibilidades que estão acessíveis ao consumidor. Desta forma, a logística demonstra ser uma ferramenta importantíssima e indispensável para as atividades das organizações que procuram prezar pelo melhor atendimento a seu cliente, ao mesmo tempo em que visam aumentar sua lucratividade. Neste conceito, abordou-se a logística de serviço como a ferramenta capaz de movimentar produtos e matérias através da informação. O presente estudo buscou compreender a perspectiva que norteia o cliente no processo de compra e suas expectativas relacionadas ao sucesso de realizar um bom negócio, tendo em vista que muitos clientes podem frustrar em algum momento da negociação repercutindo negativamente na percepção da empresa. O artigo tem por objetivo avaliar e discutir as ferramentas e estratégias adotadas por gestores em empresas de pequeno porte, voltadas para os processos com foco na satisfação do cliente. O método utilizado para levantamento de dados foi a pesquisa qualitativa, descritiva exploratória. Os resultados da pesquisa foram satisfatórios, pois permitiu observar falhas no processo de logística, não apenas nos aspectos do transporte de material, mas também, nos serviços ofertados aos clientes, que poderão ser revisados e implementados de maneira que solucione os problemas da empresa de estudo e outras empresas do segmento que

apresentem similaridades nos problemas identificados.

**Palavras-chave:** logística empresarial. Gerenciamento da cadeia de suprimento. Organização logística. Logística de serviços.

### Abstract

Keeping in the market increasingly competitive, it has become a great challenge for organizations, which have to look for alternatives that differentiate them from the many possibilities that are accessible to the consumer. In this way, logistics proves to be a very important and indispensable tool for the activities of organizations that seek to care for the best service to their clients, while also aiming to increase their profitability. In this concept, service logistics was approached as the tool capable of moving products and materials through information. The present study sought to understand the perspective that guides the customer in the purchase process and their expectations related to the success of doing a good business, considering that many clients may frustrate at some point in the negotiation, negatively affecting the perception of the company. The article aims to evaluate and discuss the tools and strategies adopted by managers in small companies, focused on processes focused on customer satisfaction. The method used for data collection was qualitative, exploratory descriptive research. The results of the research were satisfactory, since it allowed to observe failures in the logistics process, not

## 11º ENTEC – Encontro de Tecnologia: 16 de outubro a 30 de novembro de 2017

only in the material transport aspects, but also in the services offered to the clients, which could be revised and implemented in a way that solves the problems of the study company and other companies of the segment that present similarities in the problems identified.

**Keywords:** Business logistics. Supply chain management. Logistics organization. Logistics services.

### 1 Introdução

A gestão de logística dentro de uma organização está rodeada de fatores e situações onde não se trata apenas de movimentar produto ou materiais, pois esta possui valores mensuráveis e relevantes que devem ser tratados com extremo cuidado pelo gestor, pois a imagem da organização reflete na expectativa empenhada pelo cliente ao adquirir um determinado produto/serviço. (MARTINS et al., 2011)

Na elaboração de estratégia competitiva de uma empresa, deve-se ressaltar a relevância de todo o processo logístico inserido na organização. Saber planejar e conduzir estes processos desencadeia um desafio para que o cliente não sofra frustrações inerentes por falhas durante os processos de execução da logística dentro da instituição.

Neste artigo, os processos de logística são analisados, não somente no aspecto do transporte de materiais, mas também nos processos de gestão de serviços, com o objetivo de avaliar e identificar falhas nos processos da logística de serviços e suas expectativas, buscando observar como estas, pode sofrer variação de acordo com as necessidades expostas sob o ponto de vista dos seus clientes a serem atendidos, e a forma como estes serão avaliados.

A metodologia adotada baseou-se em uma pesquisa qualitativa, descritiva exploratória para o levantamento de dados e literatura sobre a temática, com a técnica de estudo de caso utilizando o método de entrevista semi-estruturada. O ambiente estudado é uma

empresa do segmento de comércio varejista de material de construção.

Apresenta-se na seção um os conceitos sobre a logística e suas contribuições para as organizações, na seção seguinte a logística de serviços, seguidas de suas estratégias competitivas frente ao mercado, posteriormente, a metodologia adota, o estudo de caso com seus resultados e discussões e, por fim, as conclusões e as referências utilizadas neste constructo.

### 2 Materiais e Métodos

Utilizou-se como técnica o estudo de caso com aplicação de questionário para mensurar a satisfação dos clientes através dos serviços logísticos ofertados.

A pesquisa descritiva trata-se de uma análise abrangente que permite encontrar diferentes percepções sobre um determinado assunto, desta forma, a pesquisa deve ser rigorosamente planejada, definindo-se o método e técnica a ser utilizada durante a análise dos dados para que fenômenos ou variáveis possam ser perceptivas. (OLIVEIRA, 2008)

A pesquisa qualitativa busca analisar e interpretar dados por meio de uma reflexão de dados coletados que permite facilitar o entendimento do objeto pesquisado, bem como analisar a interação entre variáveis de estudo. (OLIVEIRA, 1999)

A pesquisa exploratória busca abordar uma visão global do fato e requer estudo embasado em levantamento de dados e conceitos bibliográficos, análise de documentos, observação de fenômenos e estudo de casos. (OLIVEIRA, 2008)

O estudo de caso busca investigar de forma experimental um fenômeno contemporâneo em meio ao seu contexto especialmente quando não apresentam transparência ou clareza para seus fins. Neste conceito, a logística pode oferecer definições e conceitos divergentes e/ou abrangentes em alguns aspectos, mas que convergem em condições de uma mesma finalidade em uma visão global. (YIN, 2001)

**11º ENTEC – Encontro de Tecnologia: 16 de outubro a 30 de novembro de 2017**
**3 Resultados**

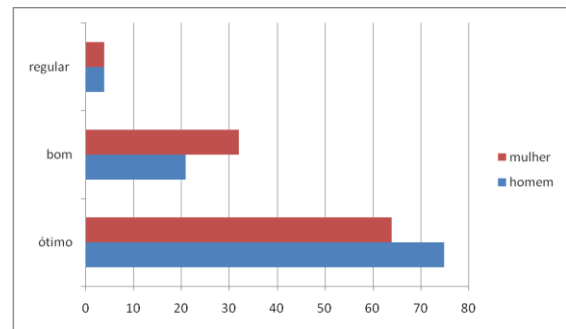
Os resultados obtidos no âmbito da pesquisa de campo se deram através de 30 questionários aplicados a clientes ativos e escolhidos aleatoriamente dentre a carteira de clientes da instituição. Dos pesquisados, 25 clientes eram do sexo masculino representando 83,33% e 05 do sexo feminino representando 16,66%, os quais apresentaram visões distintas quanto suas percepções relacionadas à empresa. A questão que classificava o perfil do cliente quanto sua faixa etária contida no questionário foi desconsiderada, tendo em vista que 50% dos entrevistados não quiseram responder-lá.

O questionário apresenta um total de 18 questões para identificar o perfil do cliente e os diversos aspectos da logística voltados à satisfação dos mesmos junto a empresa objeto do estudo. Após analisados, eles foram agrupados em 04 grupos para definir os níveis de satisfação dos clientes, nos seguintes aspectos:

1º Atendimento geral; 2º Preço; qualidade de produtos e serviços em comparação com os concorrentes; 3º Em relação ao suporte técnico, solução de problemas, e confiabilidade nas informações prestadas pela empresa; 4º No cumprimento dos prazos previstos, na rapidez do retorno de informações das cargas, no cuidado/eficiência no manuseio da carga, e na qualidade dos serviços prestados.

No primeiro momento, foram apontados os seguintes resultados para os clientes questionados quanto ao nível de atendimento geral oferecido pela empresa, abrangendo todas as abordagens realizadas até a finalização do processo de aquisição de um produto ou serviço. Percebe-se que o nível de satisfação em uma visão geral, encontra-se em valores satisfatórios, mas que podem ser trabalhados de maneira a melhorar os resultados da empresa, conforme as respostas apresentadas na Figura 1.

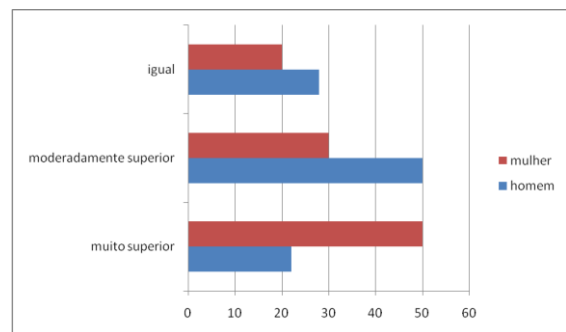
Figura 1: Nível de satisfação do cliente no atendimento geral.



Fonte: Questionário aplicado pelos autores (2017).

Um ponto notório nos resultados obtidos acerca da superioridade da qualidade dos produtos e serviços frente aos concorrentes notou-se que o fato de 50% das mulheres apresentarem esta percepção sobre o produto, demonstra os esforços dos gestores em buscar inovação através de produtos e serviços que satisfaçam as necessidades dos clientes, sem que fiquem brechas ou oportunidades para que em falta destes, recorram a concorrência. Figura 2.

Figura 2: Nível de satisfação dos clientes: Preço; qualidade de produtos e serviços em comparação com os concorrentes.



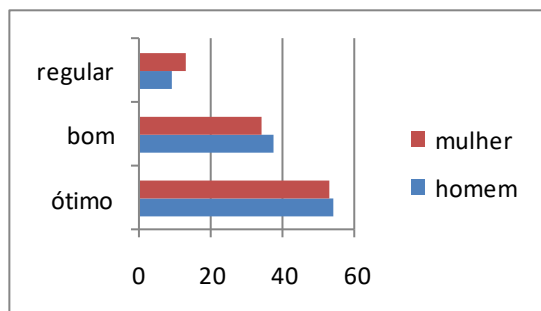
Fonte: Questionário aplicado pelos autores (2017).

Pode-se dizer que diante deste cenário para soluções de problemas, a empresa precisa aprimorar seus conhecimentos técnicos, melhorando o tempo de resposta aos problemas que acontecem rotineiramente e continuar capacitando os profissionais para que os clientes sejam bem atendidos e tenham

## 11º ENTEC – Encontro de Tecnologia: 16 de outubro a 30 de novembro de 2017

todas as suas dúvidas bem esclarecidas, Figura 3.

Figura 3: Nível de satisfação dos clientes: Em relação ao suporte técnico, solução de problemas, e confiabilidade nas informações prestadas pela empresa.

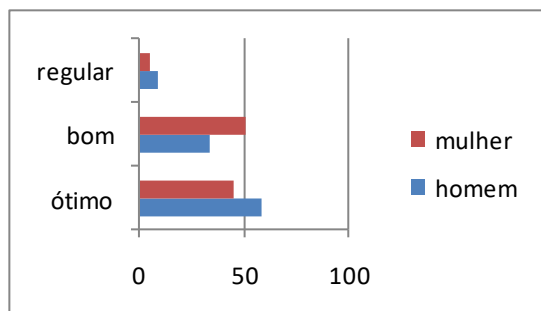


Fonte: Questionário aplicado pelos autores (2017).

Diante da visão do tempo de resposta aos clientes, pode-se observar que a empresa tem empenhado em manter seus prazos e o retorno de informações de cargas em conformidade, porém deve esforçar um pouco mais para elevar o índice para valores mais aceitáveis.

De modo geral, a qualidade dos serviços prestados tem grande destaque, pois o índice apresentado reflete positivamente nos resultados da empresa, fortalecendo e solidificando o crescimento proposto pelos empreendedores desta organização, Figura 4.

Figura 4: Nível de satisfação do cliente: no cumprimento dos prazos previstos, na rapidez do retorno de informações das cargas, no cuidado/eficiência no manuseio da carga, e na qualidade dos serviços prestados.



Fonte: Questionário aplicado pelos autores (2017).

Quando os entrevistados foram questionados se recomendariam a empresa

para seus amigos e parentes, em uma escala de 0 a 10, onde 0 (zero) refere-se “Nem um pouco provável” e 10 (dez) “Extremamente provável”, o valor médio obtido foi 9,5. Desta maneira, pode-se afirmar que a empresa tende a conquistar novos clientes através da indicação dos próprios já fidelizados.

20% dos entrevistados deram as seguintes sugestões:

- Melhorar no processo no acondicionamento e descarga de mercadorias;
- Dar mais atenção ao retorno das informações pedidas;
- Criar um programa de contato com o cliente (pós-venda);
- Criar mais ações como o feirão.

Em uma visão geral, de todos os fatores analisados através do estudo de caso, observou-se que a empresa, tem um ótimo relacionamento com os seus clientes, porém, existem determinados setores, como por exemplo, atendimento, gerencia, estoque, entrega, etc., que podem comprometer o bom andamento das atividades da empresa e necessitam ser ajustados para que os serviços aconteçam de forma dinâmica e eficiente, observando os objetivos propostos pela organização. Lembrando que é importante ressaltar que a empresa deve estar sempre em prontidão para atender os clientes, buscando identificar cada perfil e sua demanda em cada momento.

Os resultados alcançados foram satisfatórios e relevantes dentro das expectativas dos autores. Tendo em vista que a logística desempenha um papel primordial na satisfação dos clientes, observou-se diversos aspectos que podem ser trabalhados para contribuir com a empresa e seu reconhecimento no mercado, devendo ser observada as opiniões dos clientes tanto pelos gestores, como pelos seus colaboradores, de maneira que possam ser implementadas para maior eficiência e eficácia da organização frente ao mercado competitivo.

## 11º ENTEC – Encontro de Tecnologia: 16 de outubro a 30 de novembro de 2017

### 4 Discussão

No estudo realizado no âmbito da logística e satisfação do cliente, notou-se problemas recorrentes no ramo de material de construção entre outros setores que apresentam dificuldades para o desenvolvimento de suas atividades, comprometendo assim a relação cliente versus empresa.

Durante o processo e desenvolvimento do estudo de caso dentro da instituição, percebeu-se os esforços da organização para atender as demandas em logística de forma que satisfaça os clientes.

Desta forma, pode-se observar que elaborar estratégias no processo de logística diante dos desafios do mercado, torna-se uma ferramenta fundamental e relevante para toda organização que procura mostrar-se competitiva, pois desta maneira ela tende a potencializar seus lucros.

Neste sentido, a empresa estudada, apresentou pontos relevantes acerca do serviço oferecido como os níveis aceitáveis relacionados atendimento geral, a busca por inovação e produtos diferenciados frente aos concorrentes, assim como superioridade do nível de assistência técnica prestada.

Pode-se identificar também pontos negativos, como a demora no tempo de retorno de informações aos clientes, e a falta de um sistema de pós-venda.

Diante do exposto, com o trabalho alcançou-se resultados satisfatórios e relevantes, que após analisados e interpretados, pode-se contribuir para a empresa como uma ferramenta aplicável e necessária para a evolução da empresa para evoluir e estreitar o relacionamento do cliente junto à empresa.

### 5 Conclusão

O desenvolvimento do presente estudo possibilitou uma análise de como a gestão de logística dentro de uma organização está rodeada de fatores e situações onde não se trata apenas de movimentar produtos ou materiais, possui, além disso, valores

mensuráveis e relevantes que devem ser tratados com extremo cuidado pelo gestor, pois a imagem da organização reflete na expectativa empenhada pelo cliente ao adquirir um determinado produto/serviço.

Desta forma, pode-se concluir que o produto ou serviço só terá alguma utilidade quando estiver de posse do cliente, e todo o processo será satisfatório para as partes quando o cliente estiver sobre a posse do produto. Através disso, é importante buscar conhecer a necessidade do cliente, e o papel da empresa como meio de atender e realizar as expectativas dos mesmos.

Sugere-se novas pesquisas no que se refere logística de serviço e seus processos, para que novos conceitos acerca do assunto possam ser levantadas e discutidas para um maior aprimoramento destes.

### Referências

MARTINS, Ricardo Silveira et al. **Gestão do Transporte Orientada para os Clientes: Nível de Serviço Desejado e Percebido**. Rac, Curitiba, v. 6, n. 15, p.1101-1118, nov. 2011. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/rac/v15n6/08.pdf>>. Acesso em: 11 maio 2017.

OLIVEIRA, Maria Marly de, 1933- **Como fazer projetos, relatórios, monografias, dissertações e teses** / Maria Marly de Oliveira. 4. ed. – Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

OLIVEIRA, Sílvio Luiz de. **Tratado de metodologia científica: projetos de pesquisas, TGI, TCC, Monografias, Dissertações e Teses**. 2. Ed. São Paulo: Pioneira, 1999.

YIN, Robert K. **Estudo de Caso Planejamento e Métodos**. 3 ed. Porto Alegre: Bookman, 2005. 212 p.