



O NÍVEL DE SATISFAÇÃO DOS CLIENTES E OS INDICADORES DE DESEMPENHO

Danieli Cristine Milan Ianke¹
Mayara Cristina Ghedini da Silva²

Resumo: Neste trabalho será abordado o ponto chave da cadeia de suprimentos que é a satisfação do cliente. Com base em determinado indicador teremos um nível de serviço adequado ao cliente. Através da análise das amostras a prática dos indicadores de desempenho notamos que sua aplicação demonstra um quadro real de atendimento e aponta falhas do processo que notoriamente são cruciais a competitividade do mercado.

Palavras-chave: Cliente. Indicadores de desempenho. Avaliação.

Introdução

O cliente é o principal foco da gestão da cadeia de suprimentos e entender suas necessidades, verificar sua satisfação e suprir a qualidade dos serviços é primordial ao bom andamento das atividades operacionais e crescimento organizacional. "Conhecer seus clientes é uma importante competência para atuar segundo o foco deles e, conseqüentemente, bem atendê-lo (BENTES, 2011, p.31).

Para logística, o cliente está presente em todo processo da cadeia de suprimentos e exigem que o gerenciamento seja considerado em âmbito global da operação coordenando de maneira eficaz todos os recursos necessários, informações, estoque, financeiro, e para que o êxito seja alcançado avaliar o processo e mensurar dados é relevante para garantir a integração e controle das atividades logísticas.

Como a avaliação da satisfação do cliente pode contribuir para melhoria dos processos da empresa? Avaliar está associado à melhoria, e a melhoria dos processos continuamente é exigência do cliente. "O papel do gerenciamento logístico é planejar e coordenar todas as atividades necessárias para alcançar níveis de serviços e qualidade ao custo mais baixo possível, visando satisfazer necessidade dos clientes" (FILHO, 2012, p. 40)

Há diversos indicadores para verificar o valor do cliente podemos citar: avaliação da satisfação do cliente, nível de serviço e os indicadores de desempenho da cadeia de suprimentos.

A satisfação do cliente é mensurada para visualização do desempenho dos setores da empresa sendo possível avaliar individualmente cada departamento, contribui para que as falhas do processo sejam rebatidas com aperfeiçoamento específico além de possibilitar o *feedback* de produtos/serviços ofertados. "As métricas

¹ Tecnologia em Logística, graduação, Faculdade Sant'Ana, danieli_milan@yahoo.com.br.

² Tecnologia em Logística, mestra, Faculdade Sant'Ana, profghedini.logistica@gmail.com

da satisfação/qualidade ao consumidor mensuram a habilidade da empresa em prover satisfação total ao consumidor” (FILHO, 2012, p. 73).

Contudo a pesquisa de satisfação pode oferecer uma idéia distorcida da realidade do produto/serviço, uma vez que é geralmente aplicada em pontos de venda, então a pesquisa não fornece garantia sobre a fidelização desse cliente, não leva em consideração se o cliente retornou para compra do produto/serviço novamente. “Uma análise dos padrões de segunda compra do cliente, feita com uma base de dados internos possibilita uma idéia da fidelidade do cliente” (LEVI, KAMINSKY, LEVI, 2010 p. 447).

O nível de serviço está ligado aos custos da empresa, a qualidade do serviço e fidelização dos clientes, nesse contexto todos os resultados estão voltados para esses esforços de maneira a atingir o objetivo da operação com eficiência. "O nível de serviço logístico é fator chave do conjunto de valores logísticos que as empresas oferecem a seus clientes para assegurar sua fidelidade" (BALLOU, 1993, p.73).

Os indicadores de desempenho logísticos possibilitam a análise do processo envolvendo também os fornecedores o que sugere algo mais crítico dos modelos já demonstrados. Existe um modelo de referência criado pelo Conselho para Cadeia de Suprimentos, e o primeiro modelo foi o SCOR. “Utiliza um modelo de referência métrica para o processo que inclui a análise do estado atual dos processos e metas de uma empresa, a quantificação do desempenho operacional e a comparação com dados de referência” (LEVI, KAMINSKY, LEVI, 2010 p. 447).

Os indicadores de desempenho da empresa são calculados e verificados com um padrão de referência, dessa forma, a empresa verifica seu grau de assertividade e também as deficiências dos processos para melhoria. Para essa pesquisa o foco é demonstrar como funcionam os indicadores de desempenho logísticos internos voltados à análise do que afeta o atendimento ao cliente. Os indicadores de desempenho são uma das maneiras de controle do atendimento e qualidade dos serviços prestados, porém a conscientização das empresas em monitorar os processos permite também que consigam atender o cliente e suas necessidades de forma mais eficiente.

Objetivos

Demonstrar o nível de satisfação dos clientes utilizando como ferramenta de análise os indicadores de desempenho.

Metodologia

A pesquisa é de natureza aplicada. "Procura produzir conhecimentos para aplicação prática dirigidos à solução de problemas específicos".(Prodanov, Cleber Cristiano, p.126). Método exploratório. "Visa a proporcionar maior familiaridade com o problema, tornando-o explícito ou construindo hipóteses sobre ele."(Prodanov, Cleber Cristiano, p.127).

Abordagem quantitativa. "Requer o uso de recursos e técnicas de estatística, procurando traduzir em números os conhecimentos gerados pelo pesquisador."(Prodanov, Cleber Cristiano. p.127). Pesquisa descritiva. "Expõe as características de uma determinada população ou fenômeno, demandando técnicas padronizadas de coleta de dados."

A coleta de dados foi realizada em uma empresa com atuação em transporte de veículos, com foco em guincho de veículos entre cidades, localizada em Ponta

Grossa. Na primeira quinzena do mês de março do corrente ano e as amostras totalizaram 60 entregas verificadas, os resultados foram mensurados através de fórmulas e demonstrados em tabela com valores finais.

Resultados/Resultados parciais e discussão

A empresa atende clientes de Ponta Grossa e região no transporte de veículos, com uso de guincho. O pedido é atendido conforme carga consolidada, dessa forma eles fecham um pedido mínimo para então acertar com o cliente entregas e prazos.

Nessa pesquisa priorizamos os indicadores que demonstram o índice de satisfação do cliente e com base na realidade da empresa pesquisada foram aplicados os indicadores que possibilitaram a análise do processo de forma global.

O pedido perfeito visa demonstrar a taxa de pedidos sem erros considerando todo tempo de vida do pedido, ou seja, as etapas do pedido devem ser perfeitamente executadas. Na Tabela 1 percebe-se que na empresa analisada o desempenho não é considerado baixo, porém ainda necessita que haja melhorias no processo para que o número seja mais próximo de cem, o valor de referência desse quesito.

Demonstramos através da tabela 1 a análise da compilação dos resultados obtidos da amostra.

INDICADOR DE DESEMPENHO	CÁLCULO	RESULTADO OBTIDO	MELHORES PRÁTICAS
PEDIDO PERFEITO	% Acuracidade no Registro do Pedido x % Acuracidade na Separação x % Entregas no Prazo x % Entregas sem Danos x % Pedidos Faturados Corretamente	0,45	Não existe uma estimativa, mas o quanto mais próximo de 100 melhor e quanto mais perto de zero pior. Resultado mediano
Entregas no Prazo ou On Time Delivery	Entregas no prazo /Total de Entregas Realizadas *100	63,33333333	Variam de 95% a 98%
Taxa de Atendimento do Pedido ou Order Fill Rate	Pedidos integralmente atendidos / Total de Pedidos Expedidos *100	71,66666667	99,50%
Tempo de Ciclo do Pedido ou Order Cycle Time	Data da Entrega menos a Data da Realização do Pedido	81,66% dos ciclos de pedidos ocorreram em até 24h	Menos de 24 horas para localidades mais próximas ou até um limite de 350km

Tabela 1. Compilação dos dados obtidos da amostra.

As entregas no prazo são a análise das entregas realizadas no prazo acordado com o cliente, o resultado obtido é bem inferior ao esperado. Na tabela 1 também demonstramos que a empresa precisa verificar as variáveis do processo que estão afetando diretamente a entrega dos pedidos no tempo. Um exemplo, o problema pode ser causado por erros de roteirização.

A taxa de atendimento do pedido verifica os pedidos atendidos conforme especificações solicitadas pelo cliente. Esse quesito pode abranger local de entrega e no caso da empresa analisada o tempo e o local podem comprometer o desempenho desse indicador. Consideramos para pedidos atendidos apenas os que não tiveram reclamações, ou seja, o cliente considerou satisfatório.

O tempo de ciclo do pedido é a mensuração do tempo entre a solicitação do pedido até a entrega. Em comparativo com os demais desempenhos foi o que obteve

o melhor valor considerando a coluna de melhores praticas. A empresa analisada realiza atendimento de região e não somente entregas na cidade, porem percebemos que as cidades atendidas na sua maioria estão no perímetro de ate 350km de distancia, outra questão é que a cidade de entrega geralmente não é em Ponta Grossa. Há vários trajetos verificados, por exemplo, de Telêmaco Borba para Curitiba.

Considerações finais

A empresa objeto desse estudo possui vários pontos a serem melhorados em relação ao atendimento ao cliente, percebemos através da análise das amostras a pratica dos indicadores de desempenho e notamos que sua aplicação demonstra um quadro real de atendimento e aponta falhas do processo que notoriamente são cruciais a competitividade do mercado. O estudo pode ser continuado para apontar melhorias aos processos.

Referências

LEVI, David Simchi. KAMINSKY, Philip. LEVI, Edith Simchi. **Cadeia de suprimentos: projetos e gestão**. 3. Porto Alegre: Bookmann, 2010.

FILHO, Edevelvino Razzolini. **Logística: evolução na administração – desempenho e flexibilidade**. 1. Ed. 4 reimpr. Curitiba: Juruá, 2012.

BALLOU, Ronald H. **Logística empresarial – transportes, administração de materiais e distribuição física**. 1. Ed. 26 reimpr. São Paulo: Atlas, 1993

BENTES, Otavio. **Curso de atendimento ao cliente**. Curitiba: IESDE Brasil S/A, 2011.

PRODANOV, Cleber Cristiano. **Metodologia do trabalho científico [recurso eletrônico] : métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico** / Cleber Cristiano Prodanov, Ernani Cesar de Freitas. – 2. ed. – Novo Hamburgo: Feevale, 2013.