



Decisão de compra: Fatores que influenciam o comprador de equipamentos de proteção individual dos clientes do segmento industrial da empresa Roan

Cristian Szupczynski
Universidade La Salle

Cristiele Magalhães Ribeiro (Orientadora)

Tipo do trabalho

Comunicação oral e Pôster

Tema

Ciência Socialmente Aplicada - Gestão e Negócios

Palavras-chave

Tomada de decisão, equipamentos de proteção individual, compra organizacional, comportamento do cliente, empresa familiar.

OBJETIVO

Essa pesquisa tem como objetivo geral compreender os fatores de decisão que influenciam os clientes do segmento industrial da empresa ROAN na compra de equipamentos de proteção individual e tem como objetivos específicos: (a) identificar quais são os motivadores da escolha da empresa para aquisição dos equipamentos de proteção individual; (b) conhecer a percepção de valor dos compradores do segmento industrial em relação aos produtos; (c) entender a percepção do que é considerado vantagem competitiva no mercado de equipamentos de proteção individual.

MATERIAL

Esse artigo divide-se em três seções, além desta introdução e das considerações finais. A primeira seção apresenta o referencial teórico sobre o comportamento do cliente, abordando temas como: tomada de decisão na compra organizacional, B2B, percepção de valor, vantagem competitiva e empresa familiar. A próxima seção apresenta a metodologia desta pesquisa e a terceira e última seção apresenta a análise de dados, bem como os resultados desta pesquisa.

METODOLOGIA

A abordagem da presente pesquisa é qualitativa, pretende analisar os fatores de decisão que os clientes utilizam para, assim, justificar as suas escolhas e descrever os motivos que os fazem chegar nela. Para Malhotra (2012), a pesquisa qualitativa é baseada em pequenas amostras e visa buscar a compreensão do contexto do problema em pauta, utilizando-se de uma técnica de pesquisa não-estruturada. A pesquisa analisou e descreveu o fenômeno em sua forma complexa através de entrevistas em profundidade com os representantes de compra dos clientes do segmento industrial que utilizam frequentemente os EPIs. Uma entrevista em profundidade é uma interação entre um entrevistador e um único participante, geralmente leva entre 20 minutos



e 2 horas, dependendo das questões ou tópicos de interesse e do método de contato usado. Os participantes costumam compartilhar suas ideias e percepções nas entrevistas sobre o tema abordado (COOPER; SCHINDLER, 2016). A pesquisa é exploratória, pois mostra o tema de forma clara e explícita, proporcionando uma maior familiaridade com o mesmo, além de possibilitar a construção de hipóteses (GIL, 2002). Conforme Gil (2002), pode-se dizer que estas pesquisas têm como objetivo principal o aprimoramento de ideias ou a descoberta de intuições. Seu planejamento é bastante flexível de modo que possibilite a consideração dos mais variados aspectos relativos ao fato estudado. Foi realizada uma pesquisa bibliográfica, relacionando a teoria, disponível em artigos e livros, com a prática, por meio de entrevistas realizadas com os compradores da área. «A pesquisa bibliográfica é desenvolvida com base em material já elaborado, constituído principalmente de livros e artigos científicos» (GIL, 2002, p. 44). Ela forneceu o embasamento do trabalho. Também foram realizadas doze entrevistas em profundidade com compradores responsáveis (um por empresa), clientes do segmento industrial da empresa ROAN, cujas empresas estão situadas nas cidades de Cachoeirinha, Canoas, Gravataí, Guaíba, Nova Santa Rita, Porto Alegre e Sapucaia do Sul, sendo que, para tal, foi solicitada autorização prévia ao gestor da área em que atua cada um dos entrevistados.

RESULTADOS

De acordo com Gerhardt e Silveira (2009), a análise tem como objetivo organizar os dados de forma que seja possível o fornecimento de respostas para o problema proposto. Nesta parte da pesquisa serão discutidos os resultados obtidos por meio da realização das doze entrevistas em profundidade realizadas com os compradores de EPIs e, também, com os técnicos de segurança do trabalho das organizações de diversos segmentos, maioria do ramo metalúrgico e de linha automotiva. A frequência média de compra dos EPIs varia entre compras semanais e mensais, a maioria dos entrevistados compra semanalmente devido ao grande porte e consumo das indústrias enquanto outros têm como costume comprar mensalmente conforme a necessidade por ser indústrias de pequeno porte com baixo consumo e há, também, as realizações de compras quinzenais referindo-se a indústrias de médio porte. Também foi possível conhecer a média de gastos estipulados pelos compradores entrevistados, que se baseia por volta de R\$ 18.000 mensais, informação esta que demonstra considerável no mercado de EPIs a ser explorado dentro das indústrias. Para definir os motivadores da escolha do fornecedor foram realizadas perguntas que se alinhassem ao objetivo proposto, uma delas foi sobre os fatores mais importantes na escolha do fornecedor de EPI. Conforme a coleta, os resultados demonstram dois fatores predominantes para essa escolha, que são a entrega e o preço. Além desses fatores, também pode-se destacar, apesar de menos citados, a qualidade, a confiabilidade e o comprometimento. Esses achados corroboram com a afirmação de Kotler e Pfoertsch (2008, p. 43), que diz que «[...]o comprador tenderia a tomar sempre a decisão mais racional, de menor custo e maior lucratividade, verdadeiro, porém até certo ponto[...]». Os entrevistados destacaram a preocupação com o primeiro fator, sendo ele considerado crucial para as suas empresas. Outro fator considerável para a entrega é a localização do fornecedor para a



distribuição do material, momentos de urgência levam os clientes a buscarem locais próximos em que podem achar o seu produto. Conforme Kotler (2005), todos esses quesitos cumpridos pelo fornecedor de EPIs levam o cliente a um alto nível de satisfação ou encantamento, criando um vínculo emocional com a marca e a empresa, e não apenas uma preferência racional. Os entrevistados foram questionados sobre qual a opção que consideram mais adequada: se um contrato de longo prazo com programação mensal e com preços pré-definidos ou se produtos a pronta entrega sem a necessidade de contrato. A maioria opta por um contrato e isso, segundo os entrevistados, deve-se ao fato de o fornecedor preparar o seu estoque de acordo com a demanda do cliente. A maioria deles está atenta se a empresa de EPIs pode atender o seu contrato. Aqueles que responderam que preferem não possuir contrato, em sua maioria, comentaram a respeito de deixar livre tanto o fornecedor como o cliente, alegando a alta competitividade que o mercado impõe. Os fornecedores precisam estar preparados, visando modernizar-se sobre o mercado de EPIs. Com isso, foi perguntado sobre a chegada das novas tecnologias e serviços, o que poderia se esperar dos fornecedores de EPI em um futuro próximo. A maioria deles respondeu que espera que os seus fornecedores estejam atualizando-se constantemente sobre novos produtos para, assim, apresentar as tendências aos seus clientes. Segundo Hutt e Speh (2002), a forma pela qual os produtos e serviços são comprados depende de fatores como a natureza do negócio, o tamanho da empresa e o volume, a variedade e a complexibilidade técnica dos mesmos. Ou seja, a imagem que a empresa passa para o cliente pode definir a confiança que este adquire com ela e seus respectivos vendedores ao receber as informações dos produtos e manter-se atualizado com as novidades sobre o mercado de EPIs.

CONCLUSÃO

Este estudo teve como objetivo principal compreender os fatores de decisão que influenciam os clientes do segmento industrial da empresa ROAN na compra de equipamentos de proteção individual e, para tal, foram identificados os motivadores da escolha da empresa para aquisição dos equipamentos de proteção individual, identificada a percepção de valor dos compradores do segmento industrial em relação aos produtos e compreendida a percepção do que é considerado vantagem competitiva no mercado de equipamentos de proteção individual. Todos estes objetivos foram alcançados com êxito. Com os resultados da pesquisa, pode-se observar que os fatores de decisão que mais influenciam os clientes do segmento industrial da empresa ROAN na compra de EPIs são, respectivamente, os seguintes: o prazo de entrega, o preço, a qualidade dos produtos ofertados, a confiabilidade do fornecedor, o comprometimento do mesmo e, por último, a localização. Também foram identificados outros fatores, a exemplo dos contratos de longo prazo para a aquisição dos EPIs. Observou-se também que a maioria dos compradores adquire luvas de banho nitrílico para as suas empresas e que este, conseqüentemente, é o produto com maior custo adquirido pelos mesmos, o segundo item mais comprado são as máscaras para pintura e seus respectivos cartuchos. Os clientes preferem pagar mais por um equipamento de qualidade e de boa durabilidade, sendo que as escolhas dos EPIs variam de acordo com os testes realizados para a aprovação nos produtos que possuem CA,



seguido pela qualidade do equipamento e preço. Podemos afirmar com a pesquisa que a maioria dos compradores acredita que o entendimento dos fatores de decisão destacados por eles pode ajudar os fornecedores de EPIs a interpretar os seus clientes e, desta forma, agregarem conhecimento para os vendedores, o que promoverá um melhor atendimento e um melhor discernindo sobre o que as empresas necessitam, resultando em uma prestação de serviços de qualidade. Em relação ao questionamento da entrada das novas tecnologias e serviços, o que os compradores esperam dos fornecedores de EPI em um futuro próximo, foi comentado nas respostas sobre a possibilidade de criação de uma nova máquina de EPIs, onde os produtos sejam armazenados e o colaborador possa pegar o seu equipamento com o registro do cartão de matrícula. Também foi apontado sobre a necessidade de o fornecedor estar atualizado acerca das tendências do mercado de EPIs para, desta forma, também informar o cliente. Esta pesquisa é relevante academicamente ao preencher parte da lacuna sobre o tema, tendo em vista os poucos estudos realizados até o momento. Ela agrega conhecimento para as empresas no âmbito de treinamentos para vendedores e de possibilidades de abertura de mercados voltados para este segmento. A importância da localização e do prazo de entrega apontados pelos respondentes demonstra um indicativo de estudo de viabilidade para a abertura de centros de distribuição de fornecimento de EPIs próximos a polos industriais para, assim, melhor atender os seus clientes. A pesquisa contribui para a compreensão do comércio varejista de EPIs, agregando conhecimento no âmbito de treinamentos para vendedores, de abertura de novos mercados e centros de distribuição neste segmento. A pesquisa atendeu seus objetivos dentro do tempo esperado, no entanto, caso o prazo para a busca de resultados fosse maior, seria possível abranger ainda mais entrevistados que atuam em outras indústrias, obtendo, assim, uma pesquisa mais completa sobre os clientes deste segmento industrial. A autorização das empresas para a realização das entrevistas foi um dos obstáculos encontrados, com isso, uma possível flexibilização das mesmas poderia ter contribuído na apresentação de resultados ainda mais relevantes. Para pesquisas futuras, sugere-se o estudo sobre a inserção da máquina de EPIs dentro das indústrias e os possíveis impactos no mercado de equipamentos de proteção individual. Uma pesquisa focada nesse