



## **RELACIONAMENTO COM STAKEHOLDERS: Estudo em um laboratório na área de saúde humana**

José Edson Lara

Doutor em Ciências Econômicas e Empresariais - Universitat Autònoma de Barcelona

Professor do Mestrado Profissional em Administração da FPL

[jedson.lara@hotmail.com](mailto:jedson.lara@hotmail.com)

Vanessa Duguet Arruda

MS. em Administração, pela Fundação Pedro Leopoldo

Gerente do Laboratório São Lucas

[duguet@bol.com.br](mailto:duguet@bol.com.br)

### **Resumo**

Muitas são as adversidades enfrentadas pelos laboratórios de análises clínicas, que, para se manterem competitivos e garantir sua sustentabilidade no mercado, adotam estratégias para fidelizar seus clientes. Esta pesquisa de metodologia descritiva-causal, com abordagens qualitativa e quantitativa, foi realizada para analisar, a partir de um modelo específico de relacionamento com *stakeholders*, as relações que o Laboratório São Lucas, da cidade de Vespasiano-MG, mantém com seus parceiros mais próximos e como contribuem para a fidelização de seus clientes. O modelo tem como determinante central a fidelização, considerada como o grande desafio das organizações de saúde. Os demais construtos deste modelo são: conhecimento, qualidade, atendimento humanizado, precisão dos exames, treinamento, confiabilidade, oferta de serviços, preço, imagem, relações sociais e comprometimento. Com base no modelo aplicado, observou-se um bom nível de correlação entre os construtos, em que atendimento humanizado e qualidade se mostraram bastante significativos e correlacionados com a fidelização, enquanto o construto preço se correlacionou fracamente. Os resultados confirmam a existência de uma boa relação entre o laboratório pesquisado e seus *stakeholders*, comprovando que o modelo proposto mostra-se viável para os propósitos da pesquisa. A qualidade dos exames e o atendimento humanizado favorecem a fidelização dos *stakeholders* desta organização de saúde.

### **ABSTRACT**

Many are the adversities faced by clinical laboratories, that, to stay competitive and ensure their sustainability in the market adopt strategies to build customer loyalty. This causal descriptive methodology research with qualitative and quantitative approaches

was carried out to analyze, from a specific model of relationship with stakeholders, relations that São Lucas Laboratory, in the city of Vespasiano-MG, has with its closest partners and how they determine the loyalty of its customers. The model has loyalty as its central determinant, which is considered as the major challenge of health care organizations. The other constructs of this model are: knowledge, quality, humane care, precision in clinical laboratory data, training, reliability, service delivery, price, image, social relations and commitment. Based on the model applied, there was a good level of correlation between the constructs in which humane service and quality proved quite significant and correlated with customer loyalty, while the price construct correlated weakly. The results confirm the existence of a good relationship between there searched lab and its stakeholders, proving that the proposed models shown to be feasible for the research purposes. The quality of tests and humane care favor the loyalty of stakeholders of this healthcare organization.