

A IMPORTÂNCIA DA QUALIDADE DOS PRODUTOS PARA MANTER A COMPETITIVIDADE DAS ORGANIZAÇÕES

ROMUALDO DA SILVA, Paulo.

Discente da Faculdade de Ciências Jurídicas e Gerenciais de Garça/ACEG

E-mail: paulo_romualdo@itelefonica.com.br

JOSÉ BARBOSA, Reginaldo.

Docente da Faculdade de Ciências Jurídicas e Gerenciais/ACEG.

E-mail: reginaldoj3@hotmail.com

MICHEL, Murillo

Docente do Curso de Administração da Faculdade de Ciências Jurídicas e Gerenciais

murillo@faef.br

RESUMO

A IMPORTÂNCIA DA QUALIDADE DOS PRODUTOS PARA MANTER A COMPETITIVIDADE DAS ORGANIZAÇÕES.

Este trabalho visa mostrar as vantagens em que uma empresa tem ao investir na qualidade de seus produtos este conceito tão indispensável nos dias atuais onde a globalização faz com que o mercado torne-se cada vez mais competitivo.

Palavras-chave

Qualidade, vantagem, competitividade.

Abstract

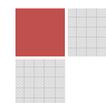
THE IMPORTANCE OF THE QUALITY OF THE PRODUCTS TO MAINTAIN THE COMPETITIVENESS OF THE ORGANIZATIONS.

This work seeks to show the advantages in that a company has when investing in the quality of its products this such indispensable concept in the current days where the globalization does with that the market becomes more and more competitive.

Keywords: Quality, Advantage, Competitiveness.

1. INTRODUÇÃO

A importância da qualidade em qualquer ramo de atividade não pode ser apenas vista como um diferencial, mas sim como uma das únicas formas de manter-se competitivo buscando a cada dia novas maneiras de melhorias na cadeia



produtiva buscando a satisfação do cliente, conseqüentemente um aumento nas vendas e receitas da organização. Diante de um mundo globalizado onde as barreiras sócio-econômicas estão diminuindo, cada vez mais os clientes estão buscando produtos e serviços com qualidade e as empresas têm que se adequar a este cenário eliminando atividades que não agregam valor, oferecendo produtos com qualidade e valor reduzido.

2. QUALIDADE

No panorama histórico nos primórdios da civilização cada ser humano provia das suas próprias necessidades com bens adequados a seu interesse e forma de acesso, os melhores caçadores garantiam o melhor alimento, os melhores artesãos tinham os melhores artigos e assim sucessivamente cada um em sua determinada área.

Com a expansão das organizações comunitárias houve então o início da divisão do trabalho por especializações, artesãos então começaram a produzir por encomenda então os produtores e criadores então as necessidades e os desejos da comunidade.

Com o início da produção em massa artesãos começaram a ser substituído por mão de obra especializada para atingir as pessoas mais distantes e desconhecidas com seus produtos.

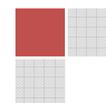
No princípio os interesses e as necessidades dos produtores estavam em primeiro plano e praticamente eles impunha o que o consumidor tinha que comprar da forma que ele produzia.

O renascimento viria com o crescimento agressivo da competição entre os produtores forçando o retorno as origens que e buscar nas necessidades e desejos do consumidor a inspiração para o desenvolvimento de seus negócios.

Segundo Miranda o conceito básico de qualidade è a ausência de defeitos e adequação ao uso. (Miranda 1994).

A preocupação com a qualidade de bens e serviços não é recente.

Os consumidores sempre tiveram o cuidado de inspecionar os bens e serviços que recebiam em uma relação de troca. Essa preocupação caracterizou a



chamada era da inspeção, que se voltava para o produto acabado, não produzindo assim qualidade, apenas encontrando produtos defeituosos na razão direta da intensidade da inspeção.

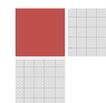
3. GESTÃO DA QUALIDADE: EVOLUÇÃO

A preocupação com a gestão da qualidade, que trouxe uma nova filosofia gerencial com base no desenvolvimento e na aplicação de conceitos, métodos e técnicas adequados a uma nova realidade. A gestão da qualidade total, como ficou conhecida essa nova filosofia gerencial, marcou o deslocamento da análise do produto ou serviço para a concepção de um sistema da qualidade. A qualidade deixou de ser um aspecto do produto e responsabilidade apenas de departamento específico, e passaram a ser um problema da empresa, abrangendo, como tal, todos os aspectos de sua operação.

4. A EVOLUÇÃO DO CONCEITO DE GESTÃO DA QUALIDADE, CONCEITOS.

A preocupação com a qualidade, no sentido mais amplo da palavra, começou com W.A. Shewhart, estatístico norte-americano que, já na década de 20, tinha um grande questionamento com a qualidade e com a variabilidade encontrada na produção de bens e serviços. Shewhart desenvolveu um sistema de mensuração dessas variabilidades que ficou conhecido como Controle Estatístico de Processo (CEP). Criou também o Ciclo PDCA (Plan, Do, Check e Action), método essencial da gestão da qualidade, que ficou conhecido como Ciclo Deming da Qualidade.

Logo após a Segunda Guerra Mundial, o Japão se apresenta ao mundo literalmente destruído e precisando iniciar seu processo de reconstrução. W.E. Deming foi convidado pela Japanese Union of Scientists and Engineers (JUSE) para proferir palestras e treinarem empresários e industriais sobre controle estatístico de processo e sobre gestão da qualidade. O Japão inicia, então, sua revolução gerencial silenciosa, que se contrapõe, em estilo, mas ocorre paralelamente, à revolução tecnológica “barulhenta” do Ocidente e chega a se confundir com uma



revolução cultural. Essa mudança silenciosa de postura gerencial proporcionou ao Japão o sucesso de que desfruta até hoje como potência mundial.

O período pós-guerra trouxe ainda dimensões novas ao planejamento das empresas. Em virtude da incompatibilidade entre seus produtos e as necessidades do mercado, passaram a adotar um planejamento estratégico, porque caracterizava uma preocupação com o ambiente externo às empresas.

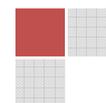
A crise dos anos 70 trouxe à tona a importância da disseminação de informações. Variáveis informacionais, sócio-culturais e políticas passaram a ser fundamentais e começaram a determinar uma mudança no estilo gerencial. Na década de 80, o planejamento estratégico se consolida como condição necessária, mas não suficiente se não estiver atrelado às novas técnicas de gestão estratégica.

A gestão estratégica considera como fundamentais as variáveis técnicas, econômicas, informacionais, sociais, psicológicas e políticas que formam um sistema de caracterização técnica, política e cultural das empresas. Tem também, como seu interesse básico, o impacto estratégico da qualidade nos consumidores e no mercado, com vistas à sobrevivência das empresas, levando-se em consideração a sociedade competitiva atual.

A competitividade e o desempenho das organizações são afetados negativamente em termos de qualidade e produtividade por uma série de motivos. Dentre eles destacam-se: a) deficiências na capacitação dos recursos humanos; b) modelos gerenciais ultrapassados, que não geram motivação; c) tomada de decisões que não são sustentadas adequadamente por fatos e dados; e d) posturas e atitudes que não induzem à melhoria contínua.

As empresas perceberam que uma grande forma de se manter a competitividade seria a elaboração de projetos com diminuição de tempo na elaboração, fabricação e entrega dos produtos, tudo isto sem abrir mão da qualidade, por isto cada dia mais elas investem em novas tecnologias. Tudo isto com o propósito de superar as expectativas do cliente.

Mas de nada adianta ter os melhores equipamentos se não houver pessoas aptas a usá-los, portanto para que exista um melhor aproveitamento destes a fim de se obter resultados satisfatórios e preciso investir na qualidade do treinamento dos



profissionais da empresa. Segundo Robert Reich, professor da Harvard University, ele argumenta que à medida que a atividade econômica tornou-se universal, “o elemento competitivo mais importante de um país torna-se a habilidade e o aprendizado cumulativo de sua mão-de-obra”, pois ela muitas das vezes representa algo que não foi imitado com a mesma intensidade em que a tecnologia.

Existem várias definições para o conceito de qualidade, mas em comum temos um termo à base deste conceito é o cliente e a sua satisfação, segue aqui alguns conceitos sobre qualidade e seus autores segundo Juran, para os gerentes nenhuma definição (de qualidade) é realmente precisa, mas uma dessas definições obteve larga aceitação: qualidade é adequação ao uso. Mesmo assim ela não fornece a profundidade necessária aos gerentes para escolherem os rumos de ação.

O norte americano W. Edwards Deming tem a seguinte opinião: um dos grandes problemas da administração é definir qualidade e perceber que há diversas facetas. ...Trata-se de um problema complicado, sem soluções fáceis, uma responsabilidade da administração.

Repare o quanto é conturbado definir qualidade. Os autores se encontram num confronto de opiniões, de pontos de vistas. Ao admitir a indefinição da palavra, administradores como Juran e Deming chegam à conclusão que cada empresa deve encontrar a definição de qualidade mais adequada para a situação em que se encontra a organização.

E cabe à alta administração a árdua tarefa de defini-la de modo a trazer resultados positivos.

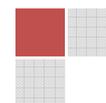
Talvez o ponto de vista mais amplamente utilizado seja: Adequação ao uso, ou seja, adequabilidade ao uso. Isto significa que tanto a empresa quanto o cliente estão num mútuo acordo, garantido que o produto seja ideal para ambas as partes, seja adequado tanto para o cliente quanto para a empresa.

E quais seriam os motivos para empresa abraçar a gestão da qualidade?

Satisfação do cliente garantindo a repetição e a expansão dos negócios.

Antecipação à concorrência, garantindo sua permanência em um mercado cada vez mais competitivo.

Redução de desperdícios e custos para poder manter preços competitivos.



Aumento da produtividade, garantindo maior margem de lucros. Mas no fundo todas as empresas verão que o maior motivo e um só não terem outra escolha ou ela produz com qualidade ou se verá em constante declínio.

Um dos benefícios que a implantação de um processo que busca a qualidade de seus produtos é a diminuição nos custos dos produtos uma vez que a ausência de falhas e graus de conformidade do mesmo é buscada de uma forma bem planejada, maximizando as receitas da empresa.

Conseqüentemente o efeito é sentido nas receitas da empresa, pesquisas feitas com o relatório *Pricing High Quality Products* (PIMS, 1978) levanta a questão referente à estratégia que empresas possuem um grande conceito formado junto a seus clientes em relação à qualidade de seus produtos, estes clientes muitas das vezes não se incomoda em pagar mais caro por produtos de alta qualidade. Mas a empresa pode ver em contrapartida que se ela adotar uma estratégia em que o preço mais alto não será sua forma de trabalhar e sim um volume maior de vendas a um preço mais competitivo pode ter um retorno melhor do que se vendesse mais caro.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS.

Entende-se que a qualidade é uma importantíssima ferramenta utilizada pelas empresas para ampliar ou manter a sua competitividade no mercado a constante busca de melhoria no processo de qualidade faz com que a satisfação do cliente e a realização dos objetivos da empresa estejam em uma única sintonia.

6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CORTADA, J.W. **TQM – Gerência da Qualidade Total**. São Paulo, Makron Books, 1995.

JURAN. J.M. **Controle da Qualidade**. São Paulo, Makron Books, 1991.

