

**7ª JORNADA ACADÊMICA 2013**  
**18 a 23 de Novembro**  
**Unidade Universitária de Santa Helena de Goiás**  
**Crescimento Regional – Inovação e tecnologia no mercado de trabalho**

**RELEVÂNCIA DA QUALIDADE NA ATIVIDADE INDUSTRIAL**

**Eduardo Braz<sup>1</sup>; Andreza Alves Vieira; Euda da Silva Oliveira; Euripedes Martins Vieira Júnior; Natália da Silva Oliveira; Paulo Roberto Alves Martins<sup>2</sup>.**

<sup>1</sup> Docente da UEG – UnU Santa Helena de Goiás; <sup>2</sup> Acadêmicos do 4º ano do Curso de Administração da UEG – UnU Santa Helena de Goiás; andreza.aav@gmail.com

**Resumo** – A qualidade se apresenta como uma ferramenta de gestão relevante para as organizações, que utilizam seus métodos de gestão e ferramentas para assegurar a qualidade dos seus produtos e serviços. Esta se mostra presente em praticamente todos os processos da organização, e em especial nos processos produtivos. Para assegurar a qualidade do produto final é necessário que haja qualidade em todos os processos até chegar ao cliente final, desde os insumos até o transporte. Tudo deve ser feito visando atender as necessidades do consumidor. Nas organizações a qualidade é uma ferramenta essencial para obter competitividade, que se apresenta em níveis globais. O desenvolvimento das tecnologias de comunicação abriu um novo horizonte para a qualidade, que passou por etapas evolutivas até se estruturar de forma estratégica nas organizações. O objetivo do presente artigo é descrever a relevância da qualidade nas atividades industriais, mostrando como a mesma atua nos processos para atender as necessidades dos clientes. Justifica-se a abordagem desse tema, uma vez que a qualidade pode proporcionar maior lucratividade e competitividade para as organizações. A metodologia utilizada na elaboração do artigo é pesquisa bibliográfica, observando a importância da qualidade nas indústrias.

**Palavras-chave:** Qualidade, Custos, Atividade Industrial.

**RELEVANCE OF QUALITY IN INDUSTRIAL ACTIVITY**

**Abstract** - The quality presents itself as an important management tool for organizations that use their management methods and tools to ensure the quality of their products and services. This shows up in practically every organization's processes, especially in production processes. To ensure the quality of the final product is necessary to have quality in all processes to reach the end customer, since the inputs to transportation. Everything must be done to meet consumer needs. Quality in organizations is an essential tool for competitiveness, which is presented in overall levels. The development of communication technologies has opened a new horizon for the quality, which passed through evolutionary stages to be structured strategically in organizations. The purpose of this article is to describe the importance of quality in industrial activities, showing how it operates in processes to meet customer needs. Justifies the approach to this issue, since the quality may improve profitability and competitiveness for organizations. The methodology used in the preparation of the article is literature, noting the importance of quality in the industry.

**Keywords:** Quality, Costs, Industrial Activity.

**INTRODUÇÃO**

No século XXI as organizações precisam lidar com questões globais devido ao desenvolvimento das Tecnologias da Informação, estando inseridas em um ambiente instável e de concorrência acirrada. As organizações precisam lidar com diversos desafios na busca

**Crescimento Regional – Inovação e tecnologia no mercado de trabalho**

pela excelência para fidelizar clientes, sendo forçadas a se adaptar a novas situações rapidamente. Uma das estratégias utilizadas pelas organizações para enfrentar esses desafios é aplicar os princípios da qualidade.

Observa-se que a preocupação com a qualidade existe desde os primórdios da humanidade. Seu conceito mostra-se bem conhecido, pois grande parte das pessoas possui uma definição própria para qualidade. A qualidade se tornou um diferencial competitivo para as organizações, sendo considerado um elemento essencial para os consumidores. O cliente está mais consciente, pois possui fácil acesso à informação, e o fidelizar deixou de ser uma missão simples décadas atrás.

Na atividade industrial, a qualidade atua desde o início do processo de produção, atuando de forma preventiva, com treinamentos para funcionários, inspeções, acompanhamento da qualidade dos insumos fornecidos, dentre outros. A qualidade deve estar presente em todos os processos da organização para assegurar a qualidade do produto final de forma que esta atenda aos requisitos desejados pelos consumidores.

## **1. QUALIDADE**

A qualidade é um conceito que se mostra atual, pois está presente em praticamente todas as organizações de forma ativa. No entanto, os especialistas ainda não chegaram a um consenso quando a uma definição que abranja a qualidade em todos os seus aspectos devido à sua complexidade. Conforme Marshall Junior et. al (2007, p. 38), “a qualidade é definida de acordo com as exigências e as necessidades do consumidor. Como estas estão em permanente mudança, as especificações da qualidade devem ser alteradas frequentemente...”. Através da visão desse autor é possível mensurar os dinâmicos e complexos aspectos da qualidade, considerando que esta pode ser aplicada em ambientes diversos. Em uma organização, por exemplo, é preciso considerar sua política de gestão qualidade antes de definir o que a empresa define como importante ao aplicar a qualidade.

Um dos conceitos atuais de qualidade é definido por Araujo e Garcia (2009, p. 239): “qualidade poderia ser definida como a busca pela perfeição a fim de encantar clientes cada vez mais conscientes das facilidades de consumo e variedade de empresas a lhes oferecer produtos”. O consumidor quer produtos e serviços que atendam exatamente às suas necessidades. A prioridade não é o menor preço, e sim a satisfação obtida através da qualidade do produto ou serviço adquirido.

Para Oakland (1994, p. 15) “qualidade é simplesmente o atendimento das exigências do cliente”. Esse conceito mostra o quanto o conceito de qualidade pode ser dinâmico e variável, visto que as necessidades dos clientes são individuais e difíceis de serem mensuradas. Nesse sentido, toda a organização deve estar voltada para não somente atender ao que o cliente deseja, mas superar suas expectativas.

Na abordagem de Juran (2009), ele mostra as definições de qualidade ainda não obtiveram um consenso, embora a expressão “adequação ao uso” venha sendo bem aceita. Conceituar a qualidade como adequação ao uso mostra que a organização deve estar em sintonia com o que o cliente deseja ao adquirir um produto, trabalhando para obter a máxima satisfação.

Cada consumidor considera uma série de fatores antes de adquirir um produto. Paladini (2010) aponta como motivos a confiança no processo produtivo, a aceitação do produto, o valor associado ao produto, a confiança na imagem ou na marca e a adequação ao uso. Ao compreender cada um desses motivos é possível perceber que estes são individuais, variando de consumidor para consumidor. Essa subjetividade é um grande desafio para as organizações, pois precisam aplicar os princípios da qualidade nos processos de modo a atender as necessidades dos clientes, que muitas vezes são difíceis de serem identificadas.

## 7ª JORNADA ACADÊMICA 2013

18 a 23 de Novembro

Unidade Universitária de Santa Helena de Goiás

### Crescimento Regional – Inovação e tecnologia no mercado de trabalho

Atuando em um ambiente globalizado, de concorrência acirrada, as organizações não possuem muito tempo para identificar as preferências dos consumidores, o que faz com que as empresas que possuem um relacionamento mais próximo com os clientes adquiram agilidade nesse processo, obtendo vantagem competitiva.

## 2. APLICAÇÃO DA QUALIDADE NO PROCESSO PRODUTIVO

Os princípios da qualidade podem ser aplicados em todos os tipos de organizações e seus processos. Na atividade industrial, em especial no processo produtivo, a aplicação desses princípios se mostra de forma mais significativa, sendo decisiva para a obtenção de um produto que atenda exatamente aos requisitos desejados pelos consumidores.

Atividades industriais são aquelas voltadas para a produção de bens tangíveis, ou seja, produtos que existem fisicamente, de forma concreta. Em geral, associam-se a esses produtos às fábricas (sejam cerâmicas sejam padarias) – daí se identificarem as atividades industriais como atividades de fabricação. (PALADINI, 2010, p.185).

Nesse contexto, as atividades industriais são aquelas cujos processos produtivos permitem a obtenção de produtos físicos, bens tangíveis. Em Juran (2009, p. 5) temos a definição de produto como “o resultado de qualquer processo. Os economistas definem “produtos” como sendo bens e serviços”. Os produtos não serão apenas os bens tangíveis que serão entregues para o consumidor final. Podemos considerar como produto também o serviço de pós-venda, o atendimento feito para negociar com o cliente e qualquer outro resultado obtido nos diversos processos existentes nas organizações.

Nota-se que o produto a ser obtido no final do processo produtivo precisa ser feito da forma correta em cada uma das etapas do processo, de modo que o produto final atenda os requisitos de qualidade que permitam que organização satisfaça o cliente. “Por muito tempo, a qualidade era avaliada em produtos e serviços, concentrando-se a atenção em resultados de atividades ou efeitos de ações bem definidas (PALADINI, 2010, p. 39)”. Obter apenas um produto que seja aceito pelo cliente não é mais o foco da empresa. É preciso que o produto seja feito certo da primeira vez, de modo que se processo assegurar que a qualidade está dentro dos padrões exigidos em todas as etapas do processo. Há uma maior preocupação com a forma como os produtos são obtidos, permitindo uma melhoria na qualidade dos processos e do produto final.

Quando qualidade significa a produção consistente de serviços e produtos dentro das especificações, não apenas leva à satisfação de consumidores externos, como também torna mais fácil a vida das pessoas envolvidas na operação. Satisfazer os clientes internos pode ser tão importante quanto satisfazer aos consumidores externos (SLACK; CHAMBERS; JOHNSTON, 2009, 40).

Visando obter o padrão de qualidade desejado em produtos são estabelecidos parâmetros de comparação, as especificações, que permitem saber se o produto atende aos requisitos necessários desde as primeiras etapas do processo, de modo que ao ser encaminhado para a próxima etapa do processo produtivo a ocorrência de erros ou defeitos é menor. Isso evita transtornos, erros e retrabalhos, aumentando a satisfação dos clientes internos.

Conforme Juran (2009, p. 7) “satisfação do cliente é um resultado alcançado quando as características do produto correspondem às necessidades do cliente”. Nesse sentido, o conceito é válido para os clientes internos, que precisam que o produto esteja dentro das especificações em todas as etapas do processo, e também para os clientes externos, que irão utilizar o produto final.

Para obter a satisfação dos clientes é preciso que o produto não tenha defeitos. As deficiências do produto podem levar “a reações específicas da parte do cliente: reclamações,

## 7ª JORNADA ACADÊMICA 2013

18 a 23 de Novembro

Unidade Universitária de Santa Helena de Goiás

### Crescimento Regional – Inovação e tecnologia no mercado de trabalho

devoluções, publicidade desfavorável, ações judiciais e assim por diante” (JURAN, 2009, p. 8). Os princípios da qualidade devem ser aplicados no processo produtivo de modo a evitar a ocorrência dessas deficiências que ocasionam em insatisfação por parte dos clientes, além de incorrer em maiores custos para a organização, chamados de custos da não qualidade.

Para obter um alto nível de qualidade nos seus produtos e processos as organizações precisam arcar com custos na sua implantação compatíveis aos resultados desejados.

Níveis mais elevados de qualidade resultam em níveis mais elevados de satisfação dos clientes, ao mesmo tempo que sustentam preços mais altos e (frequentemente) custos menores. Portanto, programas de melhoria da qualidade normalmente aumentam a lucratividade (KOTLER, 2000, p. 79).

Nota-se que é vantajoso para a organização investir na qualidade de seus produtos e processos, independentemente do seu porte, pois a qualidade a auxilia a conquistar e fidelizar os clientes além de permitir uma redução de preços através da redução dos custos que ocorriam devido a erros no processo.

Observa-se que nem sempre a qualidade atuava nas organizações de forma estratégica. Ela precisou se adaptar ao novo contexto do mercado mundial, passando por etapas evolutivas até atingir o nível onde as necessidades dos clientes estão em primeiro lugar. “Por muito tempo, a qualidade era avaliada em produtos e serviços, concentrando-se a atenção em resultados de atividades ou efeitos de ações bem definidas (PALADINI, 2010, p. 39)”. O foco estava nos produtos finais, e não no processo para obtê-los. Agora, todas as etapas do processo produtivo passam a estar voltadas para os princípios da qualidade. O processo produtivo ganhou maior atenção, pois passou se a ter preocupação não apenas com o resultado final, mas também com o método como o produto ou serviço é obtido. A preocupação com a satisfação do cliente não está apenas com o responsável pelo produto final ou pela venda. Essa é a uma preocupação de todos, desde o fornecedor até o vendedor. Por ser um processo, todas as etapas são relevantes, pois o erro cometido em uma delas afetará todas as outras, até atingir o cliente. É nesse contexto que as organizações começam a aplicar o conceito de melhoria contínua nas atividades produtivas.

A melhoria contínua é uma técnica de mudança organizacional suave e contínua centrada nas atividades em grupo das pessoas. Visa à qualidade dos produtos e serviços dentro de programa a longo prazo, que privilegiam a melhoria gradual e o passo a passo por meio da intensiva colaboração e participação das pessoas. Trata-se de uma abordagem incremental e participativa para obter excelência na qualidade dos produtos e serviços a partir das pessoas. (CHIAVENATO, 2011, p. 548).

Nesse contexto, a melhoria contínua deve ser aplicada no nível operacional para obter o padrão de qualidade desejado pelos clientes no produto. Sua aplicação deve ocorrer de forma gradual, sendo incorporada a cultura da organização através das pessoas. Chiavenato (2011, p. 549) afirma que a “qualidade total é uma decorrência da aplicação da melhoria contínua”. Todos os processos da organização, mesmo os que não possuem relação direta com a produção, devem ser trabalhados para atingir a qualidade total. Para que o cliente veja a qualidade e confiabilidade dos produtos da empresa, os envolvidos no processo produtivo também precisam visualizá-las. Todos os funcionários devem acreditar nesse objetivo e auxiliar na obtenção dos meios para atingi-los.

Para Slack, Chambers e Johnston (2009), a qualidade no processo produtivo deve ser um objetivo relevante para as organizações, visto que é através dela que o cliente avalia o produto, tendo influência direta na sua satisfação ou insatisfação. Nesse sentido observa-se que produzir dentro dos princípios da qualidade proporciona maior satisfação do cliente, o que permite que a organização ganhe sua confiança.

## 7ª JORNADA ACADÊMICA 2013

18 a 23 de Novembro

Unidade Universitária de Santa Helena de Goiás

### Crescimento Regional – Inovação e tecnologia no mercado de trabalho

A ação da Gestão da Qualidade em ambientes industriais fica, desse modo, bem definida, tanto quanto a seu objetivo básico (atenção ao cliente) como quanto à estratégia a adotar para atingi-lo (otimização do processo produtivo) (PALADINI, 2010, p. 192).

A relevância da qualidade no processo produtivo justifica-se através da necessidade de otimizar o processo produtivo, eliminando erros e falhas, de modo a satisfazer e superar as expectativas dos clientes em relação aos produtos e serviços da organização, o que não é um objetivo fácil de ser atingido, visto que exige flexibilidade e dinamismo das empresas. “Uma das mais importantes características da empresa flexível é a sua competência em modificar ou desenvolver novos produtos ou serviços, de forma a manter-se sempre atenta à satisfação das necessidades dos clientes” (MOREIRA, 2012, p. 552). As organizações estão inseridas em um mercado globalizado, onde o cliente é disputado através da qualidade dos produtos e serviços oferecidos. Nesse sentido, é preciso que as empresas estejam sempre observando o mercado para perceber as mudanças a tempo de transformá-las em oportunidades de conquistar novos clientes através da utilização do seu capital intelectual.

### CONSIDERAÇÕES FINAIS

- Na atualidade já se tem uma concepção mais avançada sobre o papel qualidade nas organizações. Grande parte dessas novas concepções se deve ao desenvolvimento da tecnologia, que possibilitou a globalização dos mercados, exigindo a aplicação da qualidade de forma mais estratégica nas organizações.

- Na atividade industrial a qualidade apresenta-se de forma relevante, visto que ela é essencial para assegurar que todos os processos estão sendo desenvolvidos de modo a atender as necessidades dos clientes da organização.

- O principal recurso das organizações é o capital intelectual. É essencial que as empresas invistam em profissionais capazes de aplicar os princípios da qualidade de modo eficaz, obtendo os melhores resultados possíveis.

### REFERÊNCIAS

ARAUJO, Luis César de; GARCIA, Adriana Amadeu. **Gestão de pessoas: estratégias e integração organizacional**. 2 ed. São Paulo: Atlas, 2009.

CHIAVENATO, Idalberto. **Introdução à teoria geral da administração**. 8 ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2011.

JURAN, J. M. **A qualidade desde o projeto: novos passos para o planejamento da qualidade em produtos e serviços**. Tradução de Nivaldo Montigelli Jr. São Paulo: Cengage Learning, 2009.

KOTLER, Philip. **Administração de marketing: a edição do novo milênio**. Tradução Bazán Tecnologia e Linguística; revisão técnica Arão Sapiro. São Paulo: Prentice Hall, 2000.

MARSHALL JUNIOR, Isnard; CIERCO, Agliberto Alves; ROCHA, Alexandre Varanda; MOTA, Edmarson Bacelar; LEUSIN, Sergio. **Gestão da Qualidade**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2007.

MAXIMIANO, Antonio Cesar Amaru. **Teoria Geral da Administração: da revolução urbana à revolução digital**. 6 ed. 8 reimp. São Paulo: Atlas, 2011.

**7ª JORNADA ACADÊMICA 2013**

**18 a 23 de Novembro**

**Unidade Universitária de Santa Helena de Goiás**

**Crescimento Regional – Inovação e tecnologia no mercado de trabalho**

MOREIRA, Daniel Augusto. **Administração da produção e operações**. 2 ed. rev. e ampl. São Paulo: Cengage Learning, 2012.

OAKLAND, John S. **Gerenciamento da Qualidade Total – TQM**. São Paulo: Nobel, 1994.

PALADINI, Edson Pacheco. **Gestão da qualidade: teoria e prática**. 2 ed. 10 reimp. São Paulo: Atlas, 2010.

SLACK, Nigel; CHAMBERS, Stuart; JOHNSTON, Robert. **Administração da produção**. 3 ed. São Paulo: Atlas, 2009.