

A evolução da Gestão da Qualidade Total nas Indústrias associadas à ACIX – Xanxerê⁽¹⁾

Ricardo Zanchett⁽²⁾; Giovani Conrado Carlini⁽³⁾; Adriana Gasparetto⁽⁴⁾

Resumo Expandido

⁽¹⁾ Trabalho executado com recursos do Edital Universal de Pesquisa nº 12/2012/PRPPGI, da Pró-Reitoria de Pesquisa, Pós-graduação e Inovação.

⁽²⁾ Professor do Instituto Federal de Ciência e Tecnologia de SC – IFSC câmpus Xanxerê/SC
ricardo.zanchett@ifsc.edu.br

⁽³⁾ Professor do Instituto Federal de Ciência e Tecnologia de SC – IFSC câmpus Xanxerê/SC –
giovani.carlini@ifsc.ifsc.edu.br

⁽⁴⁾ Aluna do curso técnico do Instituto Federal de Ciência e Tecnologia de SC – IFSC câmpus Xanxerê/SC –
adryft@hotmail.com

RESUMO: A gestão da qualidade total nas organizações foi fortemente impulsionada pela concorrência, decorrente da globalização e a abertura dos mercados. Diante deste cenário desafiador, as organizações, na sua maioria, direcionam suas estratégias para a área da qualidade, implementando programas para o planejamento, monitoramento e melhoria da qualidade, ou seja, programas de gestão da qualidade total. Esta pesquisa teve como objetivo identificar em qual era da qualidade as empresas associadas da Acix se encontram. Por meio de um questionário, foram pesquisadas 54 empresas que responderam a questões relacionadas a gestão da qualidade. Os dados obtidos revelaram que a maioria das empresas encontram-se entre a era da inspeção e a era do controle estatístico da qualidade. Dito de uma outra forma, a maioria das empresas pesquisadas, ainda não enfocam a área da qualidade com visão estratégica e de longo prazo.

Palavra Chave: inspeção, qualidade, gestão estratégica.

INTRODUÇÃO

A globalização e a abertura dos mercados impôs forte concorrência, forçando as organizações a criarem estratégias buscando uma vantagem competitiva. As empresas que estão na vanguarda da liderança no mercado mundial, redefiniram suas estratégias de qualidade, implementando programas corporativos para planejamento, monitoramento e melhoria da qualidade, ou seja, programas de gestão da qualidade total. Estas empresas, rapidamente entenderam que a qualidade em bens e serviços tornou-se um pré-requisito para permanência e continuidade da organização. No entanto, mesmo reconhecendo que a qualidade pode ser uma importante ferramenta que garante ganhos econômicos e comerciais, as empresas encontram dificuldades na implantação da cultura pela da qualidade, logo é possível encontrar a gestão da qualidade em diferentes estágios de evolução.

David Garvin (1992), estabeleceu em seu livro Gerenciando a Qualidade: a visão estratégica e competitiva, uma linha evolutiva de abordagem da qualidade, na qual o enfoque passa de uma visão mais tradicional para um enfoque de gestão. O autor descreve a evolução da qualidade nas chamadas eras da Qualidade, definidas como:

1) Era da Inspeção – o controle da qualidade limitava-se atividades restritas, tais como, a

contagem e a classificação dos produtos acabados, ou seja separando os produtos bons dos produtos com defeitos.

2) Era do Controle Estatístico da Qualidade – nesta era iniciou-se a utilização de conceitos estatísticos, incluindo práticas de detecção de falhas e análise dos fatores da qualidade.

3) Era da Garantia da Qualidade – o enfoque nesta era desloca-se para a prevenção dos problemas da qualidade, levando em consideração quatro elementos distintos: a quantificação dos custos da qualidade, o controle total da qualidade, a engenharia da confiabilidade e o zero defeito.

4) Era da Gestão Estratégica da Qualidade – o enfoque concentra-se na conciliação de todos os principais conceitos observados nas eras anteriores, tendo como alvo para a organização o desenvolvimento de uma visão de mercado e sustentação do negócio.

Diante do exposto acima e tomando-se como base o estudo da evolução da qualidade descrita por David Garvin (1992), esta pesquisa teve como objetivo identificar o estágio da gestão da qualidade em que se encontram as indústrias associadas à ACIX – Associação Empresarial de Xanxerê.

METODOLOGIA

Afim de atingir os objetivos propostos, inicialmente buscou-se junto a ACIX a relação das indústrias. De posse desta informação, constatou-se

que o 56 empresas estão associadas, ou seja, este foi o grupo de empresas que fizeram parte desta pesquisa.

Para a coleta das informações, utilizou-se de um questionário, onde a primeira parte foi destinado a perguntas que permitam traçar o perfil destas indústrias. Na segunda parte do questionário buscou-se levantar as técnicas de gestão da qualidade utilizadas pela indústrias. Por se tratar de uma pesquisa caracterizada como quantitativa, as perguntas que compõe o questionário serão do tipo fechadas.

O questionário foi aplicado em cinco indústrias, na forma de pré-teste, no qual foram registradas as dificuldades ou dúvidas encontradas, bem como, sugestões, alterações ou mesmo inclusões de novas questões consideradas relevantes.

De posse do resultados preliminares e considerando as sugestões levantadas, fez-se os ajustes necessários e aplicou-se o questionário definitivo a todas as empresas associadas a Acix.

Das 56 empresas apenas 2 não responderam ao questionário, resultando em 54 empresas definitivamente entrevistadas.

Finalizada a etapa de levantamento dos dados, passou-se a etapa de análise e interpretação dos dados. Com o auxílio de planilha eletrônica, os dados foram tabulados em tabelas e gráficos afim de evidenciar as informações e elementos desta pesquisa.

Perfil das empresas pesquisadas

A primeira parte da pesquisa, buscou identificar o perfil das empresas. A Tabela 1 mostra a localização das empresas, bem como o setor de atuação.

Tabela 1 – Localização e atividade das empresas pesquisadas.

Cidade	Nº	Atividade	Nº
Faxinal	4	Industria	17
P. Maia	1	Ind. e Comercio	35
P. Serrada	1	Comercio	1
S. Domingos	2	Prest. Serviço	1
Vargeão	2		
Xanxere	44		

Fonte – dados da pesquisa.

Os dados da tabela 1 mostram que a grande maioria, ou seja, 44 empresas estão localizadas em Xanxerê, sendo que 35 empresas atuam na industria e comercio e 17 empresas atuam no segmento industrial.

Fundação e número de funcionários

Ainda buscando traçar o perfil das empresas, buscou-se identificar o tempo de atividade e o número de funcionários. A Tabela 2 revela estas informações.

Tabela 2 – Fundação e numero de funcionários.

Fundação	Nº	Funcionários	Nº
Até 10 anos	11	Até 19	30
Até 20 anos	27	De 20 a 99	17
Até 30 anos	8	De 100 a 499	6
Até 40 anos	3	Mais 500	1
Mais 40 anos	5		

Fonte – dados da pesquisa.

Observou-se que a maioria das empresas tem até 20 anos de atuação no mercado. Quando ao número de funcionários, a maioria da empresas responderam que se quadro de funcionários é composto por até 19 funcionários.

Faturamento e exportação

Buscou-se também identificar o faturamento das empresas e se estas exportam. A Tabela 3 revela os dados obtidos.

Tabela 3 – Faturamento e exportação

Faturamento	Nº	Exporta	Nº
Até R\$ 60.000,00	0	Sim	7
Até R\$ 360.000,00	2	Não	47
Até R\$ 3.600.000,00	34		
Mais R\$ 3.600.000,00	18		

Fonte – dados da pesquisa.

Os dados da tabela 3 revelam que 34 empresas, a maioria, tem uma faturamento anual de até R\$ 3.600.000,00. Quanto a exportação, a grande maioria das empresas pesquisadas, ou seja 47empresas não atuam com exportação e apenas 7 empresas exportam.

Questões relativas ao consumidor

Dando a sequência a análise das informações levantadas, nesta etapa buscou-se identificar a relação da empresa com seu consumidor. As empresas pesquisadas responderam as seguintes perguntas:

- 3.1 Existem indicadores para medir a satisfação dos clientes;
- 3.2 As reclamações dos consumidores são comunicadas a todos os departamentos;
- 3.3 Há a manutenção do serviço de atendimento ao consumidor;

3.4 Ocorre a participação do cliente no processo de desenvolvimento e fabricação do produto;
 3.5 São realizadas pesquisas periódicas com o consumidor;
 3.6 Acontecem encontros periódicos com os clientes para a identificação das reais necessidades destes;
 3.7 Existe a utilização das reclamações do cliente como base da melhoria da qualidade. A figura 1 revela as informações obtidas.

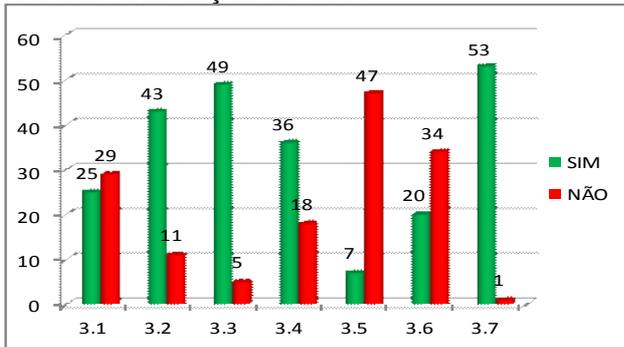


Figura 1 – relação da empresa com seus consumidores

Observa-se que na questão 3.1 há praticamente um equilíbrio nas respostas. Nas questões 3.2, 3.3, 3.4 e 3.7, as empresas afirmaram que usam estas estratégias em relação ao trato da qualidade, destaque para a última questão, onde apenas uma empresa respondeu não ao questionamento. Quanto a questão 3.5, a maioria das empresas não utiliza esta estratégia como melhoria da qualidade.

Questões relativas ao Fornecedor

Sobre a relação com seu fornecedor as empresas responderam às seguintes perguntas:

4.1 São utilizadas parcerias de longo prazo com o fornecedor;
 4.2 São utilizados critérios para a seleção dos fornecedores;
 4.3 Ocorre a participação do fornecedor no processo de desenvolvimento e fabricação do produto;
 4.4 É efetuado o gerenciamento da qualidade do fornecedor com relação à sua capacidade técnica/ capacidade financeira/ desempenho de entrega/ assistência técnica e conformidade do produto. A figura 2 revela as informações obtidas.

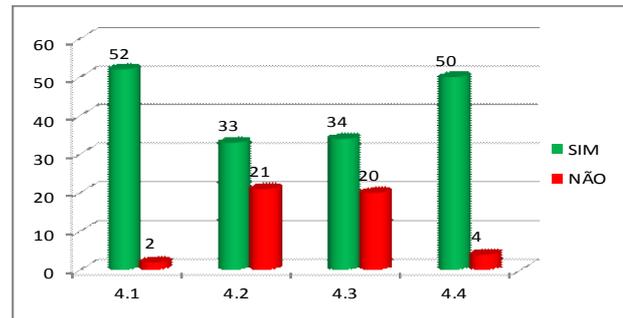


Figura 2 – relação da empresa com seus fornecedores

Questões relativas a concorrência

Em relação à concorrência as empresas pesquisadas responderam as seguintes perguntas:

7.1 Acontecem avaliações de concorrentes mais fortes e/ou líderes do mesmo setor de atuação da empresa, com relação a produtos, serviços e práticas empresariais;
 7.2 São realizadas avaliações de empresas líderes de outros setores de atuação, com relação a produtos, serviços e práticas empresariais;
 7.3 Ocorrem visitas a outras organizações reconhecidamente líderes, de diferentes setores de atuação. A figura 3 evidencia as respostas obtidas.

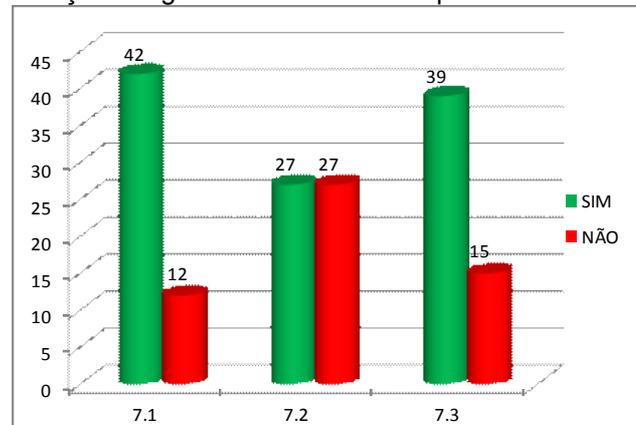


Figura 3 – relação da empresa com a concorrência

Observa-se que em relação à concorrência, nas questões 7.1 e 7.3, a maioria das empresas afirmaram sim as estratégias em questão. Na questão 7.2 houve um empate nas respostas obtidas.

Questões relativas as ferramentas da qualidade

Quanto ao uso de ferramentas da qualidade, as empresas poderiam responder sempre, as vezes, nunca ou não conhece, a cada das seguintes questões:

11.1 Círculos de Controle da Qualidade;
 11.2 Grupos de trabalho;

RESULTADOS E DISCUSSÃO

- 11.3 Prêmios da qualidade;
- 11.4 Pesquisa de satisfação de clientes;
- 11.5 Kaizen;
- 11.6 5 S's;
- 11.7 Equipes auto-gerenciais.

A figura 4 evidencia as respostas obtidas.

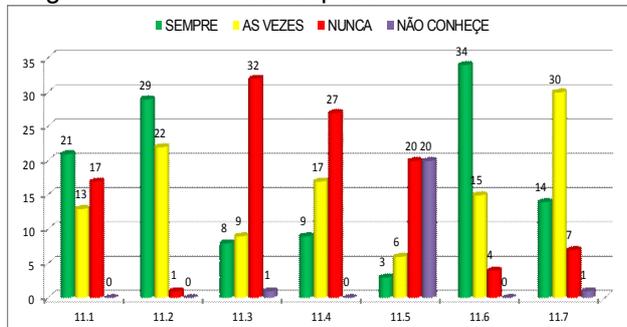


Figura 4 – uso de ferramentas da qualidade.

Observa-se que para a ferramenta descrita na questão 11.1, 21 empresas afirmaram que sempre utilizam, 17 empresas afirmaram que nunca utilizam, 13 empresas afirmaram que as vezes utilizam e nenhuma empresa não conhece a.

Quanto a questão 11.2, 29 empresas afirmaram que sempre utilizam, 22 empresas afirmaram que as vezes utilizam, 1 empresa afirmou que nunca utiliza e nenhuma empresa não conhece a ferramenta.

Já na questão 11.3, a grande maioria das empresas afirmaram que nunca utilizam a ferramenta, 9 empresas afirmaram que as vezes utilizam, 8 empresas afirmaram que sempre utilizam e uma empresa afirmou que não conhece a ferramenta.

Na questão 11.4, 27 empresas afirmaram que nunca usam, 17 empresas afirmaram que as vezes utilizam, 9 empresas afirmaram que sempre utilizam e nenhuma empresa afirmou que não conhece a ferramenta.

Quanto a questão 11.5, 40 empresas afirmaram que não conhecem ou nunca utilizam a ferramenta, 6 empresas as vezes afirmaram que as vezes utilizam a ferramenta e apenas 3 empresas afirmaram que sempre utilizam a ferramenta.

Na questão 11.6, 34 empresas afirmaram que sempre utilizam a ferramenta, 15 empresas afirmaram que as vezes utilizam, 4 empresas afirmaram que nunca utilizam e nenhuma empresa respondeu que não conhece a ferramenta.

Por fim, na questão 11.7, 30 empresas afirmaram que as vezes utilizam a ferramenta, 14 empresas responderam que sempre utilizam, 7 empresas não utilizam e apenas uma afirmou que não conhece a ferramenta.

Na primeira parte do questionário (tabela 1, 2 e 3), os dados obtidos permitem traçar o perfil do grupo de empresas que participaram desta pesquisa. A maioria das empresas pesquisadas estão localizadas em Xanxerê, atuam na indústria e comércio, possuem até 20 anos de atuação no mercado, tem até 19 funcionários, o faturamento anual é de até R\$ 3.600.000,00 e atuam no mercado doméstico, ou seja, não exportam.

Em relação ao consumidor as empresas pesquisadas revelaram uma grande fragilidade estratégica, visto que a grande maioria não utilizam pesquisas de forma periódicas com seus consumidores.

Para a maioria das empresas pesquisadas há uma preocupação acentuada quanto a concorrência, somente na questão 7.2 que houve um empate nas respostas.

Observou-se que as questões que envolve os fornecedores, as infirmações revelaram que a maioria da empresas pesquisadas utilizam as estratégias sugeridas, mostrando a preocupação com a matéria-prima utilizadas nos processos produtivos.

Quanto ao uso das ferramentas para gestão da qualidade (figura 4), os dados indicam que muitas empresas não conhecem ou não utilizam ferramentas estratégicas para a gestão da qualidade reveladas nas questões 11.1, 11.3, 11.4 e principalmente na 11.5.

CONCLUSÕES

A análise dos dados obtidos sugere que o grupo de empresas pesquisadas, na sua maioria, encontram-se entre a era da inspeção e a era do controle estatístico da qualidade,

REFERÊNCIAS

- ARVIN, D. A. **Gerenciando a Qualidade: a visão estratégica e competitiva.** Tradução de João Ferreira Bezerra de Souza. Rio de Janeiro: Qualitymark, 1992.
- GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa.** 4ª ed. São Paulo: Atlas, 2002.
- CROSBY, P. Zero defects. **Quality progress**, Fev. 1992.
- ISHIKAWA, K. **What is total quality control? The japanese way.** Englewood Cliffs: Prentice-Hall, 1985.
- JURAN, J. M. **A qualidade desde o projeto: novos passos para o planejamento da qualidade em produtos e serviços.** 2 ed. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2004.
- PALADINI, E. P. **Gestão da qualidade no processo.** São Paulo: Atlas, 1995.