

**CENTRO PAULA SOUZA
ETEC PROFESSORA MARINÊS TEODORO DE FREITAS ALMEIDA
Técnico em Comércio**

**GABRIELLA DE PAULA ALMICCI
JESSICA ROMÃO BESSANE
ROMÁRIO SILVA**

GESTÃO DE QUALIDADE DOS SERVIÇOS

**Novo Horizonte
2016**

**GABRIELLA DE PAULA ALMICCI
JESSICA ROMÃO BESSANE
ROMÁRIO SILVA**

GESTÃO DE QUALIDADE DOS SERVIÇOS

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso Técnico em Comércio da Etec Professora Marinês Teodoro de Freitas Almeida, orientado pela Prof.^a Patrícia Maschio Cardoso, como requisito parcial para obtenção do título de técnico em Comércio.

**Novo Horizonte
2016**

“Gostaria de dedicar este trabalho a todos professores que estiveram ao meu lado ao longo desse um ano e meio de curso Técnico em comércio, me apoiando e trazendo para mim o melhor ensinamento em todos os aspectos.

Dedico também este trabalho a Deus, meus familiares e ao meu namorado Ricardo por ter estado sempre ao meu lado, me apoiando e não deixando eu desistir em meio de tantos obstáculos” (Gabriella de Paula Almicci)

“Dedico esse trabalho a minha família que me apoiou perante as dificuldades durante esse percurso, e a professora Patrícia Maschio que nos auxiliou na realização deste. ” (Jessica Romão Bessane)

“Dedico este meu trabalho aos meus professores que desde o começo estiveram ao nosso lado nos guiando para que pudéssemos fazer o melhor e concluir este curso” (Romário Silva)

AGRADECIMENTO

Gostaríamos de agradecer primeiramente a Deus, pela oportunidade de estar aqui e também aos professores pela paciência e o tempo dedicado a nós. Também aos nossos amigos de curso por estarem ao nosso lado durante esse período.

“Não existem sonhos impossíveis para aqueles que realmente acreditam que o poder realizador reside no interior de cada ser humano. Sempre que alguém descobre esse poder, algo antes considerado impossível se torna realidade”
(Alber Einstein)

RESUMO

Atualmente a gestão da qualidade dos serviços e produtos é uma das maiores preocupações das empresas, sejam elas de produtos ou de serviços, pois a qualidade além de aumentar a satisfação e a confiança dos clientes, reduz custos e aumenta a produtividade. No mercado atual, onde o setor de serviços cresce cada vez mais a cada ano e a concorrência está cada vez mais acirrada, é fundamental para a empresa ter um planejamento eficiente e focado na realização das expectativas dos clientes, visto isso. A gestão da Qualidade consegue melhorar o desempenho, elaborando processos de informações internos e externos que possam contribuir na tomada de decisões rápidas e seguras, porque a dinâmica do ambiente concorrencial e o problema de sobrevivência exigem que as empresas assimilem, adotem e incorporem novas técnicas e tecnologias que permitam a obtenção de diferenciais que possam superar a concorrência e atingir o consumidor com mais eficácia, aumentando a receita da empresa e fidelizando os clientes.

Palavras-chaves: Gestão da qualidade dos serviços e produtos, Concorrência, Planejamento.

ABSTRACT

Currently the management of quality of services and products is one of the biggest concerns of businesses, be they of products or services, because the quality increase the satisfaction and trust of customers, reduces costs and increases productivity. In the current market, where the service sector grows more and more every year and the competition is increasingly fierce, is fundamental for the company have a efficient planning and focused on achieving the expectations of customers, see quality management can improve performance, developing internal and external information processes that can contribute to the rapid and reliable decision-making because the dynamics of the competitive environment and the problem of survival require companies to assimilate, to adopt and incorporate new techniques and technologies that allow the obtaining of advantages that can overcome the competition and reach consumers more effectively, increasing the company's revenue and retaining customers.

Keywords: Management of quality of services and products, Competition, Planning.

LISTA DE GRAFICOS

Gráfico 1 – Supermercados.....	34
Gráfico 2 – Restaurante.....	34
Gráfico 3 –Padarias.....	35
Gráfico 4 – Postos de gasolina.....	35
Gráfico 5 – Comércio.....	35
Gráfico 6 – Hotéis.....	36
Gráfico 7 – Óticas.....	36
Gráfico 8 – Academias	36
Gráfico 9 – Notas dadas.....	37
Gráfico 10 – Percentual de votos.....	37

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	10
GESTÃO DE QUALIDADE DOS SERVIÇOS	12
1.1 O conceito de qualidade dos serviços.....	12
1.2 O conceito ampliado da qualidade: A qualidade total.....	12
1.3 Modelo gerencial da qualidade total.....	14
1.4. Conceito da qualidade baseado em focos estratégicos	15
1.4.1 O processo da qualidade.....	15
1.4.2. O produto.....	16
1.4.3 O valor	17
1.5. A qualidade do projeto ao produto.	17
1.5.1 Qualidade de projeto	18
1.6 Qualidade de conformação	18
1.7 O conceito E a avaliação dos defeitos	19
1.7.1. Como classificar defeitos.....	20
1.7.2. Porque classificar defeitos	20
1.7.3. Os conceitos de controle da qualidade: tipos, contribuições e restrições.....	21
1.8.1 A função do controle da qualidade.....	21
1.8.2 A atividade básica de qualidade.....	21
1.8.3 O conceito de controle da qualidade como monitoramento	22
1.9. Planejamento da qualidade.....	22
1.9.1. Por que planejar a qualidade.....	23
1.9.2. Como planejar a qualidade	25
1.9.3 Benchmarking	26
1.9.4 Sistemas da qualidade.....	26
1.10 Economia da qualidade.....	28
1.11.1. Os custos da ausência da qualidade.....	28
1.11.2. Impactos positivos da qualidade	28
2. ESTUDO DE CASO: PESQUISA SOBRE SATISFAÇÃO E QUALIDADE DOS SERVIÇOS E PRODUTOS DA CIDADE DE NOVO HORIZONTE- SP	29
2.1 História sobre a pesquisa realizada.....	29
2.2 Qualidade de serviços e de produtos	30
2.3 Metodologia.....	32
2.4 PESQUISA REALIZADA:	32
2.4.1 Pesquisa de satisfação de serviço e produtos de Novo Horizonte.	32
Pesquisa realizada a fim de obter informações para o TCC.....	32
“Gestão de qualidade dos Serviços”	Erro! Indicador não definido.
2.5 Gráficos:	34
Conclusão:	38
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	39

INTRODUÇÃO

Atualmente vivemos num mercado que cada vez mais está se tornando competitivo, onde qualquer diferencial é fundamental para se destacar entres os concorrentes, onde podemos observar que o cliente é o foco de todo o esforço de uma organização.

Diante deste cenário, o padrão da qualidade em serviços que se tornou esperado por estes consumidores foi aumentado, assim como o seu poder de compra.

O nível dos serviços que eram oferecidos anteriormente passou a não ser satisfatoriamente aceitos por estes consumidores.

Antes só a qualidade do produto era considerada um diferencial competitivo e mais para a frente passou a ser obrigação hoje em dia as empresas tem que aprender que qualidades de serviços e produtos são um conjunto e que separados eles perdem toda sua harmonia.

Para obter vantagem competitiva, a empresa deveria considerar cada vez mais os serviços prestados com o melhor desempenho possível, já que estes são mais difíceis de serem copiados pelos concorrentes do que a tecnologia desenvolvida para produtos.

Nos últimos anos, tem-se observado que o incremento dos serviços com qualidade ganhou tanta importância, que é visto como o grande diferencial de vantagem competitiva.

Estamos no meio de um processo de mudanças básicas, deixando um mundo que simplesmente comercializa e vende seus produtos para ingressar num mundo no qual os clientes determinam o tipo de produtos e serviços pelos quais estão dispostos a pagar.

Se não ocorrerem à sua maneira, irão procurá-los em outro lugar, ou seja, as empresas estão percebendo que não se vende apenas o que se fabrica, mas que devem dar aos clientes o que eles desejam.

A formação de novos tipos de clientes é o resultado da evolução de uma sociedade que apenas se preocupava em produzir para uma nova sociedade voltada aos serviços.

Os clientes estão mais exigentes e conscientes do que em qualquer outra época; para a nova década, o serviço será o produto fundamental, e as

empresas que fizerem do serviço sua força motriz serão aquelas que terão maiores chances de vencer a concorrência e que se tornarão efetivamente competitivas.

Neste sentido, a necessidade e a oportunidade de se buscar a qualidade, a produtividade e de se alcançar níveis de excelência naquilo que se faz nunca foram tão grandes, visando encarar de frente a competição entre as empresas concorrentes.

A pesquisa realizada tem como objetivo de analisar o nível de percepção dos clientes quanto à qualidade dos serviços e dos produtos oferecidos pela cidade de Novo Horizonte interior de São Paulo.

A cidade de Novo Horizonte está em constante evolução e com a chegada de grandes empresas mais estruturadas com uma qualidade e variedade maior de serviços.

Percebendo isso os consumidores estão ficando mais exigentes com o comércio local e algumas empresas locais não conseguem atender as expectativas e percepção de seus clientes e estão perdendo seu espaço no mercado e com a crise que vem afetando a economia brasileira é difícil manter as portas abertas.

1. GESTÃO DE QUALIDADE DOS SERVIÇOS

1.1 O conceito de qualidade dos serviços.

A prática mais utilizada do conjunto de conceitos é o direcionamento da organização para o mercado, que são feitas para os clientes em particular. A gestão de qualidade dos serviços serve para determinar que característica para se tornar visível.

É uma postura correta para resolver um provável problema antes mesmo que ele aconteça. Um jeito estratégico seria criar elementos que influenciam possíveis consumidores, criando suas necessidades. Mesmo que o produto ou serviço seja definido será sempre possível ampliá-lo, algumas melhorias na qualidade dos serviços acarretam vantagens estratégicas.

Contribuição do produto pode gerar competitividades por aumento de elementos, como praticidade, desempenho, confiabilidade, durabilidade.

O conceito da qualidade dos serviços, mostra para a organização que a prioridade do processo produtivo seriam todos os itens que são relevantes para os consumidores. A qualidade nunca é absoluta, mas sim relativa e em qualquer circunstância terá um referencial para definir qualidade.

E a avaliação de qualquer produto feita pelo consumidor é um ponto inicial. A definição da qualidade será atendida em um conjunto de aspectos, o que não pode ocorrer é a supervalorização que é inadequada.

1.2 O conceito ampliado da qualidade: A qualidade total

A qualidade total surgiu por volta da década de 50 e 60, nessa época em que ocorreu a mudança no pensamento muitos achavam que qualidade de serviço era um problema da empresa, e não de uma maneira única da produção ou do serviço. A qualidade total se tornou fundamento no desenvolvimento e na aplicação do conceito, técnicas que marcam o deslocamento da análise do produto para a concepção de um sistema da qualidade.

Uma técnica básica da qualidade total é que o sucesso de uma possível existir do nível de qualidade que oferece o cliente, e adaptando a produção e todo processo que dão suporte a qualidade.

O conceito de qualidade foi criado por estudantes americanos, que são eles Deming, Juran e Feigenbaum. Para o estudante Feigenbaum, gestão de qualidade era uma soma muito importante, pois é capaz de adaptar a um desenvolvimento da qualidade sua manutenção serve para melhoria nos setores da empresa, para criar serviços e produtos com Máximo de economia.

Ela também ajuda em todas as partes interessadas a pelas responsabilidades de querer atingir todos os padrões de qualidade.

Depois da segunda guerra mundial muitas empresas, tiveram novas dimensões em seus planejamentos, pois muitas vezes os produtos já não se encaixavam na necessidade do mercado. Depois disso muitas empresas adquiriram o planejamento estratégico para suas empresas, focando no ambiente externo e também no ambiente interno, e fizeram existir a qualidade como um dos fatores mais importante para o desenvolvimento sustentável.

Para que a qualidade total se torne eficiente dentro dessas empresas ou serviço, foi instituído quatro etapas evolutivas que são elas: a inspeção, o controle estratégico da qualidade, a garantia de qualidade, e a gestão estratégica da qualidade.

A qualidade total atua como uma opção de reorientar gerencial da organização a qualidade possui muitos princípios importante, porém seus três princípios mais importante são: Foco no seu cliente, trabalho em equipe e a busca pela solução do problemas e erros. A qualidade também valoriza o recurso humano das empresas, e também analisa e resolve problemas.

Requer uma mudança de postura e exige alteração de atitudes e comportamentos.

Portanto, para a qualidade total é muito importante atender e exceder as expectativas do cliente. Para conseguir um bom nível de qualidade a empresa deve entender o que o cliente realmente necessita para que assim, o serviço possa ser prestado e realizado com sucesso.

Também ela, resume em uma ação administrativa que coloca a qualidade do serviço como principal foco, para toda a atividade da empresa, então pôr fim a empresa deixa todos seus clientes satisfeitos e ficam também a melhor

empresa de sua concorrência, ela objetiva tratar a qualidade como um gerador potencial de vantagens competitiva.

1.3 Modelo gerencial da qualidade total

A qualidade anteriormente era um conjunto de elementos internos, hoje em dia vai muito mais, além disso. A qualidade hoje tem mecanismos que atende todos os requisitos feitos pelos consumidores, e umas das coisas mais importantes para a gestão da qualidade total são os processos das melhorias continuam.

A gestão de qualidade total é identificada pela sigla TQM (Total Quality Management) que foi conceituada por Joseph Juran, algumas atividades usuais do TQM são: Objetivos abrangentes, identificações e desenvolvimentos, estruturais gerenciam responsabilidades, mecanismos de avaliação e estrutura de sistema.

Então TQM nada mais é do que planejamento estratégico. Segundo Juran, essa estratégia tem alguns objetivos que são: envolvimento da alta administração, viabilizar estratégias para qualidade e recursos exclusivos como pessoal especializadas em estratégia e qualidade. Então, visto tudo isso a meta principal das empresas seria o esforço para tudo isso acontecer.

A implantação da gestão de qualidade total gerou algumas dificuldades como conflitos entre setores e pessoas, mas também gera melhorias em alguns setores que já e um ponto positivo para empresa.

Foram implantadas ações em equipes que acabam diluindo a carga de trabalho, que por vez minimiza os conflitos, e assim desenvolvidos um objetivo de minimizar tanto os setores quanto a organização.

A grande dificuldade no sucesso da gestão da qualidade total e falta de resultados de curto prazo, mas a meta e manter a motivação em alta, e pequenas conquistas (as que tenham mais visibilidades).

De acordo com Juran a organização tem que ter em primeiro lugar responsabilidade, e a meta são ter uns grupos de pessoas que pensam sempre em qualidade e viabilidade, esse grupo terá efeitos em criar novas equipes para trabalhar em áreas específicas ou atividades determinadas, o nível de envolvimento de cada equipe será avaliado, para ver se alcançou os objetivos, e será sugerida uma estrutura de informações que trará informações de outras áreas da organização.

1.4. Conceito da qualidade baseado em focos estratégicos

A qualidade é hoje a palavra-chave mais difundida dentro das empresas. Ao mesmo tempo existe muito pouco entendimento sobre o que é qualidade. Os próprios teóricos da área reconhecem a dificuldade de se definir, precisamente, o que seja o atributo qualidade de um produto. Esta dificuldade existe principalmente porque a qualidade pode assumir diferentes significados para diferentes pessoas e situações.

Embora a qualidade seja difícil de se conceituar, é fundamental buscá-la incessantemente como uma maneira de se obter vantagem competitiva e diferencial estratégico. Empresas que não investem em qualidade, desde os pequenos detalhes aos maiores planejamentos estratégicos integrados, estão perdendo espaço para outras que investem e colhem o retorno, seja ele através da fidelidade do cliente e da alta rentabilidade deste cliente satisfeito, ou evitando os desperdícios produtivos através de uma otimização das operações tornando-as mais eficientes.

O investimento na qualidade é tão importante ou até mais que os investimentos nas áreas funcionais da empresa.

Diante da multiplicidade de conceitos e de critérios empregados para definir qualidade, David Garvin, um estudioso revendo a literatura identificou principais abordagens para definir qualidade:

- Baseada no processo de produção: A qualidade é a eficiência em se produzir exatamente o que foi projetado, de forma otimizada e sem perdas.
- Baseada no produto: A qualidade é baseada em uma série de especificações mensuráveis que a garantem e certificam;
- Baseada no valor: É a definição que passa pelo custo e preço, quanto maior o desempenho com o menor preço ou custo, mais qualificado será o produto.

1.4.1 O processo da qualidade

As definições baseadas na fabricação identificam a qualidade como "conformidade com as especificações". Uma vez que uma especificação de projeto tenha sido estabelecida, qualquer desvio significa redução na qualidade; portanto, identifica-se excelência com o atendimento de especificações.

Assim, um produto construído em conformidade com as especificações seria considerado de boa qualidade, independente do conteúdo da especificação.

O enfoque dessa abordagem é interno, porque supõe que um produto ou serviço que se desvie das especificações provavelmente será mal produzido e não será confiável, proporcionando uma satisfação menor ao consumidor.

Essa postura apresenta como fraqueza a limitação da diferenciação, ou seja, a falta de customização da produção de acordo com a necessidade real com cliente.

Em relação ao produto, percebe-se a engenharia da confiabilidade, que analisa os aspectos básicos, identificando possíveis falhas de projetos e propondo alternativas. Já com relação ao controle da produção, têm-se a ênfase no controle dos processos, que utilizam técnicas estatísticas para monitorar os limites aceitáveis do produto. Essa abordagem está vinculada à redução de custos, pois a melhoria da qualidade (diminuição do número de erros) leva a menores custos: impedir defeitos é comprovadamente mais barato que corrigir falhas.

“Qualidade é a conformidade do produto às suas especificações.”
(CROSBY, 1979).

1.4.2. O produto

Se o produto realiza aquilo que se espera, ele tem qualidade. Esta abordagem vê a qualidade como uma variável precisa e mensurável e também na diversidade de algumas características adicionais que agregam valor ao produto.

Este enfoque leva a uma dimensão da qualidade, para que os produtos possam ser classificados segundo as características que possuem.

Esta visão leva a dois pontos fundamentais: primeiro, a qualidade é uma característica inerente aos produtos e pode ser avaliada objetivamente: segundo, uma qualidade melhor só pode ser obtida a custos maiores, uma vez que a qualidade reflete as características que um produto contém e, como as

características são elementos valoráveis na produção, os produtos com qualidade superior serão mais caros.

Alguns critérios podem ser utilizados para auxiliar na classificação dos produtos, como: durabilidade e resistência. Porém, quando o critério passa a ser subjetivo, como estética, a classificação pode ser comprometida pela dificuldade de mensuração.

“Qualidade é a adequação ao uso.” (JURAN, 1974)

1.4.3 O valor

A visão dessa abordagem define qualidade em termos de custo e preço. Dessa forma, um produto de qualidade oferece desempenho equitativo ao seu preço ou ao seu custo de forma aceitável pelo mercado.

Pelo fato de trabalhar com dois conceitos relacionados, mas distintos, essa abordagem coloca-se a diante das demais em relação à questão subjetiva da conceituação da qualidade, porém, é de difícil aplicação, pois seus limites não são bem definidos além de depender da variabilidade das necessidades de cada consumidor. Ex. Um carro da Ferrari tem mais qualidade que um fusca? Na verdade, uma Ferrari tem mais tecnologia, mais potência, mais velocidade e um preço compatível com estas características. O fator preço nos leva a uma diferenciação de níveis de consumidores que podem e querem pagar o preço do produto, isto pode significar qualidade para muitos, afinal de contas a exclusividade é vista como um diferencial de qualidade.

1.5. A qualidade do projeto ao produto.

A qualidade de um produto começa no projeto, ou ate mesmo, antes dele. A partir da definição do projeto, começa a produção efetiva da qualidade no produto fisicamente, ou seja, a produção de qualidade inicia-se no projeto de cada produto e se desenvolve em todas as atividades produtivas que a viabilizam.

As características de qualidade de um produto são definidas através de seus projetos, das suas especificações, que, por sua vez, determinam a magnitude das características do produto necessárias para que sua qualidade seja adequada e econômica. As especificações referem-se a materiais, dimensões, processos, testes, etc.

Existem dois conceitos para a produção de qualidade: o da qualidade de projeto e o da qualidade de conformação. Os dois em conjunto formam a avaliação global do produto, que chega ao bem ou serviço que o consumidor deseja adquirir.

1.5.1 Qualidade de projeto

Denomina-se qualidade de projeto o processo de avaliação que visa garantir a adequação do produto ao uso já a partir da estruturação de seu projeto.

Dito de outro modo, é o conjunto de ações práticas que a organização desenvolve para assegurar que os requisitos do mercado sejam plenamente atendidos pelas especificações do projeto, assim, é um conjunto de mecanismos ativos, que direcionam as atividades da organização a partir de diretrizes da própria gestão da qualidade.

A qualidade do projeto tem a finalidade de determinar as características que se fazem necessárias ao produto para que este atinja as expectativas dos consumidores. Exemplo: alguns projetos de produtos podem ser desenvolvidos com o objetivo de reduzir os riscos durante sua utilização (máquinas industriais), reduzir ruídos e emissão de poluição (indústria automobilística). Enfim, há uma preocupação não somente com a eficácia do produto, mas principalmente com a sua eficiência.

1.6 Qualidade de conformação

Denomina-se qualidade de conformação o grau em que o bem produzido está de acordo com as especificações do projeto. Já a qualidade de conformação estipula a relação existente entre o projeto do produto e seu processo de fabricação, ou seja, são as ações necessárias para garantir que o produto seja fabricado rigorosamente de acordo com o seu projeto.

Para isto é importante providenciar um bom controle do processo, com a finalidade de evitar que este sofra variações que influenciarão a qualidade do produto.

A qualidade de conformação envolve, assim, a qualidade do processo, a qualidade da mão-de-obra e a qualidade de gerenciamento da empresa.

Embora seja fundamental considerar que a avaliação mais importante sobre a qualidade de um produto é feita pelo cliente, as empresas devem voltar suas atenções às questões básicas da qualidade: desenvolver bons projetos, que resultem em produtos de ótimo desempenho, e assegurar que os processos manufaturem estes produtos com um baixíssimo índice de defeitos e perdas. Desta forma as empresas conseguem se tornar produtivas.

A qualidade de conformação trabalha com conceitos e elementos típicos da Gestão da Qualidade no Processo, que envolve:

- Pleno atendimento às especificações do projeto;
- Ausência de defeitos;
- Capacidade de operação;
- Conhecimento e gerenciamento do processo;
- Potencialidades e fragilidades do processo;
- Análise e avaliação de operações de fabricação.

1.7 O conceito e a avaliação dos defeitos

As primeiras definições de defeito já mostram que se trata de uma noção essencialmente relativa. O defeito é sempre associado há uma característica. Por isso, o defeito é a falta de conformidade de ter terminada característica da qualidade de especificações a eles correspondente. O conceito do defeito requer a análise do produto (em produção ou em uso) a partir de suas características qualidade.

Para garantir que o defeito seja bem definido, a característica deve ter um padrão de análise mensurável.

O defeito é a falta de conformidade da unidade do produto, ou seja: falta de conformidade de especificações e característica.

Um defeito não é definido de igual maneira para todos os consumidores, embora facilmente detectado em inúmeras situações, o conceito de defeito não é intuitivo.

O defeito aparece sempre pela confrontação de cada característica a seu respectivo padrão. Não existe " produto defeituoso " já que o defeito é sempre associado a característica.

1.7.1. Como classificar defeitos

A prática mostra que a defeitos mais e menos importantes, ou seja, evidencia a necessidade de que os defeitos sejam classificados.

A dois modelos gerais de classificações de defeitos:

1. Quanto a ocorrência, entre si.
2. Quanto a importância.

Quanto a ocorrência, os defeitos são classificados conforme se referem a ocorrência entre si ao acabamento e aparência ou importância a suas características funcionais.

O acabamento e aparência: esta classificação refere-se aos defeitos na área externa do produto como aspecto geral, aparência, elementos visuais em forma de apresentação do produto, são defeitos frequentes e acabamentos, embalagem e conclusão na fabricação. Exemplo: risco e arranhões na superfície externa do produto, fios soltos em tecidos, quebras em materiais e decoração e entre outras possibilidades que podem ocorrer.

Esses tipos de defeito nem sempre inviabiliza o uso do produto.

Também é relevante considerar que certos produtos são avaliados, primeiro pela aparência e depois por suas características.

As características funcionais: esse tipo de defeito relacionasse a operação do produto, assim são desafios que impedem ou prejudicar consideravelmente o funcionamento do produto.

Exemplo: defeito de ignição ou bateria descarregada em veículo, vazamento de eletricidade em fios e isoladores, consumo exagerado de combustível de um carro, e entre outros.

A visibilidade do impacto desse tipo de defeito é mais evidente. Trata-se de um defeito na função básica do produto.

1.7.2. Porque classificar defeitos

De fato, mais relevante do que classificar, corretamente cada defeito em determinada categoria é compreender a importância prática da classificação de defeitos e evitar que o produto chegar até o comprador sem defeito nenhum.

É um equívoco afirmar que o emprego das classificações de defeitos minimizar o empenho para eliminar defeitos menos importantes, centrando

atenção apenas dos efeitos mais relevantes, o correto é considerar que todos os efeitos serão levados em consideração o emprego de critérios para priorizar as ações e desenvolver o defeito.

A meta real deve ser como a ter todos os defeitos e satisfazer todos os clientes.

1.7.3. Os conceitos de controle da qualidade: tipos, contribuições e restrições

Tipos: o controle da qualidade é um sistema dinâmico e complexo que envolve, direta e indiretamente, todos os setores da organização.

Contribuições: tem algumas decorrências interessantes e úteis.

Restrições: embora criar uma organização das atividades da gestão de qualidade, a determinação da estrutura sistêmica não define uma função básica para o controle de qualidade.

1.8.1 A função do controle da qualidade

O controle da qualidade é um conjunto de ações que visa analisar, pesquisar e prevenir a ocorrência de defeitos em processos e produtos.

As contribuições do conceito: este conceito minimizar as restrições apontados no caso anterior.

A ação preventiva tem a visão de futuro próprio da definição básica de qualidade.

1.8.2 A atividade básica de qualidade

Esta atividade foi desenvolvida para conferir uma visão positiva, agregadora e contributiva para a qualidade. As contribuições do conceito: em primeiro lugar, o conceito aqui proposto criar uma visão positiva da qualidade.

A meta do controle da qualidade é avaliar a qualidade que foi produzida, o valor obtido em termos de qualidade, que foi gerado no produto. As restrições ao conceito dois.

As restrições a este conceito são essencialmente operacionais, decorrentes do rápido desenvolvimento das operações industriais.

1.8.3 O conceito de controle da qualidade como monitoramento

O monitoramento contínuo das atividades de produção, com vista a garantir a permanente adequação da qualidade produzida a qualidade planejada.

As contribuições do conceito: além da adequação ao avanço tecnológico, a noção de monitoramento pressupõe um acompanhamento igualmente intenso e interruptor de posturas e tendências do consumidor.

Assim, o monitoramento tem muito mais foco externo do que interno a organização.

As restrições ao conceito: em princípio, não há. Podem ser listadas algumas questões técnicas ou operacionais para implementar o monitoramento, mas não se pode dizer que esses elementos prejudicam, ou mesmo, inviabiliza o processo.

1.9. Planejamento da qualidade

Planejamento. É uma palavra de muita importância, pois leva ao comprometimento, rendimento, esforço humano, produção e o gerenciamento, o que leva a conclusão, à qualidade do produto final.

Planejar é algo que antecipa aquilo que se quer fazer. De fato, toda intervenção a ser feita, principalmente na área de qualidade, que é a área que mais o cliente de hoje está mais ligado, suscetível, é importante realizar um planejamento das atividades que serão colocadas em prática, visando alcançar um certo objetivo, ou seja, uma espécie de transformação do processo produtivo, ou transformação geral, da empresa, se for o caso.

Segundo (Juram, 1997)

Planejar a qualidade significa conhecer acima de tudo o que o cliente deseja, seus anseios e necessidades, e conseguir traduzi-los em características mensuráveis para poder gerenciá-los de maneira eficaz. O planejamento da qualidade envolve estabelecer metas de qualidade, identificar os clientes, determinar suas necessidades, desenvolver características dos produtos que atendam às necessidades dos clientes, desenvolver processos que sejam capazes de produzir as características do produto, estabelecer controles de processos e transferir os planos resultantes para as forças operacionais.

O planejamento da qualidade envolve um conjunto de ações para identificar quais padrões de qualidade são importantes para o projeto e a realização dos seus objetivos.

O planejamento da qualidade estabelece as políticas, responsabilidades e procedimentos que serão usados para assegurar um adequado nível de qualidade aos produtos ou serviços que devem ser seguidos por todos os participantes no projeto.

O planejamento da qualidade deve incluir técnicas e ferramentas de controle de forma a garantir com que os produtos gerados apresentem as características para as quais foram concebidos e satisfazer o cliente, ele e um dos processos facilitadores durante o planejamento e deve ser feito regularmente aos outros processos do projeto. Por exemplo, mudanças no produto do projeto, necessárias para atender os padrões de qualidade identificados, podem exigir ajustes no prazo ou no custo ou, ainda, a qualidade desejada do produto pode exigir uma análise detalhada do risco de um problema identificado.

Para elaborar o plano da qualidade pode exigir ajustes no custo ou no cronograma para incorporar as atividades de prevenção, além de análise detalhada de risco para problemas identificados pelo controle da qualidade.

O objetivo deste trabalho de transformação é conseguir melhorias anormalmente expressivas no que diz respeito ao aumento da produtividade, à qualidade dos serviços ou produtos e a eficácia do atendimento ao cliente.

1.9.1. Por que planejar a qualidade

Com o grande avanço comercial que a globalização proporcionou as empresas o mercado ficou cada vez mais competitivo o cliente está ficando cada vez mais exigente e informado a cada dia e se elas não investirem em um planejamento eficaz que possa satisfazê-lo de forma que atenda e também supere as expectativas das pessoas, corre um grande risco de perder espaço no mercado em que atua onde a concorrência cresce constantemente.

Os métodos pelas quais as empresas estão procurando na qualidade a oportunidade de acompanharem as mudanças que ocorrem nos mercados,

possibilitando que elas não fiquem para trás. Evitando que tomem decisões precipitadas e ajudando a tomar as decisões antes que ocorram erros no processo produtivo como quebras de máquinas, práticas de desperdícios, erros recorrentes, ou pior que isso antes que o mercado de sinais de impaciência com a empresa como reclamações, devoluções, perda de contratos reduzindo a faixa de atuação no mercado, ter um planejamento para todos esses problemas para evitar comportamento reativo, porque reagir no desespero só piora as coisas.

O planejamento da qualidade se torna muito importante por uma série de fatores. Pode-se dizer que as partes dos produtos e os índices de falhas são determinados na maioria das vezes durante o planejamento para a qualidade. Também se percebe que grande parte do que é feito no presente consiste em repetir trabalhos anteriores. Dessa forma, a etapa de planejamento, como antecessora das etapas de execução de um projeto, deve receber a máxima atenção.

O planejamento tem benefícios que superam as ações que visam antecipar-se aos problemas. Podem significar dar mais valor ao processo produtivo pelas melhores formas de desenvolver operações, a escolha de recursos mais adequados para cada ação, a opção pelos melhores métodos de trabalho e procurando melhores alternativas para alcançar as metas da empresa.

“Segundo Juran (1993), alta qualidade é obtida quando as características do produto são as melhores, quando atendem às necessidades dos clientes e quando há ausência de deficiências. A palavra qualidade tem dois significados principais: as características de produto que respondem às necessidades dos clientes e ausência de deficiências. Um termo genérico para cobrir os dois significados é “adequação ao uso”.

E também segundo CARVALHO (1991)

“A qualidade é hoje uma das principais estratégias competitivas nas diversas empresas e nos diversos setores. A qualidade está intimamente ligada à produtividade, a melhoria de resultados e aumento de lucros, através de redução de perdas e do desperdício, do envolvimento de todos na empresa e consequente motivação. A qualidade é um fator crítico de sucesso do resultado que a organização busca no dia-a-dia.”

Existem várias definições para Qualidade, mas, o que recentemente vem alavancando a mobilização, e a consciência para a qualidade é a

competitividade entre as empresas que estão crescendo e cada vez mais sendo exigida pelos fornecedores.

A necessidade de sobrevivência se evidencia no mundo dos negócios. Assim sendo, a busca de resultados (produtos ou serviços) confiáveis tem se tornado constante nas organizações.

1.9.2. Como planejar a qualidade

Antes de iniciar um projeto deve-se identificar os padrões de qualidade necessários para alcançar os objetivos do projeto.

Um padrão de qualidade é uma medida que você pode usar para determinar a implementação bem-sucedida ou o resultado de um projeto.

Os padrões de qualidade que você seguir deverão ajudar a equipe alcançar todos os objetivos do projeto e a evitar erros que podem custar caro, fornecer os recursos necessários para concluir o projeto, cumprir os objetivos de agenda do projeto, melhorar a produtividade e atender aos requisitos do cliente.

Implementar ações que contribuem para o aumento da produtividade e em estratégias de suas atuações no mercado que ampliem a capacidade competitiva da organização.

Tem que ficar bem claro para todos que o planejamento da qualidade integra um programa amplo da qualidade, que atende a ir além de objetivos temporários ou associados a situação de tempo ou em espaço.

A vantagem de associar o planejamento da qualidade a um programa está no fato que se pode trabalhar em etapas, de forma organizada.

A algumas restrições de algumas pessoas não confiarem no programa e considerarem que ele não é permanente, durável, seguro.

Antes de aplicar o planejamento da qualidade e preciso analisar se vai ser viável ou não para a empresa procurar usar as técnicas e ferramentas corretas.

- Análise de custo benefício
- Benchmarking (práticas do projeto)
- Projetos de experimento (fatores que influenciam o produto)
- Custos da qualidade
- Ferramentas adicionais de planejamento da qualidade

1.9.3 Benchmarking

Um processo utilizado por muitas empresas para medição sistemática e comparação das estratégias de produção, serviços e dos resultados de uma organização com as melhores empresas do segmento. Procurando obter informações que indicarão quais ações devem ser implementadas para melhorar seu desempenho tornando-se mais competitiva.

São informações obtidas através deste processo são extremamente valiosas, devendo ser tratadas como tal. É um processo de aprendizado com o outro, sendo possível analisar e identificar o que está sendo feito de forma errada. Mas é importante lembrar que a cópia pura e simples de práticas e estratégias neste processo pode ser fatal para sua empresa, sempre importante ter uma boa análise encima do método que será aplicado na empresa, nem sempre o que dá certo na outra empresa significa que dará na sua, procurar adaptar e melhorar.

Assim, podemos dizer que o Benchmarking é a procura contínua pelo ponto de referência para medição de competências dentro do seu negócio.

Os principais benefícios do Benchmarking são:

- Sintonizar a empresa com as melhores práticas do mercado;
- Aperfeiçoamento da cultura do “melhoramento contínuo” da empresa;
- Melhora da comunicação empresarial;
- Profissionalização dos processos da empresa;
- Melhor visão dos processos e, conseqüentemente, melhores oportunidades para terceirização de alguns destes processos;
- Diminuição do número de erros;
- Redução de custos.

1.9.4 Sistemas da qualidade

O sistema da qualidade consolida o modelo gerencial que reúne as ações fundamentais da qualidade.

A estrutura utilizada para a produção da qualidade com entradas e saídas bem definidas.

Entradas: Conjunto de informações relativas a todas as decisões da organização, que são tomadas de forma a priorizar a qualidade nas ações operacionais, táticas e estratégias da empresa. Mais especificamente: políticas da qualidade, diretrizes de funcionamento, normas de atendimento preferencial aos clientes e informações referentes a realidade atual e as tendências do mercado, além de estudos e pesquisas sobre preferências do consumidor.

Saídas: Produtos acabados que atendem ou superam as expectativas dos clientes, isto é, produtos com qualidade. Estes produtos são decorrências diretas das ações organizadas para produzir qualidade, em certo sentido estas ações também podem ser consideradas como saídas do sistema de qualidade.

No sistema de qualidade a algumas metas a serem alcançadas:

Interação organizada das partes: isso quer dizer a operação do sistema de qualidade tem que estar extremamente interativos entre si e com a coordenação dos esforços pela qualidade em todas as áreas da organização com a interligação e troca de informações entre todos os setores, todas as áreas e todas as equipes.

Princípios básicos de funcionamento: e do total atendimento aos consumidores (dimensão externa da Qualidade Total). A partir deste princípio geral e definida a política da qualidade, os procedimentos e normas que serão adotados pela empresa.

Busca de objetivos comum: a qualidade é estabelecida como objetivo comum de todas as ações da empresa. Assim a qualidade passa a ser meta de todos da empresa. Os sistemas de qualidade exigem que o mercado deseje o produto.

Propriedade evolutiva dos sistemas da qualidade: a qualidade como se sabe é um conceito essencialmente dinâmico, sempre sujeito a contínua melhoria e sempre em evolução permanente. Esta característica talvez seja a que mais provoca a identidade entre qualidade e sistema. No sistema de qualidade a evolução acontece a partir das reações do mercado.

Nos sistemas de qualidade o cliente procura o produto, tende a ser fiel a ele, porque o produto aceito pode ser substituído por outro, o produto desejado reflete uma fidelidade do consumidor que revela uma busca que vai além da simples aceitação. O conceito amplo da qualidade inclui o de produtividade a condições melhores do processo e de fato pré-requisitos da adequação do produto ao uso.

1.10 Economia da qualidade

Há duas maneiras de se avaliar este termo, uma se refere a contribuição positiva da qualidade, a segunda seria os ganhos sobre a redução de custos decorrentes para otimizar o processo produtivo, ambas são importantes, mas só a primeira agrega efetivo valor a qualidade.

1.11.1. Os custos da ausência da qualidade

A má qualidade gera custos, por isso investir em qualidade é a melhor forma de minimizar custos. Nesse ponto a economia da qualidade tem a ver com situações que envolvem defeitos, perdas, erros, falhas, paralisações.

Atrasos, horas extras para compensar esses problemas, quebras, demoras, e tudo isso leva a parada de processo para não ocorrer esses problemas e importante a aplicação da qualidade desde os inícios de todos os processos da empresa.

Ainda que não agregue valor a qualidade, tem se mostrado de muita utilidade para as organizações, sobre tudo como etapa inicial de um programa amplo da qualidade.

1.11.2. Impactos positivos da qualidade

Com a qualidade, a empresa garante maior atuação no mercado do consumidor o que gera vendas e aumenta receitas. Além disso a empresa começa a contar com maiores indicadores de competitividade e isso significa ganhos de novas faixas de mercado, já que bons produtos mantem preços mais estáveis evitando descontos e ampliando receitas, aumentando a fidelidade do cliente colocando a empresa em posição no mercado.

O conjunto de impactos positivos da qualidade sobre a economia da organização tem sido chamado de “valor da qualidade” e diz respeito a ganhos efetivos. Trata-se de ganhar e não deixar de perder.

2. ESTUDO DE CASO: PESQUISA SOBRE SATISFAÇÃO E QUALIDADE DOS SERVIÇOS E PRODUTOS DA CIDADE DE NOVO HORIZONTE- SP

2.1 História sobre a pesquisa realizada

Atualmente vivemos num mercado que cada vez mais está se tornando competitivo, onde qualquer diferencial é fundamental para se destacar entre os concorrentes, onde podemos observar que o cliente é o foco de todo o esforço de uma organização.

Diante deste cenário, o padrão da qualidade em serviços que se tornou esperado por estes consumidores foi aumentado, assim como o seu poder de compra.

O nível dos serviços que eram oferecidos anteriormente passou a não ser satisfatoriamente aceitos por estes consumidores.

Antes só a qualidade do produto era considerada um diferencial competitivo e mais para a frente passou a ser obrigação hoje em dia as empresas tem que aprender que qualidades de serviços e produtos são um conjunto e que separados eles perdem toda sua harmonia.

Para obter vantagem competitiva, a empresa deveria considerar cada vez mais os serviços prestados com o melhor desempenho possível, já que estes são mais difíceis de serem copiados pelos concorrentes do que a tecnologia desenvolvida para produtos.

Nos últimos anos, tem-se observado que o incremento dos serviços com qualidade ganhou tanta importância, que é visto como o grande diferencial de vantagem competitiva.

Estamos no meio de um processo de mudanças básicas, deixando um mundo que simplesmente comercializa e vende seus produtos para ingressar num mundo no qual os clientes determinam o tipo de produtos e serviços pelos quais estão dispostos a pagar. Se não ocorrerem à sua maneira, irão procurá-los em outro lugar, ou seja, as empresas estão percebendo que não se vende apenas o que se fabrica, mas que devem dar aos clientes o que eles desejam.

A formação de novos tipos de clientes é o resultado da evolução de uma sociedade que apenas se preocupava em produzir para uma nova sociedade voltada aos serviços.

Os clientes estão mais exigentes e conscientes do que em qualquer outra época; para a nova década, o serviço será o produto fundamental, e as empresas que fizerem do serviço sua força motriz serão aquelas que terão maiores chances de vencer a concorrência e que se tornarão efetivamente competitivas.

Neste sentido, a necessidade e a oportunidade de se buscar a qualidade, a produtividade e de se alcançar níveis de excelência naquilo que se faz nunca foram tão grandes, visando encarar de frente a competição entre as empresas concorrentes.

A cidade de Novo Horizonte está em constante evolução e com a chegada de grandes empresas mais estruturadas com uma qualidade e variedade maior de serviços.

Percebendo isso os consumidores estão ficando mais exigentes com o comércio local e algumas empresas locais não consegue atender as expectativas e percepção de seus clientes e estão perdendo seu espaço no mercado e com a crise que vem afetando a economia brasileira é difícil manter as portas abertas.

2.2 Qualidade de serviços e de produtos

Para os autores, Zeithalm e Bitner (2003) os serviços são como ações, processos e atuações. Explicam que serviços são todas aquelas atividades cujo produto não é físico, geralmente é consumido no momento em que é produzido e gera valor agregado intangível (como conveniência, conforto ou saúde).

A intangibilidade, segundo esse conceito, é determinante para classificar se uma oferta é ou não um serviço. Porém, é reconhecido que poucos produtos são plenamente tangíveis e que intangíveis não são produzidos somente no setor de serviços.

O fato dos serviços possuírem essa característica da intangibilidade, ou seja, não podem ser vistos sentidos ou tocados da mesma forma que sentimos os bens tangíveis. Ela dificulta a percepção da qualidade pelo cliente antes de seu consumo.

Segundo (Kotler e Keller, 2006 p. 399).

A fim de reduzir essa incerteza, os compradores procuram por sinais ou evidências da qualidade do serviço. Deduzem a qualidade com base nas instalações, nas pessoas, nos equipamentos, no material de comunicação, nos símbolos e nos preços percebidos. Por isso, a tarefa do prestador de serviços é 'administrar as evidências', para 'deixar tangível o intangível'. Enquanto o desafio dos profissionais de marketing de produtos é agregar-lhes ideias abstratas, o dos profissionais de marketing de serviços é agregar evidências e imagens concretas a ofertas abstratas.

Os clientes decidem o quanto estão satisfeitos, fazendo um julgamento sobre a qualidade do serviço, no que se refere à entrega e aos resultados. Alguns clientes, mesmo antes de consumirem o serviço, já têm suas percepções de qualidade definidas, em função das campanhas de marketing da empresa e até mesmo dos julgamentos de outras pessoas que já conhecem o serviço. Porém, para ficar satisfeito ou insatisfeito, o cliente deverá primeiro experimentar o serviço.

A qualidade dos serviços, de acordo com clientes, apresenta dois componentes importantes:

- a) qualidade real: representa o que o serviço realmente é, ou seja, é o que será desenvolvido pelo profissional responsável pelo processo;
- b) qualidade de percepção: é a realidade sob a ótica do cliente, ou seja, é a impressão que o cliente teve do serviço.

O que chama a atenção também, para a necessidade por parte dos administradores de seguir uma sequência de procedimentos internos para desenvolver serviços de qualidade.

Para analisar e julgar a qualidade dos serviços os consumidores consideram as seguintes dimensões:

- a) Confiabilidade: refere-se à capacidade de prestar o serviço prometido ao cliente com confiança e exatidão. "A confiabilidade significa que a empresa fornece o serviço com base naquilo que foi prometido – promessas sobre a entrega, sobre a prestação do serviço, a solução do problema e o preço.

b) Responsabilidade: está relacionada à disposição para auxiliar o cliente e fornecer o serviço prontamente, sem deixar o cliente esperando

Esta dimensão, de acordo com chama-se *Responsabilidade*, e enfatiza a atenção e a prontidão em relação às solicitações, reclamações e problemas dos clientes;

c) Segurança: refere-se à competência por parte do funcionário em realizar o serviço; cortesia e respeito ao cliente; ideia de que o funcionário está interessado no melhor para o cliente.

d) Empatia: refere-se à acessibilidade, sensibilidade e esforço para atender as necessidades dos clientes, atenção personalizada ao cliente

e) Aspectos tangíveis: relacionados à aparência da estrutura física (equipamentos, pessoal), a condição do ambiente (limpeza) e conduta de outros clientes que estejam utilizando o serviço.

2.3 Metodologia

O estudo de caso foi aplicado na cidade de Novo horizonte com o intuito de fazer um levantamento sobre a percepção e expectativas dos consumidores sobre a qualidade de serviços e de produtos do comércio local.

Foi elaborado um questionário com 9 questões tanto qualitativa quanto quantitativo envolvendo perguntas generalizadas abordando os principais tipos de comercio da cidade.

Este questionário foi aplicado para 60 pessoas entre comerciantes e consumidores, através das respostas foram elaborados gráficos para cada de tipo de comercio e um gráfico com as notas dadas pelos participantes.

2.4 PESQUISA REALIZADA:

2.4.1 Pesquisa de satisfação de serviço e produtos de Novo Horizonte.

1. Na sua opinião como é a qualidade da prestação de serviço das redes de supermercados?
 Regular Bom ruim

2. Como você classifica a prestação de serviço nos restaurantes de Novo Horizonte?
 Regular Bom ruim

3. Como você classifica a prestação de serviços nas padarias de Novo horizonte?
 Regular Bom ruim

4. Como você classifica a prestação de serviços nos postos de gasolina e Novo horizonte?
 Regular Bom ruim

5. Como você classifica a prestação de serviços dos hotéis de Novo Horizonte?
 Regular Bom ruim

6. Como você classifica a prestação de serviços do comercio de Novo horizonte?
 Regular Bom ruim

7. Como você classifica a prestação de serviços das óticas de Novo Horizonte?
 Regular Bom ruim

8. Como você classifica a prestação de serviços das academias de Novo horizonte?
 Regular Bom ruim

9. Como você classifica a qualidade dos produtos oferecidos pelos comercio de Novo horizonte, de uma nota de 0 a 10?

R:

10. Na sua opinião, qual é o maior problema na prestação de serviço do comércio em Novo Horizonte?

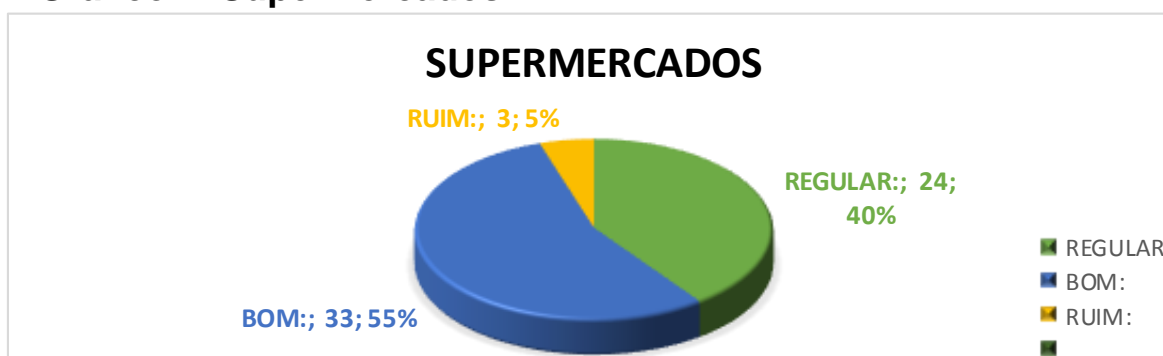
- () Produto de má qualidade () Atendimento () Preço

11. Para que esse problema seja solucionado, na sua opinião, o que tem que ser feito no comércio de Novo Horizonte?

- () Começar adquirir produtos de melhor qualidade;
 () Dar Treinamento para seus funcionários;
 () Alterar os preços dos produtos.

2.5 Gráficos:

Gráfico 1. Supermercados



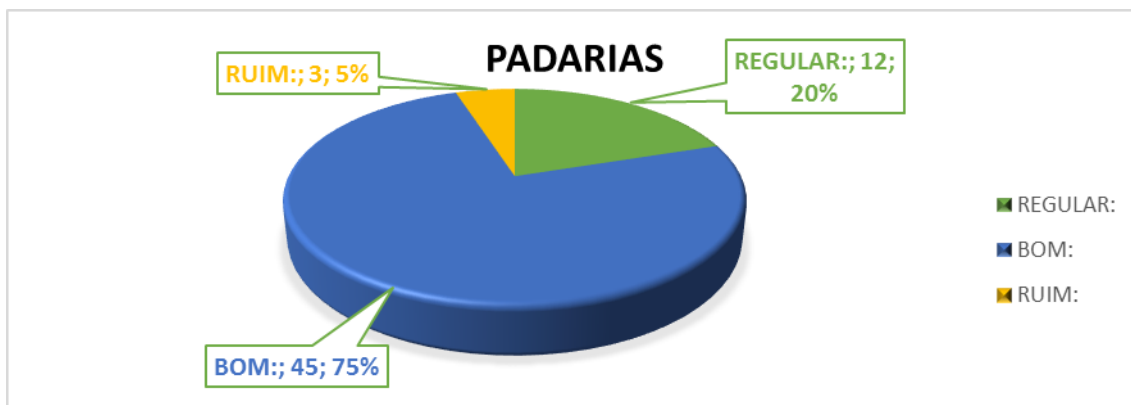
Fonte: Pesquisa realizada pelos autores.

Gráfico 2. Restaurantes



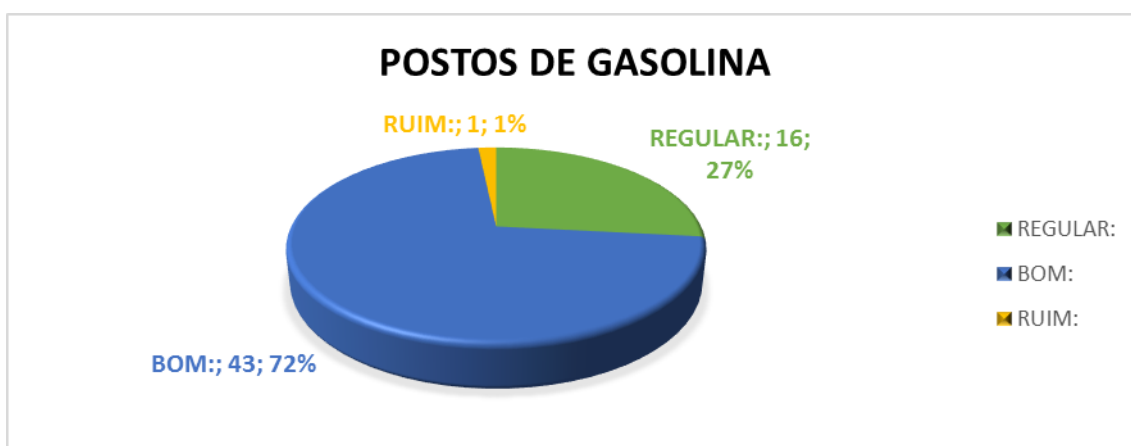
Fonte: Pesquisa realizada pelos autores.

Gráficos 3. Padarias



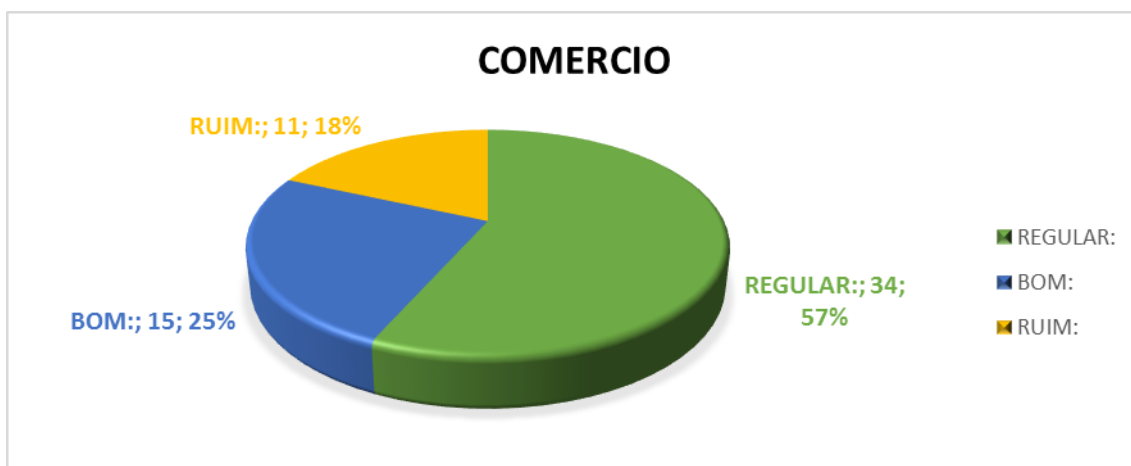
Fonte: Pesquisa realizada pelos autores.

Gráficos 4. Posto de Gasolina



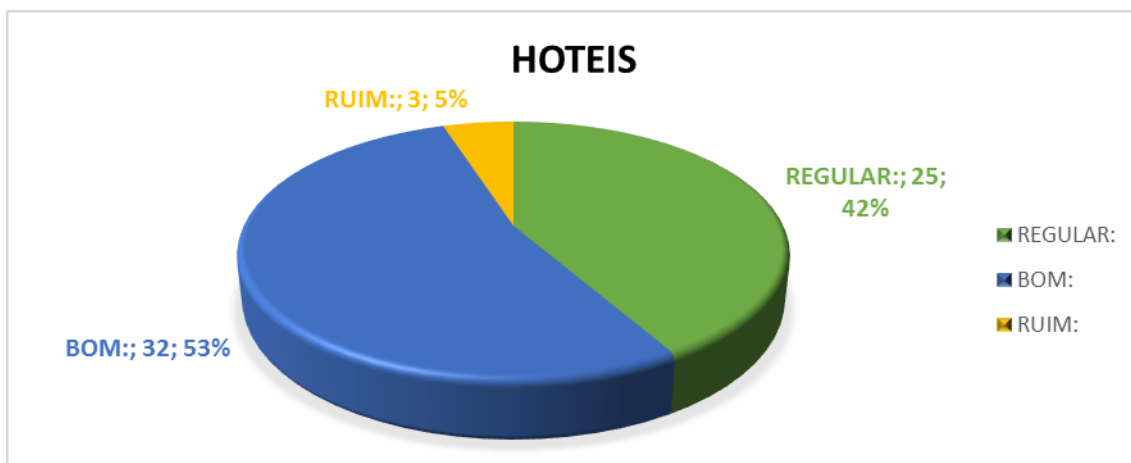
Fonte: Pesquisa realizada pelos autores

Gráfico 5. Comércio



Fonte: Pesquisa realizada pelos autores.

Gráfico 6. Hotéis



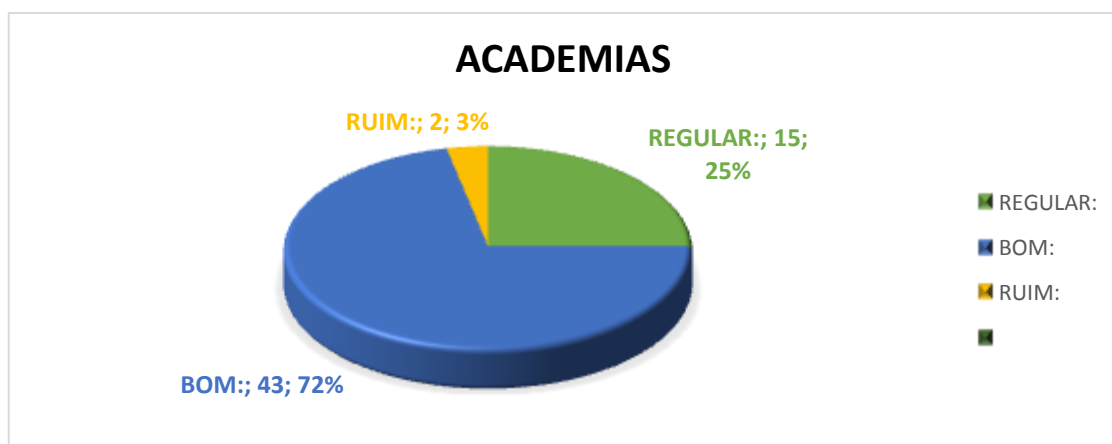
Fonte: Pesquisa realizada pelos autores.

Gráfico 7. Óticas

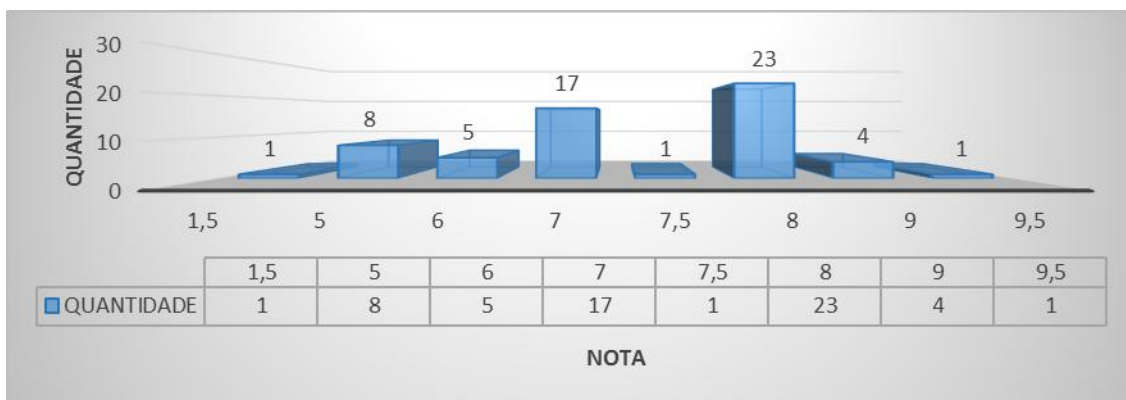


Fonte: Pesquisa realizada pelos autores.

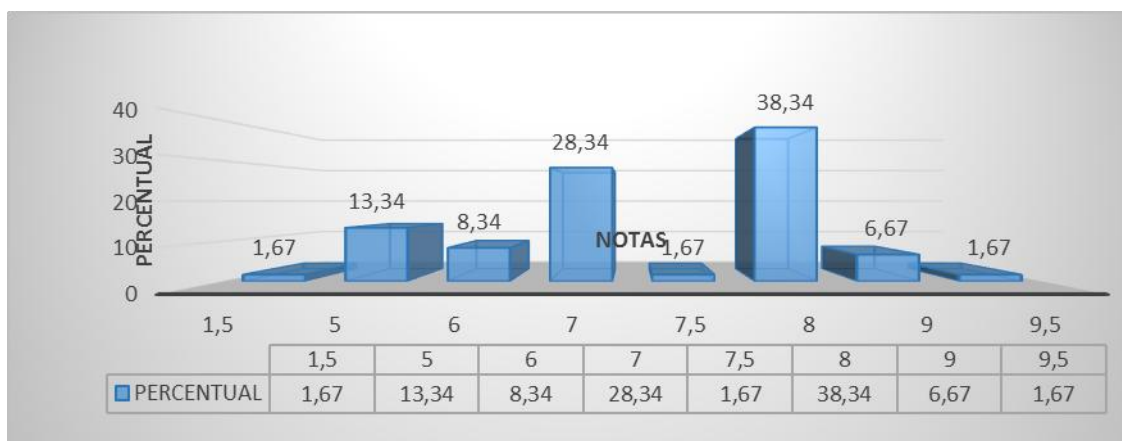
Gráfico 8. Academias



Fonte: Pesquisa realizada pelos autores.

Gráfico 9. Notas dadas

Fonte: Pesquisa realizada pelos autores

Gráfico 10. Percentual de votos

Fonte: Pesquisa realizada pelos autores

CONCLUSÃO

A gestão da qualidade dos serviços e produtos tem o objetivo de mostrar o significado de um gerenciamento de eficiência organizacional. Um gerenciamento não apenas na qualidade da produção, e sim a qualidade que se inicia desde aquisições das matérias primas, até a chegada do produto ou serviço ao cliente, para garantir sua satisfação e fidelidade.

A qualidade na prestação de serviços e produtos está diretamente ligada a produtividade, a melhoria de resultados e aumento de lucros, através de redução de perdas e do desperdício do envolvimento de todos da organização e consequente motivação.

E fundamental que as empresas ofereçam um produto ou serviço diferenciado e de qualidade.

A qualidade está intrinsecamente relacionada à satisfação do cliente, portanto, a percepção do cliente é um fator-chave para avaliar as expectativas em relação a um produto ou serviço oferecido.

Qualidade é muito abordado e seu significado possui sempre relação direta com a busca pela satisfação do cliente, o que condiciona uma maior competitividade no mercado.

Esse tema apresenta um conjunto amplo de definições e foi desenvolvido e aprimorado ao longo do tempo, até ser visto como um pré-requisito fundamental para a competitividade das organizações.

Neste sentido, podemos concluir que a qualidade dos serviços e produtos não é apenas uma estratégia ou ferramenta, mas são elementos decisivos para a competitividade e para a sobrevivência das organizações em meio ao cenário atual em que nos encontramos e que a empresa tem que saber usa-las em conjunto para poder manter seus consumidores sempre por perto e seu espaço no mercado.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Negócios da gestão da qualidade. Disponível em:

<[Http://www.administradores.com.br/artigos/negocios/gestao-da-qualidade/25638/](http://www.administradores.com.br/artigos/negocios/gestao-da-qualidade/25638/)>

Acesso em 22 de agosto de 2016;

Planejamento da qualidade. Disponível em:

<[Http://www.avellareduarte.com.br/fasesprojetos/planejamento/planejamento-da-qualidade/](http://www.avellareduarte.com.br/fasesprojetos/planejamento/planejamento-da-qualidade/)

> Acesso em: 25 de agosto de 2016;

Processo de planejamento. Disponível em:

<[Http://www.cin.ufpe.br/~if717/Pmbok2000/pmbok_v2p/wsp_8.1.html](http://www.cin.ufpe.br/~if717/Pmbok2000/pmbok_v2p/wsp_8.1.html)> Acesso em:

20 de julho de 2016;

Manual da qualidade final. Disponível em:

<[Http://www.dgeec.mec.pt/np4/%7B\\$clientServletPath%7D/?newsId=374&fileName=Manual_Qualidade_Final.pdf](http://www.dgeec.mec.pt/np4/%7B$clientServletPath%7D/?newsId=374&fileName=Manual_Qualidade_Final.pdf)> Acesso: 03 de setembro de 2016;

Gerenciamento da qualidade. Disponível em:

<[Http://escritoriodeprojetos.com.br/planejar-o-gerenciamento-daqualidade.](http://escritoriodeprojetos.com.br/planejar-o-gerenciamento-daqualidade.)> Acesso em: 17 de setembro de 2016;

Sistemas de gestão da qualidade. Disponível em:

<<http://gestao-de-qualidade.info/sistemas-de-qualidade.html>> Acesso 13 de agosto de 2016;

GARVIN, David A. Gerenciando a qualidade: a visão estratégica e competitiva. Rio de Janeiro: Qualitymark Ed., 2002.

Conceito de qualidade. Disponível em:

<<http://marketingfuturo.com/diferentes-conceitos-de-qualidade>> Acesso em: 02 de outubro de 2016;

Qualidade do produto. Disponível em:

<[Http://www.profcordella.com.br/unisanta/textos/gql13_caract_da_qualidade.htm](http://www.profcordella.com.br/unisanta/textos/gql13_caract_da_qualidade.htm)>

Acesso em: 15 de julho de 2016;

Gestão da qualidade. Disponível em:

<[Http://www.profcordella.com.br/unisanta/textos/gql12_introd_gestao_da_qualidade.](http://www.profcordella.com.br/unisanta/textos/gql12_introd_gestao_da_qualidade.htm)

htm> Acesso em: 20 de outubro de 2016;

Processo de planejamento. Disponível em:

<[Http://www.pauloeduardo.com/2011/08/11/pmbok-grupo-de-processos-de-](http://www.pauloeduardo.com/2011/08/11/pmbok-grupo-de-processos-de-planejamento-parte-4/)

planejamento-parte-4/> Acesso: 02 de novembro de 2016;

A qualidade total. Disponível em: < www.portal-administracao.com > Acesso: 10 de agosto de 2016;

Planejamento e gestão de qualidade. Disponível em:

<[Http://www.webartigos.com/artigos/planejamento-e-gestao-da-qualidade/26759/](http://www.webartigos.com/artigos/planejamento-e-gestao-da-qualidade/26759/)>

Acesso: 15 de novembro de 2016;