

Impacto do ciclo PDCA no processo de atendimento aos clientes em empresa de aviamentos

Impact of the PDCA cycle on the customer service process in a garment company

Recebido: 20/09/2020 | Revisado: 10/10/2020 | Aceito: 15/11/2020 | Publicado: 06/12/2020

Fabiano Roberto de Brito

Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Brasil

E-mail: fabiano-roberto@bol.com.br

Max Leandro de Araújo Brito

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2827-9886>

Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Brasil

E-mail: max.brito@ceres.ufrn.br

Resumo

Atualmente o gerenciamento é um importante fator competitivo entre as empresas do mundo inteiro, nos mais variados setores. A qualidade presente nos serviços para ampliar a satisfação do cliente é um aspecto determinante e decisivo, devendo ser considerado. O presente estudo tem por objetivo analisar o possível impacto do ciclo PDCA se utilizado no processo de atendimento aos clientes na empresa Casa das Linhas. A metodologia do estudo é qualitativa compreendendo a aplicação de uma entrevista, em profundidade, com o gestor da empresa, bem como observação. Como resultado, o estudo aponta que a empresa trabalha para atender e ouvir bem a clientela, procurando sempre resolver os problemas. Porém ainda faltam métodos para o aumento da velocidade no atendimento, tendo em vista que possuem um quadro de funcionários reduzido. Não dispõem de uma política de pós-vendas, e como atrativo, aponta a variedade de produtos e o preço baixo. Por fim, o estudo conclui que a utilização do ciclo PDCA pode auxiliar na compreensão de problemas existentes e como serem solucionados, uma vez que é contínuo e contribui para o desenvolvimento de processos da melhor maneira possível, podendo gerar melhorias no atendimento, minimizando falhas e modificando rotinas.

Palavras-chave: Planejamento; Melhorias; Produção.

Abstract

Currently, management is an important competitive factor among companies from all over the world, in the most varied sectors. The quality present in the services to increase customer satisfaction is a determining and decisive aspect, and must be considered. This study aims to analyze the possible impact of the PDCA cycle if used in the customer service process at Casa das Linhas. The study methodology is qualitative, including the application of an in-depth interview with the company manager, as well as observation. As a result, the study points out that the company works to serve and listen well to customers, always trying to solve problems. However, methods for increasing the speed of service are still lacking, given that they have a reduced staff. They do not have an after-sales policy, and as an attractive feature, it points out the variety of products and the low price. Finally, the study concludes that the use of the PDCA cycle can assist in the understanding of existing problems and how to be solved, since it is continuous and contributes to the development of processes in the best possible way, being able to generate improvements in service, minimizing failures and modifying routines.

Keywords: Planning; Improvements; Production.

1. Introdução

Visando controlar processos e conseguir melhores resultados, o método descrito pelas letras PDCA (que significa, em seu idioma de origem, PLAN DO CHECK ACT), é um eficaz modo para ser usado de forma contínua na gestão de atividades, prevenindo e favorecendo a análise de informações. Torna-se evidente um estudo sobre a melhoria contínua, como ela está estabelecida dentro da empresa e como usá-la. Incluir a ferramenta PDCA pode gerar um melhor atendimento, proporcionando o aumento nas vendas, maior fidelização de clientes e um sistema de funcionamento bem definido e organizado, ocasionando uma perfeita harmonia no ambiente empresarial.

Em suma, o PDCA reúne os conceitos básicos da administração, sendo apresentado em uma estrutura simples e clara – através de um ciclo de ser compreendida e gerenciada por qualquer organização, podendo ser utilizado para a busca da melhoria e o alcance de resultados, necessários à sua sobrevivência através do gerenciamento da rotina do dia-a-dia e da melhoria contínua dos processos.

Tendo em vista o contexto apresentado, o presente estudo tem por objetivo analisar o possível impacto do ciclo PDCA se utilizado no processo de atendimento aos clientes na empresa Casa das Linhas. Desse modo, a princípio é apresentada uma revisão da literatura sobre o ciclo PDCA. Em seguida têm-se a metodologia, resultados e a considerações finais dos estudos.

2. O ciclo PDCA

Conforme Ishikawa (1993) qualidade é a visão e satisfação das necessidades do mercado, adequação ao uso e igualdade dos resultados do processo, sendo capaz de aumentar, idealizar, elaborar e vender um produto mais proveitoso e econômico para o cliente. Ela é responsável por identificar e corrigir os problemas que influenciam sobre a satisfação do

consumidor, sendo capaz de melhorar a gerencia dos negócios, caso disponha do envolvimento de todos os membros da equipe (OLIVEIRA, 1996). A satisfação do consumidos envolve diferentes aspectos que vão do contato com o cliente no ambiente físico (GARCIA; BRITO, 2020; SANTANA; BRITO, 2020; FERREIRA; BRITO, 2020; BRITO et al, 2013), virtual (COSTA; BRITO, 2020; MORAIS; BRITO, 2020; JACOME et al, 2020; SILVA et al, 2020; SALES FILHO et al, 2020; SILVA et al, 2019), até o planejamento da venda do produto/serviço (HIGINO et al, 2017; CAETANO et al, 2016; LIMA et al, 2016; CARVALHO et al, 2012) e cuidados com a competição do mercado (FONTES et al, 2012; CAVALCANTE; BRITO; ARAÚJO, 2013; OLIVEIRA et al, 2016; BRITO; PESSOA; PESSOA, 2018).

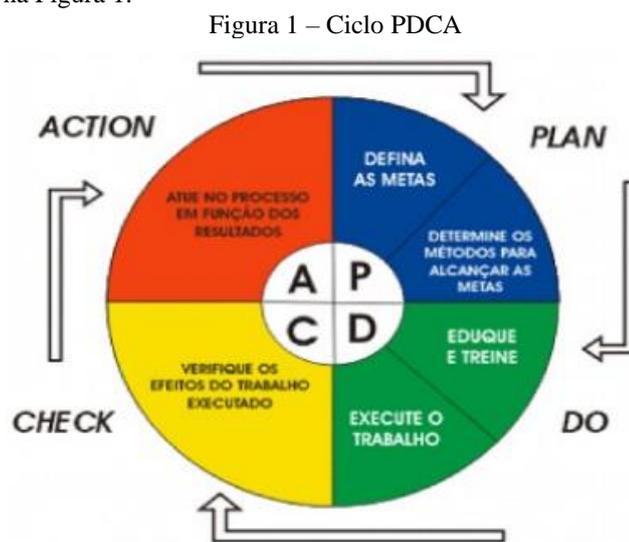
No meio produtivo embora os processos de operação existam, não se consegue obter produtos ou serviços idênticos mesmo que haja as melhores condições, pois, causas diversas podem influenciar nas variações (SILVA, 2005; BRITO et al, 2011; TEIXEIRA et al, 2017; SOARE; BRITO, 2019; TEIXEIRA et al, 2019). Implantar a qualidade é possível com o aprimoramento de técnicas que contribuam com a organização. Os métodos existentes dão ênfase às áreas específicas e determinam previsões sobre o desenvolvimento ou análise prática de um processo, sendo de simples compreensão, fácil manuseio e gerando resultados satisfatórios (PALADINI, 1997).

Segundo Lins (1993) estudar como os processos são conduzidos é imprescindível, principalmente para identificar e analisar problemas, e para isso, o apoio das ferramentas de gestão da qualidade surge como alternativa. Uma das ferramentas é o ciclo PDCA.

O PDCA também conhecido como de ciclo de Shewhart ou de Deming foi reconhecida no decorrer dos anos 50, graças ao professor William Deming em suas palestras no Japão (DEMING, 1990). Campos (1996) explica: “O PDCA é um método de gerenciamento de processos ou de sistemas. É o caminho para se atingirem as metas atribuídas aos produtos dos sistemas empresariais”. É um método que objetiva o controle e alcance de resultados eficazes e confiáveis nas atividades organizacionais. Padroniza informações, evita erros e facilita a mudança para uma cultura onde foca na melhoria contínua (AGOSTINETTO, 2006).

É bastante usado na gestão da qualidade e formado por quatro fases, que geram os resultados esperados no processo (DEMING, 1990): Plan (Planejamento): As metas são determinadas, bem como o plano para o alcance do objetivo; Do (Execução): Esclarecimento de metas e planos para os envolvidos compreenderem e apoiar a proposta; Check (Verificação): Conferência de dados obtidos mediante a meta, para compreender se o rumo definido está alinhado; Action (Ação): Transformar a estratégia que deu certo, na atual maneira de executar as atividades.

O Ciclo PDA é apresentado na Figura 1.



Fonte: Campos (1996, p.266)

A ferramenta é planejada para ser empregada como um modelo dinâmico. Prosseguindo na melhoria de qualidade contínua, o processo sempre pode ser refeito e outro iniciado (NASCIMENTO, 2011).

Cabe lembrar que o ciclo PDCA auxilia todos os processos produtivos das organizações. Organizações que enfrentam cada vez mais desafios relacionados à gestão de pessoas (NASCIMENTO; BRITO, 2020; REIS; BRITO, 2015; COELHO et al, 2016; REIS; BRITO, 2018) e aos processos produtivos (BRITO et al, 2011; TEIXEIRA et al, 2017; SOARE; BRITO, 2019; TEIXEIRA et al, 2019), financeiros e logísticos (SILVA; ARAÚJO; BRITO, 2018; BARBOSA FILHO; BRITO, 2020).

3. Metodologia

O presente estudo foi feito por meio de uma pesquisa qualitativa, visando interpretar e entender o tema abordado (FLICK, 2009). Com isso, foi possível analisar e montar um perfil acerca da empresa Casa das Linhas, ponderando programar melhorias ou constatar pontos fortes reais que a empresa possui.

Com relação aos objetivos, destaca-se como descritiva na medida que expõe características de fatos e identifica variáveis, descrevendo uma situação real (APPOLINÁRIO, 2012).

A unidade de análise é a empresa “Casa das Linhas”, situada na cidade de Acari, no Estado do Rio Grande do Norte. Uma empresa pequena, com a gestão totalmente familiar e contendo com vários problemas gerenciais e organizacionais.

Para coleta de dados a princípio foi utilizada a observação que é feita para ter informações sobre a realidade (MARCONI; LAKATOS, 2011). Esse processo foi usado na tentativa de analisar sobre como está sendo executado o processo.

Posteriormente, houve a aplicação de uma entrevista, para saber a visão do gestor sobre a empresa. De acordo com Cervo e Bervian (2002) a entrevista tem como principal objetivo coletar dados mediante uma conversação. O roteiro de entrevista foi aplicado com o gestor da empresa, pois ele contém as informações necessárias, podendo oferecer profundidade às respostas. O roteiro de entrevista contou com perguntas relacionadas a atendimento, o processo envolvido e tecnologias implantadas. Houve a preocupação de colher um maior número de elementos, para que as informações pudessem ser descritas e analisadas, de forma a gerar dados e informações confiáveis, e que possam ser tomadas as ações corretas.

A análise de dados foi realizada através de análise de conteúdo (CERVO; BERVIAN, 2002).

4. Resultados e Discussão

A partir da entrevista realizada, com base no questionamento a respeito do atendimento na empresa, o sujeito da pesquisa informou que: “Trabalhamos para atender e ouvir bem a clientela, desde quando solicitam um produto específico ou nos indicam as tendências, além de levar em consideração quando ocorre algum imprevisto com algo que não os agradou. O processo de atendimento ocorre presencialmente ou por meio das redes sociais”. Sobre isso, Chiavenato (2007) afirma que para a empresa se manter no mercado a presença do consumidor é indispensável, porém, o atendimento ao cliente é um fator que deve ser considerado. Assim, é necessário preservar o relacionamento, valorizar e encontrar modos eficazes para resolução de problemas.

Em relação às melhorias que poderiam ser realizadas no atendimento da empresa, verificou-se que : “ Procuramos sempre resolver os problemas dos clientes, tendo empatia e comunicando de maneira adequada, porém ainda faltam métodos para o aumento da velocidade no atendimento, tendo em vista que possuímos um quadro de funcionários reduzido”. Costa, Santana e Trigo (2015) declaram que é importante as empresas procurarem minimizar e corrigir as possíveis falhas que ocorram no quesito qualidade, identificando a causa do problema e reduzindo a possibilidade de uma nova ocorrência. É essencial ter em mente que deixar o cliente esperando muito tempo, desagrada e revela-se como falta de organização ou má vontade, podendo acarretar risco para a imagem da empresa.

Relacionado à política de contato pós-venda da empresa foi informado que: “Nunca nos atentamos para este fator em verificar se o consumidor saiu satisfeito após a compra, nós apenas vendemos e se eles gostarem voltam. Mas é um caso a se pensar já que isso pode trazer mais credibilidade a empresa e atrair novos clientes”. Para que as expectativas dos usuários sejam superadas, o contato com o cliente tem início no atendimento, desse modo, os gestores precisam olhar com atenção e disponibilizar de uma boa recepção desde o primeiro contato com o consumidor, até o último (COSTA; SANTANA; TRIGO, 2015). Essa estratégia é primordial para garantir fidelizar o cliente, aumentar sua satisfação e ajudar na credibilidade da empresa, pois ao demonstrar a preocupação em ajuda-los, traz um diferencial competitivo.

Ao ser questionado sobre o maior atrativo da empresa o gestor informou que: “Dispomos de uma variedade de produtos para o segmento de armarinho e aviamentos, atendendo aos consumidores típicos além de pessoas que se dedicam ao trabalho manual para complementar o orçamento. Viemos para servir”. Quanto a isso, dispor de um ambiente agradável, uma boa recepção, colaboradores atenciosos e prestativos, menos burocracia e processos com maior eficácia, auxiliam no atendimento das necessidades do consumidor (COSTA; SANTANA; TRIGO, 2015).

Com base na análise e nas observações realizadas é perceptível que o uso da ferramenta PDCA auxilia na compreensão de problemas existentes e como serem solucionados, uma vez que é contínuo e pode contribuir para o desenvolvimento de processos da melhor maneira possível. Assim, aplicando esse método para a melhoria no atendimento, minimizará falhas e modificará a rotina.

Para continuar lucrando, a empresa terá que implementar um enfoque na qualidade e na melhoria contínua, visto que a qualidade busca ganhar da concorrência, melhorar a imagem no mercado, elevar a confiabilidade do consumidor e promover melhorias nos processos (KOTLER, 2000).

Quando uma empresa busca identificar as necessidades do cliente, estratégias orientadoras podem ser desenvolvidas para uma melhor tomada de decisão. Aplicar os conceitos do ciclo PDCA na rotina empresarial acrescenta uma maior produtividade e crescimento, mas, é preciso que todos os funcionários estejam empenhados na prática para satisfazer o indivíduo que realiza a compra.

5. Conclusão

O PDCA evidencia nas empresas uma capacidade de utilidade, pois ele irá agir diante dos problemas do dia a dia e tratar de modo eficaz as causas existentes. Ao passo que se investe em reconhecer os problemas e necessidades de boas práticas, é estabelecida credibilidade e confiabilidade na relação com o consumidor, podendo gerar bons frutos e o efetivo crescimento no mercado.

O aperfeiçoamento de pequenas melhorias, elevam a capacidade das operações, criando um espaço para contínuas mudanças e atuação dos membros da equipe na tentativa de novas oportunidades.

A Casa das Linhas tem um bom atendimento familiar, porém em alguns momentos fica sobrecarregado devido ao grande volume de tarefas e ao reduzido quadro de funcionários. Consegue aplicar uma política de preços atraente para o cliente, oferecendo uma variedade de produtos. Algo que deixa a desejar é a implantação de tecnologia e prática de política pós-venda, que poderia melhorar seu volume de vendas e rapidez no atendimento.

Com a aplicação da ferramenta ciclo PDCA pode gerar um melhor atendimento, proporcionando o aumento nas vendas, uma maior fidelização de clientes e um sistema de funcionamento bem definido e organizado, gerando uma perfeita

harmonia na empresa.

Perante o exposto, propõe-se que a empresa estabeleça metas para melhorias, implementando o ciclo PDCA, pois com um planejamento bem feito e executado de maneira correta, determina uma melhoria nos processos e destaque na qualidade.

Como sugestão para futuras abordagens do tema, propõe-se a aplicação e comparação com outras ferramentas da Gestão da Qualidade disponíveis na tentativa de buscar resolver os possíveis problemas e agir diante deles.

Referências

- AGOSTINETTO, J. S. **Sistematização do processo de desenvolvimento de produtos, melhoria contínua e desempenho: o caso de uma empresa de autopeças**. Tese de Mestrado, USP. São Carlos, 2006.
- APPOLINÁRIO, F. **Metodologia da Ciência: filosofia e prática da pesquisa**. 2 ed. São Paulo: Cengage Learning, 2012.
- BARBOSA FILHO, G. N.; BRITO, M. L. de A. Análise do espaço físico do estoque de uma prefeitura municipal. **E-Acadêmica**, v. 1, n. 2, p. e9, 2020.
- BRITO, M. L. A. et al. Atração de consumidores em sites de lojas virtuais. **Psicopedagogia On Line**, 2013.
- BRITO, M. L. A. et al. Operações e P&D em uma associação de pequeno porte que atua com projetos. **Pubvet**, v. 5, p. 1259, 2011.
- BRITO, M. L. A.; PESSOA, G. G. C. ; PESSOA, M. G. C. . Impact of Strategic Planning to a Service Provider Micro-Enterprise. **European Journal Of Scientific Research**, v. 151, p. 48-57, 2018.
- CAETANO, M. L. S. et al. Clareza, atualização, acesso às informações e estética em sites de Organizações Não Governamentais. **Research, Society and Development**, v. 2, p. 80-92, 2016.
- CAMPOS, V. F. **Gerenciamento da rotina do trabalho do dia-a-dia**. Belo Horizonte: Editora Fundação Christiano Ottoni, 1996.
- CARVALHO, L. P. L. Q. F. et al. Importância da pesquisa de mercado para organização rural: uma breve reflexão. **Revista de Casos e Consultoria**, v. 3, p. 0311, 2012.
- CAVALCANTE, M. C. ; BRITO, M. L. A. ; ARAÚJO, M. V. P. . Planejando estratégias de alocação e reinvestimento dos lucros nas organizações rurais: Uma harmonia entre risco e retorno. **Espaço Científico Livre**, v. 13, p. 56-60, 2013.
- CERVO, Amado L., BERVIAN, Pedro A. **Metodologia Científica**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2002, p. 46.
- CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor**. São Paulo: Saraiva, 2007.
- COELHO, R. O. et al. Satisfação com banco de horas: estudo de caso em uma cervejaria. **Espacios**, v. 37, p. 22, 2016.
- COSTA, Ariana de Sousa Carvalho; SANTANA, Lídia Chagas de; TRIGO, Antônio Carrera. Qualidade do atendimento ao cliente: um grande diferencial competitivo para as organizações. **Revista de Iniciação Científica: – RIC Cairu**, Salvador - Bahia, v. 02, p. 01-18, 2015.
- COSTA, M. de A.; BRITO, M. L. de A. A utilização da ferramenta Instagram para impulsionar o crescimento de uma pequena empresa. **E-Acadêmica**, v. 1, n. 2, p. e8, 2020.
- DEMING, W. E. **Qualidade: a revolução da administração**. São Paulo: Marques Saraiva, 1990.
- FERREIRA, D. O.; BRITO, M. L. A. Qualidade do atendimento no comércio de confecções: Um estudo na cidade de Currais Novos-RN. **Research, Society and Development**, v. 9, p. 93922093, 2020.
- FLICK, U. **Introdução à pesquisa qualitativa**. 3. ed. Porto Alegre: Artmed, 2009
- FONTES, F. P. et al. Turismo rural e estratégias de marketing: uma análise de sites de empresas do segmento. **Pubvet**, v. 6, p. 1436, 2012.
- GARCIA, Y. de M.; BRITO, M. L. de A. Vendas externas no mercado de maquiagem. **E-Acadêmica**, v. 1, n. 2, p. e7, 2020.
- HIGINO, C. A. R. et al. Cabo Mídia: um novo conceito de mídia. **Revista de Casos e Consultoria**, v. 8, p. e822, 2017.

- ISHIKAWA, K. **Controle da qualidade total: A maneira Japonesa**. Rio de Janeiro-RJ: Editora Campus. 1993. 29p.
- JACOME, A. C. M. L. et al. Influenciadores digitais e os impactos no posicionamento de marcas e decisão de compra: um estudo da percepção das usuárias de Instagram. **Temática**, v. 16, p. 75-88, 2020.
- KOTLER, Philip. **Administração de Marketing**. 12. ed. São Paulo: Prentice Hall, 2000.
- LIMA, J. M. et al. Avaliação da usabilidade segundo as heurísticas de Nielsen: teste de usuários do Portal de Periódicos da CAPES. **Espacios**, v. 37, p. 31, 2016.
- LINS, Bernardo F. E.. Ferramentas básicas da qualidade. **Ciência da Informação**, [S.l.], v. 22, n. 2, aug. 1993.
- MARCONI, M. de A. LAKATOS, E. M. **Metodologia Científica**. 5ª ed. São Paulo: Atlas, 2011.
- MORAIS, N. S. D. ; BRITO, M. L. de A. . Marketing digital através da ferramenta Instagram. **E-Acadêmica**, v. 1, n. 1, p. e5, 2020.
- NASCIMENTO, Adriano Fagner Gonçalves. **A utilização da metodologia do ciclo PDCA no gerenciamento da melhoria contínua**. 38 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Mba em Gestão Estratégica da Manutenção, Produção e Negócios, Faculdade Pitágoras - Núcleo de Pós-Graduação e ao Instituto Superior de Tecnologia, São João Del Rei - Mg, 2011.
- NASCIMENTO, H. L.; BRITO, M. L. A. Organizational climate and job satisfaction: a case study in a supermarket. **Research, Society and Development**, v. 9, p. 112921584, 2020.
- OLIVEIRA, E. et al. Informação e vantagem competitiva em organização de móveis e eletros. **Revista de Casos e Consultoria**, v. 7, p. e712, 2016.
- OLIVEIRA, S. T. **Ferramentas para o aprimoramento da qualidade**. São Paulo-SP: Editora Pioneira. 1996. 58p
- PALADINI, E. P. **Qualidade Total na Prática – Implantação e Avaliação de Sistemas de Qualidade Total**. 2 ed. São Paulo: Atlas S.A., 1997. 217p.
- REIS, E. A. ; BRITO, M. L. A. . Análise temática da rotatividade na interface entre gestão de pessoas e gestão do conhecimento. **Espacios**, v. 36, p. 14, 2015.
- REIS, E. A. ; BRITO, M. L. A. . Dismissal of people in junior enterprise: relation between expectations and reality. **European Journal Of Scientific Research**, v. 151, p. 112-121, 2018.
- SALES FILHO, A. P. A. et al. Métricas do marketing digital: um estudo em empreendimento turístico. **Temática**, v. 16, p. 33-45, 2020.
- SANTANA, C. M. ; BRITO, M. L. de A. . Decisões de compra em uma empresa de perfumaria. **E-Acadêmica**, v. 1, n. 1, p. e4, 2020.
- SILVA, A. M. et al. Fatores inibidores e facilitadores na decisão de compra de vestuário na internet: um estudo com estudantes do Ensino Superior. **Temática**, v. 16, p. 125-138, 2020.
- SILVA, F. B. et al. A importância das mídias sociais na vida de indivíduos da cidade de Currais Novos/RN. **Research, Society and Development**, v. 8, p. e3282663, 2019.
- SILVA, L. A. C. ; ARAÚJO, M. V. P. ; BRITO, M. L. A. . Logística intermodal no estado do Rio Grande do Norte: um estudo exploratório. **Research, Society and Development**, v. 7, p. e477100, 2018.
- SILVA, Paulo Rafael da; **Controle Estatístico do Processo**. Santana da Parnaíba: Qualinter Assessoria Empresarial, Revisão 01 – 10/05/2005.
- SOARES, J. D.; BRITO, M. L. A. Análise do processo produtivo: a realidade de um abatedouro municipal. **Revista de Casos e Consultoria**, v. 10, n. 1, p. e10118, 20 dez. 2019.
- TEIXEIRA, C. H. S. B. et al. O desenvolvimento do conhecimento na Pesquisa e Desenvolvimento e o registro através de patentes no Brasil ? uma experiência profissional. **Research, Society and Development**, v. 6, p. 370-381, 2017.

TEIXEIRA, R. L. P. et al. Os discursos acerca dos desafios da siderurgia na indústria 4.0 no Brasil. **Brazilian Journal of Development**, v. 5, p. 28290, 2019.