

O QUE APRENDER COM OS CAMPEÕES DA QUALIDADE

A qualidade não é mais aquele diferencial absoluto de mercado. O diferencial que garantia sucesso e justificava preço maior. Hoje, qualidade significa também melhor preço e não basta para garantir o sucesso. Sua importância, contudo, continua absoluta – sem ela, as chances de sobreviver no mercado industrial são mínimas. A afirmação pode sugerir um paradoxo, mas a observação da realidade industrial está mostrando que ela se tornou uma espécie de senha obrigatória para quem deseja ingressar no e participar ativamente do mercado industrial, mas não garante o sucesso de nenhuma empresa ou produto. A globalização do mercado, por sua vez, tornou altamente improvável encontrar um nicho em que a qualidade possa ser negligenciada. A qualidade transformou-se em um dado do marketing industrial, e a exigência foi transferida e ampliada dos produtos para as empresas. Em poucas palavras, bons produtos somente podem sair de boas empresas, e o inverso raramente é verdadeiro. Os prêmios para a qualidade são um sinal destas transformações e um bom indicador de empresas que podem ser assumidas como **benchmark**. Ressalvando sempre que o objetivo maior é a qualidade, e não a premiação, é importante identificar o que têm em comum empresas premiadas na Ásia, Europa e Estados Unidos. Suas experiências certamente podem inspirar os planos de gestão de qualidade na indústria brasileira. Adotar um modelo de gestão da qualidade é indispensável, ainda que não necessariamente os modelos elaborados pelas instituições que outorgam os prêmios. Eles são oferecidos como sugestões para as empresas que decidem participar. A maioria dos participantes, contudo, tem optado pela adoção destes modelos de gestão, mas com frequência complementados por outros modelos. Em todos os modelos oferecidos é fácil perceber a influência dos prêmios pioneiros, especialmente o **Deming**, criado no Japão como decorrência natural do “**Total Quality Control**” divulgado naquele país pelo especialista norte americano que deu nome ao prêmio. Depois de implantado no Japão o sistema foi “reexportado” para os Estados Unidos, onde se transformou no “**Total Quality Management**”. A segunda característica das empresas vencedoras está na abrangência da implantação do modelo de gestão da qualidade. Uma vez definida a unidade industrial, toda a equipe deve estar comprometida, e não há

exceção. A persistência das equipes de um lado e a flexibilidade do modelo, necessária para acompanhar o dinamismo do mercado e da tecnologia, são outras características indispensáveis. Não existe sucesso fácil nestes tempos de mudanças constantes. Nenhuma organização deve esperar construir um sistema excelente de qualidade e gestão apenas resolvendo os problemas criados por terceiros. É preciso pensar por si mesmo, estabelecer metas elevadas e preparar para o desafio de atingi-las. A empresa assegura sua qualidade através das lideranças, que se mantém continuamente focadas tanto no pessoal quanto nos processos do negócio e no objetivo central da empresa, definido como “ser o fornecedor da escolha dos clientes em todo o mundo”. O desenvolvimento sustentado e o foco nas pessoas são valores centrais de seu programa de qualidade, que inclui ainda sua vocação para a globalização, sua exigência da ética nos negócios e seu compromisso com o meio ambiente. A ênfase no controle ambiental e no desenvolvimento autossustentado decorre naturalmente dos produtos fabricados, e este vínculo está claramente declarado na missão da empresa. É nossa missão e base de nossa existência para um desenvolvimento bem sucedido produzir e vender com qualidade.

Nádia Januário

Bacharel Administração com Habilitação em Marketing

MBA em Gestão de Pessoas

Pós em Sociologia

AUTORA DO LIVRO: Tendências Globais em Gestão Treinamento e Desenvolvimento - 2020