

A Evolução da Qualidade nas Organizações.

Após a Revolução Industrial e a consequente departamentalização das indústrias o controle de qualidade passou a ser exercido pelos inspetores que controlavam a produção, deixando de ser executado pelos mestres. O impacto da produção em massa inviabilizou economicamente a inspeção de 100 % da fabricação e, dessa forma, o controle da qualidade passou a ser feito conforme a aplicação de vários métodos estatísticos. Entretanto, o deslocamento dessa atividade para um setor independente, criou certo antagonismo entre os setores de produção e do controle. Sendo assim, os problemas resultantes desse conflito, levaram a direção das empresas a adotar novos métodos administrativos com a participação de todas as áreas da empresa, objetivando alcançar a qualidade desejada. E essa nova formulação tomou dois (2) rumos diferentes: Nos EUA, a ênfase da qualidade era focada nos aspectos formais da produção e na preocupação com a segurança dos projetos militares, nucleares e espaciais. Essa vertente passou a ser conhecida como "Quality Assurance" (Garantia de Qualidade). No Japão por questões de sobrevivência no pós-guerra a discussão sobre a qualidade originou-se com os especialistas americanos Joseph M. Juran e W. Edwards Deming (este, considerado o "Pai" da Qualidade) e passou a ser denominada "Total Quality Control" (TQC) (Controle de Qualidade Total). Com a publicação das normas ISO 9000 e com a evolução do desenvolvimento dos recursos humanos, esse conjunto de métodos administrativos para a obtenção da qualidade passou a denominar-se "Quality Management" (Gestão de Qualidade) e, nos tempos atuais, de "Total Quality Management" (TQM) (Gestão de Qualidade Total).

Após a Segunda Guerra Mundial, as organizações foram desafiadas a satisfazerem as necessidades sociais e tecnológicas de seus clientes; pois, até então elas se preocupavam somente com a qualidade física de seus produtos. Os vários anos de esforços gastos pelas empresas na tentativa de descobrir as causas de determinados defeitos resultaram em grandes melhorias na qualidade técnica de seus produtos. Dessa forma, pode-se constatar que o conceito de qualidade vem evoluindo bastante nas últimas décadas, uma vez que, naquela época, a ênfase na qualidade significava apenas a capacidade de o produto estar de acordo com as especificações técnicas. E, nos últimos anos, observamos que esse conceito evoluiu através do reconhecimento da importância em satisfazer as necessidades não só dos clientes externos, mas também dos fornecedores, dos acionistas, dos empregados e da própria gerência (clientes internos). Hoje, quando falamos em qualidade, devemos considerar apenas o controle da qualidade física do produto ou a inspeção do produto final e sim, na qualidade dos produtos e serviços colocados à nossa disposição, visando assegurar que as necessidades dos clientes internos e externos sejam entendidas e satisfeitas. Sendo assim, colocar a qualidade pessoal em primeiro plano com suas respectivas filosofias, seus métodos e suas ferramentas representa uma revolução no campo do desenvolvimento da qualidade, porque não se trata apenas de uma questão de produzir bens de qualidade e, dessa forma, satisfazer necessidades do cliente, mas principalmente de inspirar as pessoas que produzem bens que os fazem o melhor possível. A repercussão de tais conceitos na Administração vem demonstrando que esse enfoque da qualidade está provocando profundas alterações nas relações entre empresa e empregados, empresa e fornecedores, empresa e clientes e empresas e seus acionistas.

Sobre o Autor

Professor, consultor e palestrante. Articulista do Jornal do Comércio (RJ) e co-autor do livro: "Trabalho e Vida Pessoal - 50 Contos Seleccionados" (Ed. Qualitymark, Rio de Janeiro, 2001). Por mais de 20 anos treinou equipes de Atendentes, Supervisores e Gerentes de Vendas, Marketing e Administração em várias empresas multinacionais de bens de consumo e de serviços. Elaborou o curso de "Gestão Empresarial" e atualmente ministra palestras e treinamentos "in Company" nas áreas de Marketing, Administração, Técnicas de Atendimento ao Cliente, Secretariado e Recursos Humanos. Graduado em Administração de Empresas, especialista em Marketing e Gestão Empresarial, com MBA em Marketing no Mercado Globalizado e complementação pedagógica. Contatos: jcss_sc@click21.com.br; (21) 2233-1762 / (21) 9423-9433 www.profigestao.blogspot.com <http://br.linkedin.com/pub/julio-cesar-s-santos/25/544/1b8>