

GESTÃO DA QUALIDADE COM FOCO NA MELHORIA DO SERVIÇO AO CLIENTE ASSOCIADA À FERRAMENTA 5S.

**Caroline P. OLIVEIRA¹; João Marcos F. EVANGELISTA²; Letícia M. RAMOS³; Magda V.
do NASCIMENTO⁴; Rafael G. do PRADO⁵; Thayane L. S. MAXIMIANO⁶**

RESUMO

Este projeto de pesquisa apresenta um estudo logístico que associa a ferramenta 5S ao Serviço de Atendimento ao Cliente, a fim de sugerir o desenvolvimento de estratégias competitivas e aprimorar as operações de uma empresa distribuidora de produtos laboratoriais, localizada na cidade de Passos, Minas Gerais. O trabalho expõe alguns problemas enfrentados pela empresa e possíveis soluções para os mesmos, por meio da implementação das ferramentas citadas. Esta implementação traria resultados positivos no que se refere aos sentidos de utilização, arrumação, limpeza, saúde e higiene e disciplina, que são os pontos de destaque a serem corrigidos na empresa determinada. Trata-se de um estudo de caso, qualitativo e exploratório, que pretende, além de servir como fonte de consulta e conhecimento para novas pesquisas, contribuir positivamente nas operações da empresa em estudo.

Palavras-chave: Administração; *Housekeeping*; Atendimento ao consumidor; Logística.

1. INTRODUÇÃO

Neste projeto são propostas possíveis soluções para alguns problemas que ocorrem em uma empresa distribuidora de produtos laboratoriais, sediada na cidade de Passos, Minas Gerais, a qual é citada neste trabalho com o nome de Empresa A.

A organização em estudo atende a todo o território nacional, comercializa principalmente para instituições públicas via licitação e vem enfrentando problemas nas operações de seu almoxarifado. Portanto, busca-se compreender como a não aplicação da ferramenta 5S na rotina da empresa interfere no nível de serviço ao cliente, prejudicando suas operações e ocasionando a insatisfação dos consumidores e a perda de competitividade.

¹ Graduanda em Administração de Empresas. IFSULDEMINAS – Câmpus Passos. E-mail: carolpiresadm@gmail.com

² Professor orientador/Coordenador do curso Bacharelado em Administração de Empresas. IFSULDEMINAS – Câmpus Passos. E-mail: joao.evangelista@ifsuldeminas.edu.br

³ Graduanda em Administração de Empresas. IFSULDEMINAS – Câmpus Passos. E-mail: lemarques72@gmail.com

⁴ Graduanda em Administração de Empresas. IFSULDEMINAS – Câmpus Passos. E-mail: magda_vilela@hotmail.com

⁵ Graduando em Administração de Empresas. IFSULDEMINAS – Câmpus Passos. E-mail: faelgrado@hotmail.com

⁶ Graduanda em Administração de Empresas. IFSULDEMINAS – Câmpus Passos. E-mail: thaythay.max@gmail.com

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Netto e Damini (2006) afirmam que, para o sucesso profissional, além das organizações investirem em *marketing*, tecnologia e produtos, elas devem priorizar também pela qualidade do atendimento ao cliente. O serviço ao consumidor vem como elo fundamental para reduzir custos, falhas e insatisfação nas transações realizadas pelas empresas.

No que se refere à ferramenta 5S (*Housekeeping*) pode-se dizer que a mesma teve origem no Japão e é derivada de 5 palavras japonesas: *Seiri*, *Seiton*, *Seiso*, *Seiketsu* e *Shitsuke*. Sua aplicação busca conscientizar sobre a importância da qualidade no ambiente de trabalho.

O 1º S, *Seiri*, tem como conceito: “separar o útil do inútil, eliminando o desnecessário”. Esse primeiro senso procura direcionar as informações e equipamentos presentes na empresa de forma ordenada, além de orientar sobre os descartes necessários (Lobo, 2010, p.80).

O 2º S, *Seiton*, procura “identificar e arrumar tudo para que qualquer pessoa possa localizar facilmente”. Como o conceito mostra, nessa etapa as informações ou equipamentos já selecionados ganham lugares adequados, onde seu uso ou manuseio é facilitado pela sua disposição no ambiente (Lobo, 2010, p.81).

O 3º senso, de limpeza, *Seiso*, diz: “manter os ambientes sempre limpos, eliminando as causas da sujeira e aprendendo a não sujar”. Nesta etapa, o essencial é manter o ambiente limpo e, conseqüentemente, as informações, que devem ser corretas e precisas para favorecer as ações e decisões do gestor (Lobo, 2010, p.81).

O 4º S, *Seiketsu*, é o senso de saúde e higiene que objetiva “manter o ambiente de trabalho sempre favorável à saúde e higiene”. Procura criar condições favoráveis à saúde física e mental para que as informações possam ser bem compreendidas (Lobo, 2010, p.82).

O 5º S, *Shitsuke*, senso de disciplina, orienta: “fazer dessas atitudes um hábito, transformando o 5S num modo de vida”. Para atingir o objetivo proposto nesta etapa, é necessário o compromisso de todos os envolvidos (Lobo, 2010, p.8).

3. MATERIAIS E MÉTODOS

Este projeto caracteriza-se em um estudo de caso, de caráter qualitativo e exploratório. Os dados qualitativos, segundo Martins (2004), por conta de sua variedade, exigem que o pesquisador desenvolva uma habilidade que vise à integração e análise das informações. Para isso, foram realizadas visitas *in loco* e entrevista com o funcionário responsável pelo setor de logística da

empresa, para observação dos processos e obtenção dos dados. Foi aplicada a entrevista do tipo não estruturada, que, como afirma Appolinário (2016), consiste em estabelecer uma “conversação informal” entre as partes.

No intuito de embasar e complementar o estudo adotou-se também a pesquisa bibliográfica. Martins e Theóphilo (2016) apontam que este procedimento é necessário para qualquer pesquisa científica e Severino (2007) indica que a pesquisa bibliográfica oferece contribuições de outros autores que já percorreram os temas escolhidos para o trabalho.

4. RESULTADOS E DISCUSSÕES

Os problemas identificados na empresa, que compreendem o envio de materiais incorretos ou em quantidade diferente do solicitado, além da ocorrência de avarias internas e no transporte, são ocasionados por alguns fatores, a saber: estocagem desorganizada dos produtos; áreas reduzidas para a adequada circulação dos funcionários e manuseio dos pedidos; acúmulo de resíduos de embalagens; desatenção dos funcionários, dentre outros. Essas contrariedades resultam em retrabalho para a empresa e aumento de custos e despesas.

Após a análise dos dados, apresenta-se a seguir a aplicação do 5S como estratégia de solução para este caso, com vistas a alcançar, sobretudo, alta qualidade no serviço aos clientes:

Senso de Utilização: propõe-se à empresa identificar objetos, documentos e outros materiais que são constantemente necessários para o desenvolvimento de suas atividades, agrupando-os em locais adequados e de fácil acesso.

Senso de Arrumação: no que se refere à organização, observou-se que a alocação dos produtos é realizada de maneira desordenada e que há espaços ociosos que poderiam ser melhor aproveitados. Para torná-los corretamente identificados, propõe-se à empresa a implementação de um mapeamento dos produtos e prateleiras no estoque.

Senso de Limpeza: recomenda-se estipular uma rotina de trabalho que minimize a geração de resíduos derivados da manipulação de embalagens. Observou-se que restos de jornais, papéis, isopor e outros materiais ficam espalhados pelo chão, contribuindo para a desordem do local.

Senso de Saúde e Higiene: O bem-estar das pessoas deve ser garantido a fim de proporcionar condições propícias ao desenvolvimento das atividades. O uso de equipamentos de proteção individual (EPI's), como luvas, aventais e óculos de proteção faz-se necessário em algumas atividades, como por exemplo, no manuseio de itens quebrados.

O **Senso de Disciplina** é o ponto crucial desta proposta, pois, “fazer dessas atitudes um hábito, transformando o 5S num modo de vida”, é a conduta essencial que deve ser adotada. Este tópico

direciona para a criação de regras e procedimentos a serem seguidos por todos os funcionários, a citar: separar um pedido por vez; confirmar informações com os clientes; ter prudência na separação dos produtos; proceder com a correta conferência dos pedidos, dentre outras.

5. CONCLUSÕES

Os benefícios aspirados com as proposições acima são inúmeros: espaço físico melhor aproveitado; maior eficiência das tarefas cotidianas; diminuição do número de pedidos liberados com divergências; redução dos custos decorrentes dos erros, dentre outros. Todos esses elementos, obviamente, geram maior satisfação aos clientes e melhoria na imagem da empresa.

Espera-se que, partindo da direção geral da empresa, a proposta seja acatada e aplicada à organização por completo, difundindo uma nova visão de negócio aos colaboradores e, possivelmente, abrindo novas alternativas de crescimento à empresa, que atualmente se vê impossibilitada de atender novos mercados em função das deficiências enumeradas.

REFERÊNCIAS

APPOLINÁRIO, Fábio. **Metodologia Científica**. São Paulo: Cengage, 2016. Acesso em: 06 Jun. 2018. Recurso online ISBN 9788522122424.

LOBO, Renato Nogueiro. **Gestão da Qualidade**. 1. ed. São Paulo: Érica, 2010. Acesso em 06 Jun. 2018. Recurso online ISBN 9788536517797.

MARTINS, Gilberto de Andrade; THEÓPHILO, Carlos Renato. **Metodologia da investigação científica para ciências sociais aplicadas**. 3. ed. Rio de Janeiro: Atlas, 2016. Recurso online ISBN 978-85-970-0908-8.

MARTINS, Heloisa Helena T. de Souza. **Metodologia qualitativa de pesquisa**. Educ. Pesqui., São Paulo, v. 30, n. 2, p. 289-300, Ago. 2004. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1517-97022004000200007&lang=pt>. Acesso em: 08 Jun. 2018.

NETTO, Gabriela Berneira; DAMINI, Nedir Rosane. **O atendimento ao cliente como estratégia de sucesso**. 2006. Disponível em: <<http://seer.upf.br/index.php/ser/article/viewFile/1754/1868>>. Acesso em: 08 jun. 2018.

SEVERINO, Antônio Joaquim. **Metodologia do trabalho científico**. 23. ed. São Paulo: Cortez, 2007.