

ANÁLISE DA GESTÃO DA QUALIDADE EM UMA CACHAÇARIA NA CIDADE DE AREIA - PB

Augusto Freire¹; Pedro Florentino²

¹ Universidade Federal de Campina Grande, augustooof@gmail.com

² Universidade Federal de Campina Grande, pedroitalloep@gmail.com

Introdução

O grande desafio das organizações consiste em garantir a continuidade de suas operações, o que gera um ambiente bastante competitivo nas relações de mercado. Diante deste cenário as empresas têm concentrado esforços para ter produtos com máxima qualidade de forma que satisfaça as necessidades dos clientes.

Assim, pode-se dizer que uma eficiente gestão da qualidade no processo possibilitará que o produto seja fabricado da melhor maneira possível e com isso atenda às necessidades do consumidor final com boa qualidade e com um baixo custo, fazendo com que a empresa seja diferenciada em relação aos seus concorrentes no mercado.

Diante do cenário altamente competitivo, os produtores de cachaça de alambique vêm-se organizando e desenvolvendo programas de qualidade para a bebida. O processo de qualificação fundamenta-se em um novo posicionamento de marca, visando construir uma reputação para a cachaça e expandir seu mercado.

Dessa forma, este estudo é desenvolvido com o intuito de fazer um levantamento da qualidade do processo de fabricação da cachaça de alambique, bem como uma análise da abordagem da qualidade segundo Garvin (1992), e como funcionam os princípios de adequação ao uso.

Metodologia

Essa pesquisa trata-se de um estudo observacional, descritivo, transversal, com abordagem qualitativa. Fizeram parte da pesquisa gestores e funcionários de uma cachaçaria localizada no brejo paraibano.

Para que os objetivos deste estudo pudessem ser alcançados, primeiramente foi realizado um *brainstorming* para a escolha da abordagem mais apropriada e do guru da qualidade mais adequado, por meio da coleta de informações em livros, artigos científicos, artigo impresso ou publicado em revistas científicas eletrônicas. Através disso, foi eleito os princípios de David Garvin, além de ser um dos autores renomados na área de qualidade, possui métodos mais coerentes com a pesquisa. Posteriormente, foi realizada também uma visita *in loco* para observarmos melhor o modo como eram realizadas as operações, bem como uma entrevista aberta com os gestores e funcionários para saber o conceito de qualidade que era aplicado nos produtos.

Resultados e discussão

Segundo Garvin (1992) as dimensões da qualidade tornam-se mais do que simples sutilezas teóricas, passam a constituir a base do uso da qualidade como arma de concorrência e como todo arsenal, devem ser usadas de forma adequada e ordenada, sabiamente decidindo quais e quando considerar sua aplicação, pois nem tudo precisa atender às oito dimensões. Aplicando e desenvolvendo esse conceito no caso estudado, temos:

Desempenho: O desempenho da cachaça é indiscutível, de modo o que ela se propõe a fazer, ou seja, dar prioridade a qualidade e o tratar das características básicas dos seus produtos. Cumprindo o papel de oferecer a efetividade dos produtos, eficácia e eficiência.

Características: Essa etapa pode ser caracteriza pela especificação do produto conforme definido pelos fornecedores:

“ A cachaça é original da região do brejo de Areia, Paraíba. Produzida no Engenho Vaca Brava, tradicional desde 1865, famoso por seus solos férteis e de fino doce. Feita de cana crua e selecionada, na maturação ideal, sem qualquer adição de produtos químicos, o caldo é fermentado naturalmente em dornas de aço inox, destilado em alambiques chaleira de cobre, ‘como antigamente’ num processo lento e caprichoso, resultando assim num produto de sabor suave e um buquê incomparável. ”

Confiabilidade: A probabilidade do mau funcionamento do produto é mínima, mesmo que ainda sendo uma produção semi artesanal; existe um controle rigoroso de qualidade e uma possível falha ou possibilidade de defeitos é sempre esperada, mas não com uma frequência considerada de tempo. Assim, existe um índice de confiabilidade dos produtos da linha por parte dos clientes, logo, conseqüentemente uma menor possibilidade de frustração a expectativa do mesmo.

Durabilidade: A forma de armazenamento possui um rigoroso controle de qualidade, uma vez que é o processo determinante para a qualidade do aroma e do sabor da cachaça e uma forma de expressar a vida útil do produto, ou seja, o tempo pelo qual um produto mantém suas características e perfeito funcionamento em condições normais de uso.

Estética: Diretamente relacionada ao ponto de vista dos clientes com a aparência dos produtos, existe pouca diversificação com o produto líquido em si, diferindo apenas o seu tempo de armazenamento, os recipientes que são mais trabalhados e assumem um poder atrativo do público alvo, que preferem pagar um pouco mais por um produto diversificado e com uma melhor qualidade de embalagem, passando a provocar uma sensação de diferenciação de escolha pelo o “melhor”.

Qualidade percebida: Os produtos da linha possuem qualidade reconhecida e a sua boa reputação é reconhecida internacionalmente. Uma vez que a produção é de qualidade reconhecida, a fábrica será capaz de manter esse nível de produto de forma constante e buscando sempre ascensão em qualidade.

Conhecer o consumidor é essencial para planejar novos produtos e para o aprimoramento dos que já existem,

além da definição de novas metas que venham de encontro aos anseios dos usuários. De acordo com Paladini (2008), o conceito básico dessa abordagem de adequação ao usuário é: o que realmente faz com que o consumidor adquira um produto é o fato de o produto atender a suas necessidades. E, além disso, satisfaz preferências, conveniências e gostos.

Para Berry e Parasuraman (1995, p.199) “A satisfação dos clientes exige que as pessoas que tomam decisões compreendem primeiro o que eles desejam e quais as suas necessidades”. Sabendo disso, a cachaçaria analisada busca conhecer os seus clientes fazendo pesquisas de mercado de modo que ela conheça as preferências e necessidades dos mesmos, com isso ela aprimora e desenvolve novos produtos que se adequem a esses desejos. Um exemplo disso foi a criação de novas embalagens de tamanhos menores e com novos sabores.

Conclusões

Com a observação dos dados comparados a literatura de Garvin observou-se que o desempenho tecnológico da empresa ainda pode ascender bastante, pois trata-se de atuação tradicional da região do Brejo Paraibano, com produção familiar, mas com alto índice de vendas e comercialização. Portanto, comprova-se a hipótese de que a forma produtiva, em alguns aspectos, apresenta-se com sintomas de tecnologia rudimentar, apesar da recente implantação de novas tecnologias. A partir disso, como forma de sugestão, pode-se estabelecer implantação de novas políticas de qualidade, sem especificamente deixar de ser um processo em sua maioria artesanal, mas como uma parte adaptada de forma que estabeleça uma maior rentabilidade a partir do aproveitamento tecnológico em partes do processo produtivo. A aplicação de políticas de qualidade também aumentará o valor associado ao produto, pois a marca irá se destacar de outras semelhantes, aumentando a confiança na imagem da empresa, o que possibilitará a inserção de novos produtos no mercado mais facilmente.

Palavras-Chave: Gestão da qualidade; Adequação ao uso; Cachaça.

Referências

BERRY, Leonard; PARASURAMAN, A. Serviços de marketing: competindo através da qualidade. 3.ed. São Paulo: Maltese, 1995.

GARVIN, David A. Gerenciando a qualidade. Rio de Janeiro: Qualitymark, 1992

PALADINI, E. P. Gestão Estratégica da Qualidade: princípios, métodos e processos. São Paulo: Atlas, 2008.