

Liderança e Gestão pela Qualidade Total: impacto na Competitividade, Satisfação e Fidelização de clientes

Sónia Silva

ss.consulmarketing@gmail.com

Universidade de Évora

Margarida Saraiva

msaraiva@uevora.pt

Universidade de Évora e BRU-UNIDE/ISCTE-IUL

Resumo:

No início do séc. XX, a Qualidade restringia-se ao rastreamento e inspeção de defeitos, hoje, o conceito de qualidade é muito mais abrangente e encontram-se outras preocupações como: satisfação, fidelização de clientes e melhoria contínua com vista à obtenção da Qualidade Total. Esta nova perspectiva, assente numa Gestão pela Qualidade Total, visa satisfazer as necessidades dos clientes e apostar na melhoria contínua, de forma a obter os melhores resultados, implicando o envolvimento de todos.

Segundo Pires (2012), para que as organizações subsistam, é fundamental inovar e apostar numa melhoria contínua ao nível dos serviços prestados, pois só assim se tornam competitivas. A competitividade passa pela inovação e melhoria, de forma a satisfazer as necessidades dos clientes.

A liderança assume também um papel fundamental ao nível da melhoria, da qualidade e da competitividade. Segundo Bilhim (2004), sem o envolvimento direto da gestão de topo não é possível alcançar uma cultura de qualidade. Também Guillén & González (2001) defendem que a liderança focada no bem comum da organização é um requisito para uma implementação bem-sucedida dos princípios da qualidade total.

Esta pesquisa pretende assim analisar o impacto da Liderança e da Gestão pela Qualidade Total na Competitividade, Satisfação e Fidelização de clientes.

Este artigo insere-se numa tese de doutoramento que terá por base um estudo de caso na Associação Portuguesa para a Qualidade (APQ), onde serão abordados os conceitos de Qualidade, Competitividade, Satisfação e Fidelização. Pretende-se aferir o grau de satisfação e fidelização dos associados; identificar as suas reais necessidades e compreender as causas e motivos de abandono dos associados, bem como, analisar o impacto que a liderança poderá ter no desenvolvimento da APQ, ao nível de novas ideias,

soluções e alternativas, com base nas necessidades que os associados identifiquem ao longo do estudo.

Esta investigação pretende criar um modelo apropriado para medir as relações entre qualidade total, satisfação e fidelização de clientes. O modelo obtido poderá auxiliar as organizações no seu desempenho organizacional, a subsistir num mercado cada vez mais concorrencial e a manter a sua excelência.

Palavras-chave: Competitividade; Gestão pela Qualidade Total; Liderança; Satisfação.

Abstract:

At the XX century beginning, Quality was restricted to tracking and defect inspection, today, the concept of quality is much more broader and are other concerns as: satisfaction, customer loyalty and continuous improvement with the objective to achieve total quality. This new perspective based on a Total Quality Management aims to meet customer needs and invest in a continuous improvement in order to get the best results, implying the involvement of all. According to Pires (2012), in order to organizations remain is key to innovate and invest in a continuous improvement of services rendered, because only then they become competitive. Competitiveness goes through innovation and improvement to meet customer needs.

The leadership also plays a key role in terms of improvement of quality and competitiveness. According Bilhim (2004), without the direct involvement of top management is not possible to reach a quality culture. Also Guillén & González (2001) argue that the leadership focused on the common good of the organization is a requirement for a successful implementation of total quality principles.

This research therefore aims to analyze the impact of Leadership and TQM in competitiveness, Satisfaction and Customer Loyalty.

This article is part of a doctoral thesis that will be based on a case study in the Portuguese Association for Quality (APQ), where the concepts of quality will be addressed, Competitiveness, Satisfaction and Loyalty. It is intended to assess the degree of satisfaction and member's loyalty; identify their real needs and understand the causes and reasons for members dropping out and also analyze the impact that leadership can have on the development of the APQ, in terms of new ideas, solutions and alternatives based on the needs that members identify throughout the study.

This research aims to create an appropriate model to measure the relationship between total quality, customer satisfaction and loyalty. The obtained model can help organizations in their organizational performance, to subsist in an increasingly competitive market and to maintain its excellence.

Keywords: Competitiveness; Leadership; Satisfaction; Total Quality Management