

Qualidade, aumenta os custos?

"O barato sai caro!".

Quantas vezes já ouvimos esta frase? No mínimo, algumas. Mas é o nosso senso comum que nos diz que um produto barato é de baixa qualidade, e que produtos de boa qualidade são os mais caros, todavia, o empresariado tem a idéia errônea de que alta qualidade significa alto custo e quando falamos em elevar a qualidade de seus produtos eles entendem que o retorno não é rápido o suficiente para sobrepor aos investimentos.

"Sem dúvida que queremos a qualidade, mas agora não é o momento para investir, temos outras prioridades e num momento oportuno, vamos investir em qualidade".
Quem ainda não ouviu essa estória?

Bem, para melhor esclarecer esta contradição preço e qualidade. O guru japonês irá dizer que o preço representa para o consumidor uma perda na hora da compra, e a baixa qualidade representa uma perda adicional para ele durante a utilização do produto. O importante, no caso, é analisar a perda total. Por isso, Tagushi ensina que **a qualidade de um produto é identificada como aquelas suas características que reduzem a perda total para o consumidor**. Em outras palavras: qualidade é a crítica científica da má-qualidade. O consumidor, tendo comprado um produto mais barato, porém de qualidade inferior, terá maiores perdas com quebras e defeitos, e ainda que este esteja na garantia, as perdas continuarão, decorrentes da não-utilização. Tendo investido pouco em qualidade, o consumidor terá alta perda devida à má-qualidade e o resultado líquido será uma perda total desvantajosa.

[⁽¹⁾ TAGUSHI, G. - *Engenharia da Qualidade em Sistemas de Produção* - São Paulo, McGraw Hill 1990]

Em uma empresa de qualidade insatisfatória, o que ocorre é semelhante. A empresa malversa seus recursos, desperdiçando material, depreciando seus equipamentos, jogando fora o potencial de sua mão de obra, sub-utilizando a informação disponível. Tudo isso significa alta perda. O empresário que contrata profissionais medíocres por salários aviltantes e só compra equipamento e peças de reposição da marca "o-mais-barato" realmente gasta pouco, mas em compensação sempre tem prejuízos decorrentes de erros operacionais, quebras de equipamentos, atrasos e paradas de produção, resultantes justamente da atividade profissional medíocre e baixa confiabilidade de seu equipamento. Novamente, vemos que um baixo investimento em qualidade acarreta altas perdas devido à má-qualidade, resultando uma perda final insatisfatória.

Se o consumidor compra de tal empresa, terá alta perda e diminuirão seus recursos para investir em qualidade na próxima compra. Deixará de comprar a marca "o-mais-barato" e comprará "mais-barato-ainda", incorrendo em novas perdas Ou adiará a nova compra. De

qualquer forma, a empresa também perderá. Esse ciclo vicioso percorre várias vezes o sistema empresa-consumidor e o resultado é que também para a sociedade a perda total é alta quando a qualidade é baixa.

Uma empresa que trabalhe com alta qualidade, por outro lado, utiliza racionalmente seus recursos e suas perdas totais são baixas. O empresário que contrata gente competente não poderá pagar salários aviltantes e a compra de equipamentos de marca confiável irá lhe custar um pouco mais. Ocorre que a empresa irá funcionar melhor, não lhe dará prejuízos, e seu ganho total será maior. Mesmo que seu produto não seja "o-mais-barato", será economicamente melhor para o cliente utilizar esse produto pois seu custo total, de aquisição e de uso, é o mais baixo. Investindo em qualidade, o consumidor terá menos perdas com má-qualidade, resultando num ganho total. Serão maiores seus recursos para fazer uma próxima compra de qualidade. A empresa será lembrada e ganhará de novo. O ciclo positivo percorre o sistema empresa-consumidor várias vezes, e a boa qualidade resultará numa baixa perda total para a sociedade, num ganho maior para todos.

Decorrente desse raciocínio, conclui-se que a única maneira da empresa vencer a crise é invertendo o ciclo das perdas. Isso só se consegue investindo em qualidade. **Não se pode esperar a crise passar para investir em qualidade. É o único caminho para sair da crise!**

De onde retornamos ao começo: **"O barato sai caro!". Alta qualidade não significa alto custo. Alta qualidade é o caminho para reduzir custos!**

Nota sobre o Autor: Mauricio Moura é Consultor de Empresas e Sócio- Diretor da Moura Fernandes Consultoria. Graduado em Administração de Empresas com especialização em Processo de Produção.