



# **Auditoria da Qualidade em Micro e Pequenas Empresas: Um estudo sobre a percepção dos clientes**

**Charles Henrique Castro de Barros**  
**charleshenrique93@yahoo.com.br**  
**FaSF**

**Natalia Contesini dos Santos**  
**netycontesini@hotmail.com**  
**FaSF**

**Rogério Vicente de Melo**  
**rogerio.vicente@fasfsul.com.br**  
**FaSF**

**Giovana Pampanelli**  
**giopampanelli@gmail.com**  
**FaSF**

**Resumo:** Este estudo buscou demonstrar, a partir da percepção dos clientes, como a auditoria de qualidade pode auxiliar na geração de diferenciais competitivos para as MEIs. A coleta de dados se deu por meio da aplicação de 50 questionários, no período de setembro a novembro de 2019. Com base nos dados foi possível evidenciar que os respondentes consideram o fato de as empresas certificadas focarem na satisfação do cliente e na comunicação como motivos mais essenciais para priorizarem a compra de produtos e serviços dessas empresas. Assim, é possível sugerir que MEIs que desejam se manter fortes e competitivas no mercado devem procurar atender as expectativas de seus clientes, seja por meio da qualidade dos serviços oferecidos, de um processo de comunicação transparente, pelo uso de indicadores de gerenciamento e/ou condução de pesquisas de satisfação com seus clientes.

**Palavras Chave:** Auditoria - Qualidade - MEI - -

## 1. INTRODUÇÃO

A globalização eliminou as fronteiras econômicas e mudou o cenário organizacional, aumentando a quantidade de potenciais clientes e de produtos e serviços oferecidos, o que resultou em um maior número de concorrentes. Neste pressuposto, para se diferenciar e se tornar competitiva no referido mercado, uma organização deve buscar permanentemente melhorar seus padrões de qualidade e produtividade.

Organizações que investem em qualidade têm maiores chances de obter sucesso, principalmente aquelas que optam pela implementação e utilização de Sistemas de Gestão da Qualidade (SGQ), baseados nas Normas ISO 9001 (OLIVEIRA *et al.*, 2011). Com a ajuda desses Sistemas, as organizações são capazes de desenvolver suas atividades alinhadas a normas e procedimentos aceitos como padrão, o que garante condições mais favoráveis de atendimento a requisitos técnicos específicos, dentre os quais, os requisitos de seus clientes (PINTO e TOMONITSU, 2011).

Para a implementação e avaliação da performance de um SGQ é necessário o uso de diversas ferramentas, como a auditoria de qualidade para controlar e mensurar a satisfação do cliente. Por meio dessas auditorias de qualidade é feita uma alta avaliação dos fluxos, dos sistemas e do controle interno das empresas, auxiliando-a na execução de suas atividades de maneira mais eficaz e em conformidade com o que é exigido pelo cliente (MOURÃO, 2002). Além disso, contribui para a identificação das possíveis causas para problemas e falhas nas atividades da empresa e a proposição de ações para controlá-las, minimizá-las ou extingui-las, o que pode impactar na conformidade do produto ou serviço exigido pelo cliente.

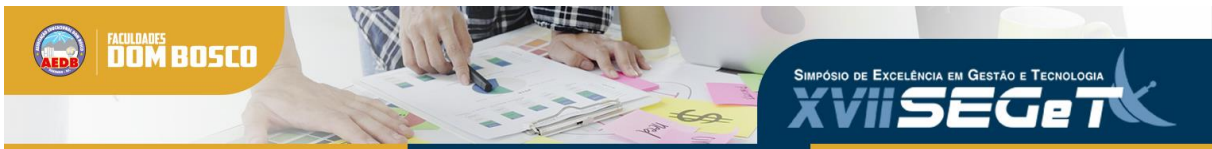
É comum grandes empresas buscarem a contratação de empresas especializadas em auditorias da qualidade para gozarem dos benefícios de um SGQ. Defende-se que micro e pequenas empresas (MEIs) podem, igualmente, se atentar para a importância da adoção da prática de auditoria de qualidade, em busca de um SGQ certificado ou simplesmente para aperfeiçoar sua estrutura e processos, no que tange a qualidade e satisfação do cliente. De acordo com o Sebrae (2017), essa importância se deve ao fato de o micro empreendedorismo ser apontado como fenômeno nacional, assumindo um papel relevante no desenvolvimento econômico e social do país devido, principalmente, ao seu potencial de gerar empregos e distribuir renda. Cabe ainda apontar a enorme concorrência nesse segmento organizacional, devido ao crescimento exponencial desses tipos de empresa. Ainda citando o Sebrae (2017), no período de 2009 a 2016 foram registrados 6.649.896 MEIs, o que representa uma média de quase 1 milhão de novos micronegócios por ano.

Nesse contexto, esse estudo tem-se como objetivo geral evidenciar, por meio da percepção dos clientes em relação aos requisitos da NBR ISO 9001:2015, como a auditoria de qualidade pode auxiliar na geração de diferenciais competitivos para as MEIs. A coleta de dados se deu por meio da aplicação de 50 questionários, no período de setembro a novembro de 2019. Os dados obtidos foram tabulados e analisados por meio de gráficos e tabelas.

Para atingir o objetivo proposto, esse artigo foi estruturado em cinco seções, contando com essa Introdução. A seção 2 e 3 apresenta uma síntese da discussão teórica sobre a prática de auditoria de qualidade e sobre a NBR ISO 9001: 201, além de sua aplicação em MEIs. A seção 4 versa sobre a abordagem metodológica adotada no estudo e a seção 5 apresenta e discute os resultados obtidos. Por fim, considerações finais do estudo, contribuições gerenciais, limitações e apontamentos para futuros estudos são discutidos na seção 6.

## 2. AUDITORIA: HISTÓRICO E CONCEITOS

A prática da auditoria ficou popular a partir da Revolução Industrial no século XVII, com a ascensão do capitalismo e o surgimento das grandes indústrias tendo como objetivo



controlar as organizações e, sobretudo, garantir a redução de custos (ALMEIDA, 2010). Ainda segundo o mesmo autor, no Brasil, a auditoria teve seu início na época colonial, quando o rei designava pessoa de confiança para conferir o recolhimento de tributos.

Assim, a auditoria é um processo de análise da situação momentânea da empresa, por meio da comparação de informações e práticas da empresa como padrões aceitos ou normas de reconhecida legitimidade, com o objetivo de mostrar a padronização das atividades e processos de empresa e a confiabilidade e controle das informações (SILVA, 2011).

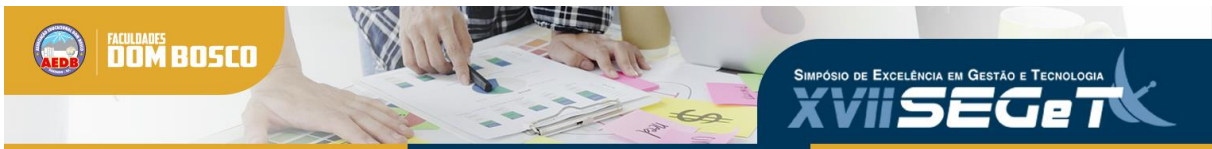
Dentre os diversos tipos de auditoria, uma que pode oferecer grandes benefícios para as empresas é a auditoria de qualidade, com foco em evidenciar a aderência das atividades e processos da empresa aos requisitos da NBR ISO 9001: 2015. Essa norma especifica requisitos para que um Sistema de Gestão da Qualidade (SGQ) possa ser utilizado nas organizações em suas aplicações internas, estando focada na capacidade de atender aos requisitos dos clientes (MELLO *et al.*, 2009).

Atualmente existem mais de 17.000 Normas ISO, cobrindo uma grande variedade de produtos e serviços, métodos de inspeção e ensaios e requisitos. As Normas da Família ISO 9000 são referências para a implementação de SGQ, sendo publicações aceitas como base para orientar organizações que queiram evidenciar sua capacidade de compreender e atender aos requisitos do cliente e outros (SILVA, 2011). Ao todo, a Família ISO 9001 possui cinco Normas, que vão da NBR ISO 9000 a 9004. A NBR ISO 9000 fornece uma base para a seleção, uso e aplicação das demais normas da série, esclarecendo conceitos, diferenças e aproximações entre elas. A NBR ISO 9002 dita normas para a garantia da qualidade nos processos de produção, instalação e assistência técnica. A NBR ISO 9003 dita normas para a garantia da qualidade no monitoramento, inspeção, revisão e ensaio geral. A NBR ISO 9004 fornece um rumo à empresa para a implantação do sistema de qualidade levando em conta os diversos fatores que afetam a realidade da empresa como fatores técnicos, econômicos, administrativos e humanos (SILVA, 2011).

A NBR ISO 9001 dita requisitos para a garantia de qualidade em processos de desenvolvimento, produção, instalação e assistência técnica, sendo a única Norma da Família 9000 a ser, efetivamente, utilizada para fins de auditoria e certificação de SGQ. Essa Norma foi publicada pela primeira vez em 1987 e, desde então, sofreu revisões em 1994, 2000, 2008 e, mais recentemente, em 2015, para incorporar atualizações (ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS, 2015).

Dentre os princípios da NBR ISO 9000, está o foco no cliente (ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS, 2015). Uma empresa que possui um SGQ certificado na NBR ISO 9001 é capaz de demonstrar o cumprimento, dentre outros, dos requisitos exigidos pelo cliente e, portanto, garante que seu produto ou serviço é adequado as necessidade e expectativas de seus clientes. Caso o desempenho da empresa fique abaixo da expectativa do cliente, esse ficará insatisfeito, se o produto preencher as expectativas, ele ficará satisfeito e, se o produto exceder essas expectativas, o cliente ficará altamente satisfeito ou encantado e, portanto, maiores serão as chances de fidelizá-lo a empresa.

Assim, para evidenciar que possuiu um SGQ coerente e fortemente estabelecido, a empresa deve verificar o que agrega valor para os clientes, entender seus requisitos (necessidades e expectativas em relação à empresa) e alinhar a qualidade dos produtos e serviços a esses valores e requisitos, além de prover recursos para, constantemente, aumentar essa qualidade (CERQUEIRA, 2012). A NBR ISO 9001 (ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS, 2015), em seus subitens 5.1.2 e 8.2.3.1, versa sobre a necessidade da gestão demonstrar liderança e comprometimento com relação ao foco no cliente e no aumento de sua satisfação, garantindo que os requisitos do mesmo sejam determinados, entendidos ao longo de toda empresa e atendidos consistentemente. Ainda citando a NBR ISO 9001, esta



afirma que se deve assegurar a capacidade de atender aos requisitos para produtos e serviços a serem oferecidos aos clientes e de determinar os riscos e oportunidades que possam afetar a conformidade de produtos e serviços e a capacidade de aumentar a satisfação do cliente. Para tal, a Norma estabelece a necessidade de uma boa comunicação com os clientes, ditando que:

A comunicação com clientes deve incluir: (a) prover informação relativa a produtos e serviços; (b) lidar com consultas, contratos ou pedidos, incluindo mudanças; (c) obter retroalimentação do cliente relativa a produtos e serviços, incluindo reclamações do cliente; (d) lidar ou controlar propriedade do cliente; (e) estabelecer requisitos específicos para ações de contingência, quando pertinente. (ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS, 2015 – Item 8.2.1)

Segundo a NBR ISO 9004 (ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS, 2019), que fornece orientação às organizações para o alcance do sucesso sustentado por meio da abordagem da gestão da qualidade:

A aplicação do princípio do foco no cliente tipicamente leva a: pesquisar e compreender as necessidades e expectativas dos clientes; assegurar que os objetivos da organização estejam ligados às necessidades e expectativas dos clientes; comunicar necessidades e expectativas dos clientes em toda a organização; medir a satisfação dos clientes e agir sobre os resultados; gerenciar sistematicamente o relacionamento com o cliente; garantir uma abordagem equilibrada entre a satisfação dos clientes e de outras partes interessadas (ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS, 2019 – Item B2, Anexo B)

De acordo com a NBR ISO 9001, a capacidade de prover consistentemente produtos e serviços que atendam aos requisitos do cliente e a facilitação da identificação de oportunidades para aumentar a satisfação dos clientes são alguns dos benefícios para uma organização que possui um SGQ implementado e certificado. Além destes, pode-se destacar:

o aumento da receita e da participação no mercado, obtido através de respostas flexíveis e rápidas às oportunidades do mercado; a maior eficácia na utilização dos recursos da organização para aumentar a satisfação do cliente; maior fidelidade do cliente, resultando em novos negócios. (CERQUEIRA, 2012, p. 53).

Assim, a auditoria de qualidade auxilia o gestor na melhoria dos negócios, buscando mostrar problemas e facilitar correções e melhorias contínuas (EUZÉBIO e BARBOSA, 2006). Ainda de acordo com os mesmos autores, essas auditorias podem ser conduzidas interna ou externamente. A auditoria interna é realizada por profissionais que tem vínculo empregatício com a organização, com o objetivo de controlar e assessorar a gestão da qualidade. Segundo Silva (2011) esta auditoria trata de um processo de trabalho voltado para avaliação da rotina administrativa, com base na verificação dos procedimentos operacionais.

Na auditoria externa, o auditor não possui vínculo empregatício, respaldos e exigências legais, é executada por profissional independente e sua intervenção é ajustada em contrato de serviços. As empresas de consultoria em auditoria buscam profissionais com o perfil e qualificações profissionais adequados para realizar o serviço de maneira eficaz (CREPALDI e CREPALDI, 2016), capazes de seguir instruções, hábeis no relacionamento e trato com as pessoas. Ademais, devem ter postura de independência e imparcialidade durante o processo de auditoria, demonstrando todos os dados coletados de forma clara, fidedigna e conclusiva. Ainda, estes auditores “devem respeitar e assegurar o sigilo relativamente às informações obtidas durante o seu trabalho na entidade auditada, não as divulgando, sob nenhuma circunstância, salvo as contempladas na legislação vigente, bem como nas Normas Brasileiras” (CREPALDI e CREPALDI, 2016, p. 242).

### **3. AUDITORIA: MICRO E PEQUENAS EMPRESAS**

Segundo pesquisa feita pelo SEBRAE (2017), uma a cada quatro empresas fecham antes de completar dois anos no mercado, sendo a falta de capital de giro e de clientes os

motivos principais para essa falência. Atrrelado ao crescimento exponencial da concorrência é preciso que as MEIs busquem a satisfação do cliente e a melhor qualidade de seus produtos e serviços (SEBRAE, 2017). Como já dito, uma dessas formas é por meio da obtenção da certificação de qualidade, decorrente da condução de práticas de auditorias internas e externas de qualidade, que analisam a aderência das atividades e processos da empresa, as diretrizes e requisitos estabelecidos pela NBR ISO 9001. A necessidade da adoção dessa prática é, muitas vezes, exigida pelo “mercado de consumidores”, por meio de adequações a definições de mercado, impulsionadas e orientadas para o cliente, focalizando a utilidade e a satisfação do mesmo (HORNER e SWARBROOKE, 2002).

Devido a complexidade de se satisfazer as necessidades do cliente e a importância para manter-se competitivas no mercado, as MEIs devem tomar medidas para minimizar, ao máximo suas perdas e possíveis descontentamentos dos clientes com o produto ou serviço que oferece (HORNER E SWARBROOKE, 2002). Para estes autores, os benefícios que as micro e pequenas empresas podem ter ao buscar e manter uma certificação na NBR ISO 9001 são inúmeros, e a adoção de práticas de auditoria de qualidade em rotinas pode ser uma estratégia para evidenciar sua capacidade de prover produtos e serviços com qualidade e de acordo com os requisitos exigidos por seus clientes.

O processo de implementação da Norma ISO 9001 em MEIs não difere muito daquele de organizações grandes, mas, não raro, é necessário fazer mudanças em rotinas e conscientizar os funcionários sobre a necessidade de cumprir procedimentos e de monitorar e buscar constantemente a satisfação do cliente (CREPALDI e CREPALDI, 2016). O item 9.1.2 da NBR ISO 9001 (ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS, 2015) explicita que a organização deve determinar métodos para obter, monitorar e analisar criticamente a percepção de seus clientes em relação ao atendimento de suas necessidades e expectativas. Outras mudanças envolvem a identificação, verificação, proteção e salvaguarda da propriedade de clientes ou provedores externos, disponibilizados para o uso ou incorporação nos produtos e serviços da empresa (NBR ISO 9001, 2015, Subitem 8.5.3); a consideração dos requisitos do cliente em atividades de pós-entrega de produto ou serviço (NBR ISO 9001, 2015, Subitem 8.5.5); e a determinação dos controles a serem aplicados para os processos, produtos e serviços, providos diretamente para o cliente por terceiros, em nome da organização (ISO 9001, 2015, Subitem 8.4.1).

Segundo Euzébio e Barbosa (2006), com todas essas mudanças na rotina das organizações, a MEIs deve se submeter a auditorias internas e externas, buscando evidenciar a aderência de suas ações e processos à Norma NBR ISO 9001. Caso essa aderência seja constatada, é possível admitir que o SGQ atenda diretamente as necessidades dos clientes, que receberá um produto ou serviço com qualidade, atingindo, assim, suas necessidades e expectativas (EUZÉBIO e BARBOSA, 2006). Então, o órgão auditor externo emite o certificado de qualidade, válido de 3 a 5 anos. Após esse período, a empresa passará por uma nova auditoria de recertificação para verificar a manutenção e evolução de seu SGQ (EUZÉBIO e BARBOSA, 2006).

#### 4. METODOLOGIA

Metodologicamente este artigo foi estruturado em duas partes. Na primeira uma revisão bibliográfica, buscando os principais autores da área e artigos científicos, de forma a obter conceitos e teorias para discussão sobre a temática. Na segunda parte desenvolveu-se uma pesquisa de campo, de caráter quantitativo e exploratório. Segundo Gil (2017), a pesquisa exploratória tem como objetivo proporcionar maior familiaridade com o problema, com vistas a torná-lo mais explícito ou a construir hipóteses.

A grande maioria das pesquisas exploratórias envolvem levantamento bibliográfico, aplicação de questionários com pessoas que tiveram experiências práticas com o problema

pesquisado e análise de exemplos que estimulem a compreensão (GIL, 2017). Assim, para coletar os dados desse estudo, foi aplicado um questionário com consumidores de MEIs certificadas na NBR ISO 9001:2015. Este questionário conteve 22 questões. As duas primeiras questões foram de múltipla escolha, acerca do conhecimento sobre a certificação na NBR ISO 9001 e sobre a priorização de compras de MEIs certificadas nesta Norma. Para construção das demais 20 questões do questionário da pesquisa, foram selecionados, nas normas ABNT NBR ISO 9004:2019 e ABNT NBR ISO 9001:2015, os requisitos que tratavam especificamente das questões relacionadas ao cliente, como requisitos relativos ao foco, a comunicação, aos produtos e serviços, as atividades de pós-venda e a satisfação do mesmo. Em uma escala de 1 a 3, os respondentes deveriam assinalar o grau em que cada uma das afirmativas representava um motivo pelo qual ele priorizava a compra de produtos e serviços em MEIs com certificação de qualidade.

Esse questionário foi transportado para a plataforma *Google Forms* e divulgado por meio de redes sociais, durante o período de 60 dias. Atentou-se para características que convergissem para a validade de conteúdo desse questionário: foram descritas as instruções de preenchimento de forma clara; o texto das questões foi disposto em letras grandes e coloridas; foi realizado pré-teste com 5 pesquisadores, com o intuito de identificar erros gramaticais, exaustividade e complexidade de entendimento, não identificando-se quaisquer necessidades de alteração; foi medido o tempo médio para resposta integral ao questionários, o qual variou de 10 a 15 minutos.

Nesse estudo, foi utilizada amostragem não probabilística por conveniência onde não se teve acesso a lista completa dos indivíduos que formam a população, portando não se sabe a probabilidade que cada indivíduo ser selecionado para a amostra, o que limita a generalização dos resultados do estudo. Foram obtidas 50 respostas consideradas como válidas, que foram tabuladas e analisadas por meio de gráficos e tabelas.

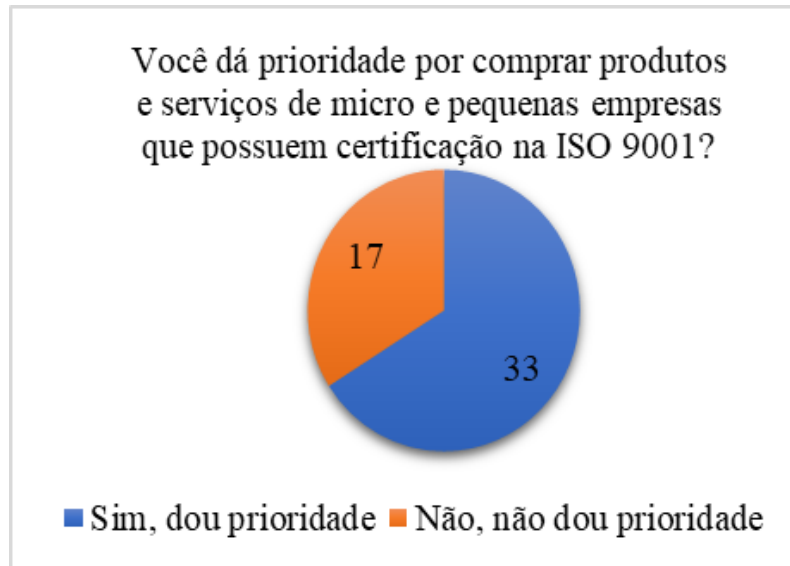
## 5. PESQUISA DE CAMPO

Conforme tabulação dos dados, verificou-se que 88% dos respondentes conheciam a NBR ISO 9001:2015 e seu objeto de certificação, conforme Figura 1. Destaca-se que esse percentual é considerável, sugerindo potenciais clientes para MEIs certificadas nessa Norma.



Figura 1: Conhecimento da NBR ISO 9001: 2015.

A Figura 2 apresenta o total de 50 respostas obtidas, onde evidenciou-se que mais da metade dos respondentes (66%) afirmou priorizar a compra de produtos e serviços de micro e pequenas empresas que possuem o certificado de qualidade. Diante desse resultado, conclui-se que a certificação passa credibilidade quanto a qualidade do produto e serviço oferecido.



**Figura 2:** Prioridade de compra de MEIs certificadas.

As Tabelas de 1 a 8 apresentam os dados referentes às afirmativas retiradas dos requisitos das normas ABNT NBR ISO 9004:2019 e ABNT NBR ISO 9001:2015. Estes dados tratam de questões relacionadas ao cliente, como requisitos relativos ao foco no cliente, a comunicação com o cliente, aos produtos e serviços, as atividades de pós-venda, a satisfação do cliente. Os dados referentes aos requisitos ABNT NBR ISO 9004:2019, Anexo B: Princípios de gestão da qualidade e B.2 Princípio 1: Foco no cliente, estão descritos na Tabela 1. Evidenciou-se que 97% dos respondentes consideram o fato de as empresas certificadas pesquisarem e compreenderem suas necessidades e expectativas como clientes um motivo essencial para priorizar a compra de produtos e serviços dessas empresas. 91% consideram essencial que as empresas certificadas possuam objetivos ligados à expectativa do cliente. É considerado essencial por 94% dos respondentes que, nas empresas certificadas, os funcionários atendam as expectativas do cliente. 91% dos respondentes consideram que as empresas devem medir sua satisfação e tomar ações sobre os resultados. 82% dos respondentes consideram essencial que as empresas mantenham relacionamento com o cliente de forma sistêmica. E 70% dos respondentes consideram que as empresas devam manter uma abordagem equilibrada entre o cliente e outras partes. Desta forma conclui-se que, para cerca de 90%, a gestão da qualidade visando satisfação do cliente é altamente recomendada para empresas que desejam manter o diferencial competitivo.

**Tabela 1:** Requisitos da ABNT NBR ISO 9004:2019, Anexo B: Princípios de gestão da qualidade, B.2 Princípio 1: Foco no cliente

	1	2	3
1. Empresas certificadas pesquisam e compreendem as minhas necessidades e expectativas como cliente.	0%	3%	97%
2. Empresas certificadas possuem objetivos organizacionais ligados às minhas necessidades e expectativas como cliente.	6%	3%	91%
3. Em empresas certificadas, todos os funcionários sabem das minhas necessidades e expectativas como cliente.	0%	6%	94%
4. Empresas certificadas medem minha satisfação e tomam ações sobre os resultados.	0%	9%	91%

5. Empresas certificadas gerenciam sistematicamente o relacionamento que mantem comigo como cliente.	0%	18%	82%
6. Empresas certificadas adotam uma gestão de abordagem equilibrada entre a minha satisfação como cliente e a de outras partes interessadas, como proprietários, funcionários, fornecedores, financiadores, comunidades locais e sociedade como um todo.	12%	18%	70%

**Fonte:** Elaborado pelos autores

A Tabela 2 mostra os dados referentes aos requisitos da ABNT NBR ISO 9001:2015, Subitem 5.1.2 – Foco no Cliente. De acordo com esta é possível concluir que a maioria dos clientes considera um motivo essencial o fato de as empresas certificadas assegurarem que os requisitos de seus clientes sejam determinados, entendidos e atendidos consistentemente é um motivo essencial para priorizarem a compra de seus produtos ou serviços. 76% afirmam ser essencial assegurar a determinação e abordagem dos riscos e oportunidade que possam afetar a conformidade dos produtos. 88% dos clientes consideram relevante assegurar a manutenção e foco em sua satisfação. Com base nas estatísticas da Tabela 2, podemos analisar que os clientes têm em suas expectativas cada vez mais o aumento de sua satisfação.

**Tabela 2:** Requisitos da ABNT NBR ISO 9001:2015, Subitem 5.1.2 – Foco no Cliente

	1	2	3
7. Empresas certificadas asseguram que os meus requisitos como cliente sejam determinados, entendidos e atendidos consistentemente.	3%	9%	88%
8. Empresas certificadas asseguram a determinação e abordagem dos riscos e oportunidades que possam afetar a conformidade dos produtos e/ou serviços e da capacidade de aumentar minha satisfação como cliente.	18%	6%	76%
9. Empresas certificadas asseguram a manutenção de seu foco no aumento da minha satisfação como cliente.	9%	3%	88%

**Fonte:** Elaborado pelos autores

A Tabela 3 apresenta os dados sobre os Requisitos da ABNT NBR ISO 9001:2015, Subitem 8.2.1 – Comunicação com o cliente. Os dados evidenciam que 70% dos entrevistados consideram essencial que as empresas devam prover informações relativas a seus produtos e serviços. 67% consideram prioritário que as empresas lidem com consultas, contratos ou pedidos, incluindo mudanças. 73% consideram o *feedback* das empresas com relação aos produtos e serviços essencial como prioridade de compra. 70% dos respondentes consideram que empresas certificadas lidem ou controlem propriedades do cliente e quando pertinente, estabeleçam requisitos específicos para ações de contingência. A comunicação com os clientes é tão essencial quanto atender as expectativas do produto ou serviço prestado, assim é possível através da ISO achar meios para que as empresas possam vir a se destacar neste meio assim gerando competitividade com as concorrentes.

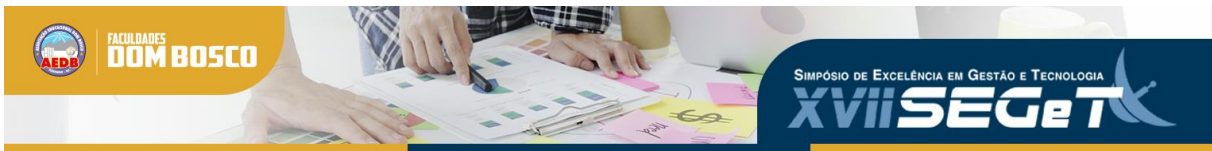
**Tabela 3:** Requisitos da ABNT NBR ISO 9001:2015, Subitem 8.2.1 – Comunicação com o cliente

	1	2	3
10. Empresas certificadas provêm informações relativas a seus produtos e serviços.	12%	18%	70%
11. Empresas certificadas lidam com consultas, contratos ou pedidos, incluindo mudanças.	21%	12%	67%
12. Empresas certificadas buscam obter <i>feedback</i> relativo a produtos e serviços, incluindo reclamações do cliente.	15%	12%	73%
13. Empresas certificadas lidam ou controlam propriedades do cliente.	21%	9%	70%
14. Quando pertinente, empresas certificadas estabelecem requisitos específicos para ações de contingência.	21%	9%	70%

**Fonte:** Elaborado pelos autores

Sobre os Requisitos da ABNT NBR ISO 9001:2015, Subitem 8.2.3.1 – Análise Crítica de requisitos relativos a produtos e serviços, a Tabela 4 apresenta dos dados da pesquisa. 92% dos respondentes afirmam priorizar a compra de empresas certificadas, pois essas asseguram





que são capazes de atender aos requisitos de seus clientes em relação aos produtos e serviços que oferece. Conclui-se que 92% dos respondentes priorizam comprar de empresas certificadas pois estas são capazes de atender requisitos de seus clientes.

**Tabela 4:** Requisitos da ABNT NBR ISO 9001:2015, Subitem 8.2.3.1 – Análise Crítica de requisitos relativos a produtos e serviços.

	1	2	3
15. Empresas certificadas asseguram sua capacidade de atender aos requisitos que eu, como cliente, tenho em relação a seus produtos e serviços.	0%	8%	92%

**Fonte:** Elaborado pelos autores

A Tabela 5 apresenta os Requisitos da ABNT NBR ISO 9001:2015, Subitem 8.4.1 – Generalidades. Nela, metade dos respondentes não vê o controle dos processos, produtos e serviços providos por terceiros como um dos motivos pelos quais preferem comprar de empresas certificadas. Todavia, mesmo a metade dos respondentes não vendo como prioridade de compra os produtos fornecidos por terceiros, 47% dos respondentes considera esse requisito como essencial para a qualidade do produto/serviço final.

**Tabela 5:** Requisitos da ABNT NBR ISO 9001:2015, Subitem 8.4.1 – Generalidades.

	1	2	3
16. Empresas certificadas determinam controles para os processos, produtos e serviços providos por terceiros.	50%	3%	47%

**Fonte:** Elaborado pelos autores

A Tabela 6 apresenta os dados sobre os Requisitos da ABNT NBR ISO 9001:2015, Subitem 8.5.3 – Propriedade pertencente a clientes ou provedores externos. Metade dos respondentes considera a identificação, verificação, proteção e salvaguarda da propriedade de cliente disponibilizada para o uso ou incorporação em seus produtos e serviços um motivo essencial para priorizar a compra de empresas certificadas. Para 41% dos respondentes, esse não é um motivo pelo qual priorizaram a compra de empresas certificadas. Embora 50% dos respondentes não veja como motivo essencial a guarda de suas propriedades, a pergunta 13 da tabela 4 aponta que 70% dos respondentes afirmaram priorizar a compra de empresas certificadas que lidam e controlam suas propriedades. Entende-se, assim, que a proteção e sigilo dessas informações são essenciais para os clientes.

**Tabela 6:** Requisitos da ABNT NBR ISO 9001:2015, Subitem 8.5.3 – Propriedade pertencente a clientes ou provedores externos;2019

	1	2	3
17. Empresas certificadas identificam, verificam, protegem e salvagam propriedade de clientes disponibilizada para o uso ou incorporação em seus produtos e serviços.	41%	9%	50%

**Fonte:** Elaborado pelos autores

A Tabela 7 apresenta os Requisitos da ABNT NBR ISO 9001:2015, Subitem 8.5.5 – Atividades de pós-venda. Para 76% dos respondentes o fato de as empresas certificadas, ao longo de suas atividades de pós-entrega, considerarem os requisitos de seus clientes é um motivo essencial para priorizar a compra de empresas certificadas. Importante salientar que, para 21% dos respondentes, esse não é um motivo pelo qual priorizaram a compra de empresas certificadas. Assim, é possível sugerir que as atividades de assistência técnica, de pesquisa de satisfação de cliente, de logística reversa, dentre outras atividades realizadas após a venda do produto ou prestação do serviço, devem receber, por parte da gestão de MEIs, a mesma atenção que aquelas atividades realizadas antes da entrega ao cliente ou aquelas internas, pois são igualmente vistas como diferenciais competitivos para esses respondentes.

**Tabela 7:** Requisitos da ABNT NBR ISO 9001:2015, Subitem 8.5.5 – Atividades de pós-venda

	1	2	3
18. Quando determinam a extensão das atividades de pós-entrega, empresas certificadas consideram os meus requisitos como cliente.	21%	3%	76%

**Fonte:** Elaborado pelos autores

Por fim, a Tabela 8 apresenta os dados sobre os Requisitos da ABNT NBR ISO 9001:2015, Subitem 9.1.2 – Satisfação do cliente. Os respondentes foram unânimes em reconhecer que o monitoramento da percepção dos clientes a respeito do atendimento a suas necessidades e expectativas e a determinação de métodos para obter, monitorar e analisar criticamente a satisfação do cliente são motivos essenciais para priorizarem a compra em empresas certificadas. Sugere-se que tais atividades possam representar potenciais vantagens competitivas para MEIs, visto a importância e relevância dada por potenciais clientes.

**Tabela 8:** Requisitos da ABNT NBR ISO 9001:2015, Subitem 9.1.2 – Satisfação do cliente

	1	2	3
19. Empresas certificadas monitoram a minha percepção, como clientes, do grau em que minhas necessidades e expectativas foram atendidas.	0%	0%	100%
20. Empresas certificadas determinam os métodos para obter, monitorar e analisar criticamente a minha satisfação como cliente.	0%	0%	100%

**Fonte:** Elaborado pelos autores

## 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esse estudo buscou evidenciar a percepção dos clientes em relação aos requisitos da NBR ISO 9001:2015 como forma de gerar diferencial competitivo para as MEIs. Com base na pesquisa realizada é possível evidenciar que os respondentes consideram o fato de as empresas certificadas focarem na satisfação do cliente e na comunicação como os motivos mais essenciais para priorizarem a compra de produtos e serviços dessas empresas. Metade dos respondentes não reconheceram os produtos e serviços fornecidos por terceiros e a segurança de suas informações e propriedades como motivos para priorizarem a compra em empresas certificadas.

Essa pesquisa reforça que MEIs que desejam se manter fortes e competitivas no mercado devem procurar atender as expectativas de seus clientes, seja por meio da qualidade dos serviços oferecidos, de um processo de comunicação transparente, pelo uso de indicadores de gerenciamento e/ou condução de pesquisas de satisfação com seus clientes. Diante desses resultados, é possível sugerir alguns pontos as serem adotadas pelas MEIs como forma de gerar diferencial competitivo: focar na qualidade do produto/serviço com objetivo de fidelizar o cliente, manter contato com o cliente sobre sua satisfação para que se possa obter melhores informações para desenvolvimento contínuo da organização. Ademais, esta pesquisa demonstra que a auditoria de qualidade funciona como importante ferramenta para a solidificação da MEI no mercado, sugerindo a relevância da contratação deste serviço.

O artigo ficou limitado a um pequeno grupo de clientes de um determinado local, não solicitando informações sobre os tipos de serviços e produtos que exijam maior qualidade, nem quanto a importância de se ter um controle maior da qualidade. Tal lacuna pode ser preenchida em estudos futuros. Visto que o mercado atual se encontra competitivo para MEIs se fazem necessárias pesquisas que demonstrem a relevância da auditoria de qualidade com foco na implementação de SGQ para o melhor alcance da satisfação e confiança dos clientes. Ainda, torna-se relevante conduzir pesquisas com intuito de verificar a percepção dos clientes sobre como as MEIs podem se tornar mais competitivas e, assim, se destacarem no mercado.



## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALMEIDA, M. C. **Auditoria**. São Paulo: Atlas, 2010

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. **ABNT NBR ISO 9000:2015**: Sistemas de gestão da qualidade - fundamentos e vocabulário. Rio de Janeiro, 2015

\_\_\_\_\_. **ABNT NBR ISO 9001:2015**: Sistemas de gestão da qualidade – requisitos. Rio de Janeiro, 2015.

\_\_\_\_\_. **ABNT NBR ISO 9004:2019**: Sistemas de gestão da qualidade diretrizes para melhorias de desempenho. Rio de Janeiro, 2019.

CERQUEIRA, J. P. de. **Sistemas de Gestão integrados: ISO 9001, NBR 16001, OHSAS 18001, SA 8000**: Conceitos e aplicações. Rio de Janeiro: Qualitymark Editora, 2012.

CREPALDI, S. A.; CREPALDI, G. S. **Auditoria Contábil**: Teoria e Prática. Paulo: GEN/Atlas, 2016.

EUZÉBIO, L.; BARBOSA, R. J. A importância da auditoria interna nas empresas e informações precisas, **Revista Científica Eletrônica de Administração**, n.10, 2006.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisas**. São Paulo: Atlas, 2017.

HORNER, S.; SWARBROOKE, J. **O comportamento do consumidor no turismo**. São Paulo: Aleph, 2002.

MELLO, C. H. P.; SILVA, C. E. S; TURRIONI, J. B.; SOUZA, L.G.M. **ISO 9001:2008**: Sistemas de gestão da qualidade para operações de produção e serviços. São Paulo: Atlas, 2009.

MOURÃO, L. A. F. **A terceirização da função de auditoria interna**. Dissertação. 2002. Disponível em: <<http://bibliotecadigital.fgv.br>>. Acesso em: 18 de mai. de 2017.

OLIVEIRA, J. A.; NADAE, J.; OLIVEIRA, O. J.; SALGADO, M. H. **Um estudo sobre a utilização de sistemas, programas e ferramentas da qualidade em empresas no interior de São Paulo**. Revista Produção, v. 21, n. 4, p. 708-723, 2011

PINTO, S. H., TOMOMITSU, P. H. T. A. A Importância da Gestão da Qualidade e a Busca por Certificações da Qualidade ISO 9001 E ISO/IEC 17025. **Simpósio de Engenharia de Produção**, 7-9 de novembro, 2011

SEBRAE, **Perfil do Microempreendedor Individual 2017**. Disponível em: <[http://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2018/03/Perfil-do-Microempreendedor-Individual\\_2017-v10.pdf](http://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2018/03/Perfil-do-Microempreendedor-Individual_2017-v10.pdf)>. Acesso:10 abr. 2019.

SILVA, J. S. R. **Desenvolvimento de uma metodologia para implementação de um sistema de gestão da qualidade baseado nas normas NP e ISO 9001:2008**. Dissertação de Mestrado (Mestre em Engenharia Electrónica e Telecomunicações – Perfil de Sistemas de Informação). Universidade de Aveiro, Portugal, 2011. Disponível em:<<https://ria.ua.pt/bitstream/10773/8482/1/248229.pdf>> Acesso em: 23 out. 2018