



EXPERIÊNCIA DO CLIENTE POR MEIO DA QUALIDADE DO PRODUTO/SERVIÇO, ATENDIMENTO E COMUNICAÇÃO: ESTUDO DE CASO NA EMPRESA ISABELLA PERSONALIZADOS

JHONATA EMANUEL NUNES DE ALBUQUERQUE

YGOR GEANN DOS SANTOS LEITE

RESUMO

Clientes satisfeitos têm maior probabilidade de comprar novamente, a empresa procura que o cliente compartilhe sua experiência com outras pessoas, atraindo novos compradores. Promovendo a lealdade e o crescimento sustentável da empresa, através da qualidade fazendo o cliente ter confiança e promovendo o crescimento nas vendas. A empresa procura métodos para continuamente melhorar e manter a qualidade no produto, coletando as opiniões dos compradores e sobre a experiência recente de compra do produto, para identificar problemas específicos. Fazendo isso a empresa melhorou sua qualidade nos produtos e nos serviços, tiveram aumento de vendas e credibilidade da marca. A satisfação do cliente é a base do sucesso de um negócio, pois clientes satisfeitos se tornam leais, eles recomendam a empresa e geram mais vendas. As empresas devem investir em atendimento pós qualidade começa pelo atendimento, manter feedbacks e usar dados para melhorar produtos e serviços, garantindo que as expectativas dos clientes sejam atendidas ou superadas para criar uma empresa com marca reconhecida. Palavras-chave:

1.INTRODUÇÃO

A satisfação do cliente podemos dizer que é uma avaliação positiva do consumidor, sobre o produto que ele está comprando, ou como ele está sendo atendido, sempre buscando expectativas e a experiência vivenciada, é um fator estratégico de cada empresa ter sucesso de um negócio em um mercado competitivo. Cada empresa busca aprimorar essa métrica, por meio de pesquisas de feedback e análise, demonstram compromisso com cliente e melhoria contínua. A satisfação do cliente fornece informações cruciais para a melhoria de produtos, serviços e processos. Os clientes satisfeitos tentam comprar, mas é também indicar a empresa para outras pessoas, focada na satisfação do cliente ganham mais destaque em relação aos concorrentes, ficando o cliente fixo com a empresa por causa da confiança.

O cliente vai além da lucratividade imediata. Impacta o crescimento sustentável e a reputação de uma empresa, motivando o melhoramento de estratégias, a divulgação do negócio e o desenvolvimento de novos produtos e serviços.

A pesquisa se desenvolve em uma empresa no mercado de personalizados, e um ramo muito competitivo. Com tudo a prioridade é o cliente, que temos que ganhar sua confiança. Poder focar na qualidade do produto para o cliente possa demonstrar suas expectativas e a experiência vivenciada. Sempre buscando uma nota positiva do cliente e sempre melhorando ainda mais. A maior consequência nesse ramo são as impressoras, e pedido cancelado pela cliente, as vezes os pedidos estão grandes e a impressora para de funcionar, ou cliente cancelar por motivo pessoal.



Desta maneira, destaca essa problemática: como a gestão da qualidade, pode contribuir para que haja um aumento significativo da satisfação do cliente?

Desta forma, o trabalho tem como objetivo geral: Identificar os principais fatores que levam a satisfação total dos clientes por meio da qualidade do produto e do serviço. E como específico, pretende-se: realizar pesquisa qualitativa e quantitativa na empresa pesquisada; levantar os fatores que impactam na satisfação do cliente; e construir ponto de ação para atender aos objetivos propostos.

A fundamentação teórica será estruturada por meio de três capítulos, sendo esses: Gestão da qualidade total, onde presente-se apresentar suas implicações em ambiente organizacional; o segundo será Estratégica de fidelização, apresentando os meios de atração comercial; e ainda Ferramentas da qualidade, como estratégia de gestão para analisar, mensurar e propor um plano de ação.

Além disso, a metodologia deste artigo consiste em uma pesquisa mista, ou seja, análise qualitativa e quantitativa que melhor irão apresentar informações sobre a problemática evidenciada. Além disso, aplicação efetiva das ferramentas da qualidade visando a identificação da causa raiz da problemática evidenciada

Diante do proposto, a pesquisa na organização é justificada pela extrema carência de podagem técnicas que visem converter o consumidor em um cliente fidelizado, ação necessária para garantir a permanência de pequenos e médios empreendedores, no mercado cada vez, mas competitiva.

Portanto, estrategicamente os dados fornecidos pode buscar melhorias para agradar os clientes, para personalizar o atendimento de forma eficaz, é essencial conhecer profundamente quem são seus clientes. Isso envolve a coleta de dados relevantes, como histórico de compras, preferências, canais de comunicação favoritos e comportamentos durante as interações. Além disso, pesquisas de satisfação, feedbacks e análises de comportamento online são recursos valiosos para identificar padrões e antecipar necessidades, possibilitando um atendimento mais assertivo e personalizado.

2. CARACTERIZAÇÃO DA EMPRESA

A empresa se chama Isa personalizados e uma empresa que atua em Manaus, consolidada no setor de papelaria. Sua principal atividade e montagem de kit de aniversário (lembranças).

São produtos padronizados, que o cliente escolhe, assim e feito o design do produto e passado para o cliente aprovar.

A empresa olha muito para o meio ambiente, por isso todos os papéis cortado são vendidos para reciclagem, e com retorno do lucro e aplicado para melhorias internos. São apenas dois funcionários no setor de produção.

A tecnologia é fundamental, com softwares de personalização, impressão 3D e App Pixellab, onde e feito a construção de Desing.

Em Manaus há muita concorrência, e por esses motivos a empresa começou a Inovar nos Desing produtivos na tecnologia é atualizações nas máquinas enovando com forme o mercado, seguindo juntos as mudanças de internet, dessa maneira buscando e garantindo a qualidade do kit, gerando assim uma organização é qualidade para o cliente.



A missão dessa empresa é fornecer a felicidade com produto de qualidade, se manter no mercado e inovando sempre ideias para deixar o cliente feliz e satisfeito sempre, sempre atentos as mudanças é aos avanços tecnológicos. A visão é ser mais reconhecida, aumenta sua capacidade de crescimento, obter um espaço maior e grandes parcerias.

Diferencial da empresa Isa personalizados: O kit personalizado tem seus diferenciais onde através do atendimento pela nossa rede social Instagram (Isa.Personalizados Manaus) o cliente pode negociar o preço do seu kit e escolher de como deseja o Desing, mas também ajudam a construir, e reforçar a identidade da marca. A empresa oferece um brinde onde o cliente pode se sentir, mas confortável, você cria uma conexão emocional com seus clientes, tornando sua marca mais memorável. Os brindes personalizados são uma maneira eficaz de demonstrar carinho pelos clientes, aumentando a probabilidade de que os clientes retornem. Ao receber um presente personalizado, as pessoas se sentem valorizadas e, em troca, elas tendem a desenvolver lealdade à marca. Essa fidelização é fundamental para o crescimento sustentável de qualquer negócio.

3. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

3.1 Gestão da qualidade total

Retomando essa definição, podemos acrescentar que, desde o desenvolvimento da norma ABNT NBR ISO 8402:1994, a Gestão da Qualidade consiste no conjunto de atividades para dirigir e controlar uma boa comunicação com cliente, englobando o planejamento, o controle, a garantia e a melhoria da qualidade. A definição da qualidade estabelecida pela ISO 9000:2008, seguido pela necessidade de trazer essa definição para a operação, por meio da gestão da qualidade, que, por sua vez, se subdivide em planejamento, controle, garantia e comunicação.

Conforme Soares (2023) apud Carneiro (2020), diversos programas de melhoria são adaptados por empresas que buscam uma qualidade da equipe de trabalho fazendo desenvolver uma boa comunicação com clientes. Assim, gerenciar a qualidade aplicando em todas as atividades que visam a garantia da qualidade, e que programam um conjunto amplo de ações e processos totalmente planejados dentro de um determinado plano. Sendo o primeiro passo para a implementação de um sistema de qualidade preciso, é a criação de sua Política de Qualidade.

Segundo Junior et al. (2021), o sistema de gerenciamento da qualidade é implementado através das políticas, procedimentos e processos, garantido o controle da qualidade, com atividades de melhoria do início do processo até o fim. O treinamento aplicado no início de cada processo, que aprimoram a metodologia para novos projetos.

De acordo com Lobo (2019), é importante que incluam objetivos de qualidade em seus planos estratégicos e mantenham o foco na ideia de que a diferencia no mercado se dá pela qualidade dos produtos ou serviços oferecidos, alcançando sempre a satisfação total das necessidades e expectativas dos clientes.

Para Quintella et al. (2021), a ampliação da abrangência da qualidade nas atividades organizacionais também envolve responsabilidades, como qualidade ambiental e de vida, ética e valores. Esses aspectos são imprescindíveis e sujeitos a regulamentações nacionais e internacionais. Isso reflete ao crescimento conscientização da sociedade, que impõe demandas e exerce pressões complementares sobre as organizações. As empresas que adotam qualidade



abrangem a ganhar uma reputação positiva no mercado, o que pode resultar em vantagens competitivas no mercado.

3.2 Estratégica de fidelização

Os brindes personalizados, quando bem escolhidos e distribuídos, não apenas aumentam a visibilidade da marca, mas também criam uma conexão significativa buscando, mas cliente. como fotos e chaveiros, chocolate, reutilizáveis, reforçam o relacionamento e a lealdade dos clientes, transformando simples presentes em poderosas ferramentas de marketing. Essa estratégia resulta em maior satisfação e alegria dos clientes, refletindo diretamente no crescimento e sucesso da empresa.

Em um mercado cada vez mais competitivo, as empresas buscam constantemente maneiras de diferenciar-se e construir relacionamentos duradouros com seus clientes. A fidelidade do cliente não é apenas uma estratégia de marketing, mas uma necessidade para o crescimento da empresa no mercado. Conforme o *Panorama da Fidelização no Brasil*, essa prática tem se tornado cada vez mais relevante. Uma das ferramentas mais eficazes para promover a fidelização de clientes são os brindes.

Os tipos mais populares de brindes incluem, fotos, canetas, chocolate, que são práticos e úteis no ambiente de trabalho. Esses itens não apenas promovem a lembrança da marca, mas também criam uma impressão favorável com cliente. Chocolates e doces personalizados são ótimas opções para datas especiais. Eles não só agradam os clientes, mas também criam uma associação positiva com a marca. Os brindes personalizados são uma ferramenta poderosa para as empresas que desejam fidelizar seus clientes e melhorar seus resultados.

3.3 Ferramentas da Qualidade

As ferramentas da qualidade são instrumento que busca a melhoria contínua, identificando problemas repeti-nos em processo da organização, elaborando uma ação para autocorreção de erros que vem ocorrendo constantemente, procurando sempre a melhorias continuar. Obtendo a organização, qualidade do produto (kit personalizados) e satisfação do cliente. As cinco técnicas utilizadas das ferramentas são SWOT, Matriz G.U.T, Diagrama de Pareto, Ishikawa (espinha de peixe), e 5W2H.

De acordo com Trajano et al (2021) a ferramenta SWOT aumenta o conhecimento dos gestores sobre a empresa. Então são criadas estratégias a partir do ponto forte e das oportunidades, e auxiliam para eliminar as ameaças e pontos fracos. De acordo com Batista et al (2023) apud Ishida; Oliveira (2019) a Matriz de G.U.T analisa gravidade, a urgência e tendência dos problemas da empresa para contribuir na solução e mostrar o problema com maior número de complicações, sendo assim, podendo dar a prioridade no mais grave aos menos grave. Conforme Rodrigues et al (2020) o Diagrama de Pareto busca ajuda a empresa identifica os problemas, assim oferecendo uma melhor visão através de gráficos. Buscado ajuda um gestor a identificar erros presentes dentro de um processo.

Segundo Soares e Leite (2023), apud. Leite e Gasparotto (2018), a análise SWOT tem como principal objetivo avaliar ambientes internos e externos, visando identificar seus pontos fortes e fracos. Essa abordagem busca melhorias e superar desafios no desenvolvimento, assegurando



um controle melhor no sistema produtivo. Assim, a empresa pode sobressair-se em áreas onde demonstra maior competência e identificar oportunidades de crescimento.

De acordo com Silva et al (2019) apud. Selemmer e Stadler (2010), a ferramenta Diagrama de Pareto permite que identifiquemos e classifiquemos aqueles problemas de maior importância e que devem ser corrigidos primeiro. Ao solucionar o primeiro problema, o segundo se torna mais importante, permitindo que se dediquem, mas na melhoria contínua no processo de produção.

De acordo com Moraes et al (2022) apud. Tetuliano (2021), a matriz G.U.T. é um recurso gerencial que utiliza informações qualitativas para priorizar determinados problemas. Sua sigla corresponde a Gravidade, Urgência e Tendência, onde são atribuídas notas de 1 a 5 para cada fator. A prioridade então é ordenar conforme os resultados decrescentes do produto: Dessa forma, a matriz G.U.T. garante que as ações a serem executadas de uma sequência lógica, permitindo uma gestão mais eficaz e focada nos problemas mais críticos em uma empresa.

4. METODOLOGIA

Como descreve Oliveira (2020), pesquisas de combinação e procedimentos de coleta, análise e dados quantitativos e qualitativos em um único estudo. Esse parâmetro emergente destaca que essas abordagens são fundamentais para caracterizar o estudo como misto. A lógica da coleta de dados é oferecer respostas que não seriam alcançadas. Em relação ao que está sendo analisado na empresa usando, a ferramenta SWOT, que é uma ferramenta que auxilia na compreensão das fraquezas internas e externas. Serão listados os recursos, capacidades e vantagens competitivas da empresa dentro do seu ramo, com intuito de fazer uma melhoria para ganhar vantagens para ser executada. Será analisado onde existem dificuldades ou onde existe a possível falta de recursos que impactam diretamente no problema. Seguindo, a MATRIZ G.U.T onde ele traz prioridades e urgências em relação à treinamentos e desenvolvimento de pessoas, ajudando assim, definir seus principais objetivos, que é o conhecimento organizacional, melhoria contínua, garantia da segurança aos seus colaboradores, inovando a satisfação profissional. O gráfico de Pareto vai ser elaborado utilizando dados quantitativos obtidos, identificando os principais responsáveis pela maioria dos problemas. No eixo horizontal serão listados os períodos analisados em ordem decrescente de ocorrência, começando com as listas de problemas de maior frequência. O eixo vertical, representa a porcentagem das ocorrências e isso demonstra o visual do impacto do problema de forma que permita priorizar as ações que trarão o melhor resultado.

Em consideração que a problemática se refere a uma gestão, se utilizará a ferramenta 5 Porquês, que permite a realiza várias perguntas que pode ajudar a entender as relações objetivo de identificar a causa raiz dos problemas, identificando passo a passo os erros e depois fazer uma elaboração de um plano de ação, destacando que não é necessário responder as cinco perguntas para descobrir o motivo principal. Por fim, será utilizada a ferramenta 5W2H para elaborar um plano de ação visando solucionar imediata dos problemas. Esta ferramenta, e baseada em perguntas, auxiliando na tomada de decisões. Para implementar as soluções propostas, será necessária a aprovação do responsável.



5. PROPOSTA DE MELHORIA

A proposta da melhoria tem como objetivo da empresa estudada a minimizar as falhas de gestão e que refletem no processo. Sugere-se na utilização de ferramentas e conceitos de planejamento desenvolvendo e aperfeiçoando colaboradores competente para se adaptar as realidades da empresa. Inicialmente, será utilizado a análise SWOT para estruturar as informações, reconhecer os pontos fracos e identificar os desafios mais significativos.

Quadro 1 – Matriz SWOT

	FORÇAS	FRAQUEZAS
Interno	Kit feito como desejado	Treinamento de áreas
	Preços competitivos	Insatisfação com o clima organizacional
	Inovação na tecnologia	Remuneração abaixo
	Customização de produtos	Estrutura na montagem
	Confiabilidade no produto	manutenção
	OPORTUNIDADE	AMEAÇAS
Externo	Comunicação entre departamentos	Falta de insumos
	Formação de novas parcerias	Crise econômica
	Vendas de produtos para eventos	Concorrência
	Sustentabilidade	Insatisfação do cliente
	Aumento da demanda	Problemas logísticos

Fonte: Elaborado pelos autores, 2025

Diante da análise SWOT, a empresa achou vários problemas internos que afetam diretamente na comunicação com os clientes. As fraquezas relacionadas a treinamento, e uma boa comunicação, nesse mercado, têm um impacto significativo, pois elas afetam diretamente na produtividade e na motivação por causa de uma crítica negativa onde pode tirar o foco, e desanima a equipe. O foco na falta de treinamento de Comunicação, e evidente que funcionários que são mal treinados tendem a cometer erros quando passam um aviso errado, que pode levar a retrabalhos e refugos, podendo ter uma insatisfação dos clientes devido a um produto de baixa qualidade.

A comunicação insatisfatória afeta diretamente o bem-estar da empresa, somado com uma comunicação inadequada geram muito problema nas equipes. A falta de treinamento pode levar atrasos, erros de estratégias e ineficiências operacionais. Concluindo essa abordagem essas fraquezas de maneira proativa ajudarão a fortalecer a estrutura interna da equipe onde uma



comunicação pode manter os clientes satisfeito. Em seguida será aplicada a Matriz G.U.T para priorizar os problemas.

Quadro 02 - Matriz de G.U.T.

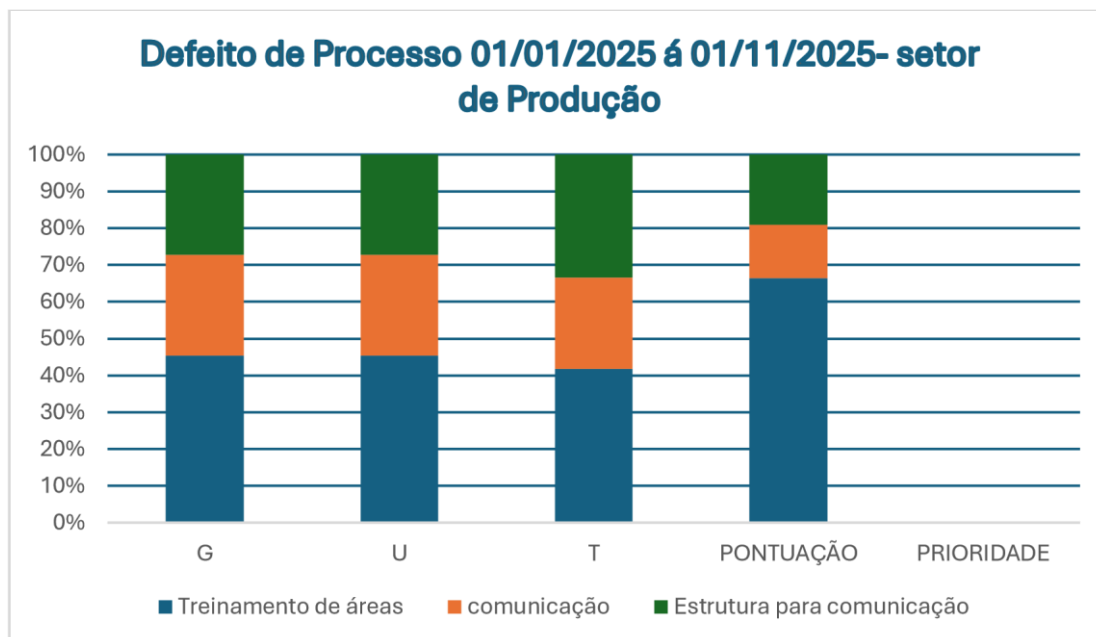
Lista de problemas	G	U	T	PONTUAÇÃO	PRIORIDADE
Treinamento de áreas	5	5	5	125	1°
comunicação	3	3	3	27	3°
Estrutura para comunicação	3	3	4	36	2°

Fonte: Elaborado pelos autores, 2025

Considerando a Matriz G.U.T, foram destacados e priorizados os problemas e gravidades, que os problemas enfrentados por causa da comunicação devem ser tratados pela ordem e tendo como base a análise do quadro 02, o treinamento de áreas foi identificado com prioridade em relação aos demais, que impacta no processo de se comunicar com os clientes. A estrutura para comunicação, também devem ser tratados, onde o lugar com espaços grande pode fazer que a comunicação demore e o cliente fique insatisfeito com a demora, aprofundando ainda mais sobre a maior problemática que é o treinamento dos colaboradores, abaixo será usado o Gráfico de Pareto para apresentar os dados referentes a quantidades de defeitos de processo. O levantamento das informações foi realizado por um período de 11 meses em um setor crítico e de produção específica que recebeu 1 novos colaboradores sem experiência e sem o treinamento adequado para a realização das atividades descritas.



Quadro 03 – Gráfico de Pareto



Fonte: Elaborado pelos autores, 2025

Considerando as ocorrências, nota-se que a falta de treinamento é o que mais afeta no desenvolvimento do colaborador, certamente afetando sua comunicação perdas financeira para a empresa ocasionadas pela demora de atendimento e satisfação do cliente. Analisando o gráfico de Pareto, observa-se que os dados de estrutura para comunicação foram menores. Com as informações obtidas com a pesquisa, vivência da gestão e análise de cada problema, foi aplicada a ferramenta ‘5 porquês’, para encontrar a causa raiz da problemática dos números crescentes de erros de processos. O objetivo é não apenas entender as causas desses desafios, mas também desenvolver estratégias eficazes para mitigá-los.

Quadro 04 – 5 Porquês (Identificação de causa raiz)

O QUÊ?	1º POR QUÊ	2º POR QUÊ	3º POR QUÊ	4º POR QUÊ	5º POR QUÊ	CONTRAMEDIDA
Treinamento de áreas	Não há um programa de treinamento contínuo	Falta de análise detalhada para verificar se precisa de treinamento	Baixa prioridade ao desenvolvimento de treinamento	o custo e muito elevado	Visão de análise curto prazo para impactos positivos	Revisar o treinamento para melhorar e criar um programa na empresa de competência



comunicação	A empresa ainda não tem uma estrutura para pagar um curso de comunicação	A empresa está no início no mercado de kit personalizados	Não a análise formal de treinamento	A empresa não prioriza recursos para essa finalidade	A empresa tem apenas dois funcionários que são os donos	Fazer uma análise para fazer o abatimento de lucro através de pesquisa de mercado
Estrutura para comunicação	Falta de estrutura para comunicação	A empresa está no início no mercado para melhorar a estrutura de comunicação	A empresa não tem abito de oferecer feedback regular e construtivo	Não teve treinamento adequado e práticas de gestão	A empresa tem objetivos de aumentar a estrutura, mas, tem outras prioridades	implementar um programa de treinamento em práticas de gestão de pessoas e comunicação assertiva

Fonte: Elaborado pelos autores, 2025

Avaliando as informações adquiridas os principais fatores acima, em contramedida, destacam se o que mais impactaram na empresa, há uma falha de gestão e com isso a empresa enfrenta dificuldades relacionadas à inadequação do treinamento dos colaboradores e controle ineficaz das competências e desempenho, necessitando criar um programa de treinamento com as necessidades que a empresa precisa. Também a falta de um procedimento regular de revisão sobre a comunicação, com base em pesquisas dentro e fora do trabalho, a comunicação com cliente era demorado. Essas ações devem ser colocadas em um plano estratégico, com objetivos claros, para garantir que as causas raízes identificadas sejam efetivamente abordadas. Desta forma, será elaborado um plano de ação para solucionar os problemas e assim agregar melhorias e consequentemente resultados mais eficientes.

6. PLANO DE AÇÃO

No plano de ação será aplicada a ferramenta 5W2H, para que todos os problemas citados tenham uma solução, eliminando os custos e gastos desnecessários para os seguintes problemas acima.



Quadro 05 – 5W2H

O QUÊ?	POR QUÊ	QUEM?	QUANDO?	ONDE?	COMO?	QUANTO?
Treinamento de áreas	Visão de curto prazo, sem análise de impactos positivos dos treinamentos	Gestores	Início:01/01/2025 Fim:25/11/2025	Comunicação	Elaboração dos gestores para uma análise de grau de conhecimento para os colaboradores	curso de especializações: R\$8,640
comunicação	A empresa prioriza recursos para essa finalidade	Diretor financeiro e diretor de produção	Início: 01/01/2025 Fim:27/11/2025	Comunicação	Análise para melhorar a forma de comunicação	Consultoria dos donos para análise de melhoria na comunicação com clientes R\$30000
Estrutura para comunicação	Uma estruturar de comunicação melhor	Gestores	Início: 01/01/2025 Fim:21/11/2025	comunicação	A procurar um treinamento para práticas de gestão de pessoas e comunicação	

Fonte: Elaborado pelos autores, 2025

O planejamento das melhorias que foi aplicado e idealizado pela ferramenta 5W2H, definindo as tarefas, os envolvidos que as realizarão, tempo e custos da comunicação. Destacamos que as melhorias propostas são estratégicas e unicamente para o desenvolvimento da comunicação com os clientes para sim terem uma ótima satisfação com a empresa. É evidente a falta de preparação profissional em vários níveis e para isso as ações precisam ser aplicadas e praticadas, para que a comunicação com os clientes seja melhorada. Desta forma, alcançaram as metas de qualidade, de tempo e proporcionará um ambiente mais harmonioso aos colaboradores, onde pode ter uma Comunicação e uma qualidade excelente.



7. RESULTADOS ESPERADOS

Poder contribuir com as melhorias para uma boa comunicação onde a análise é extremamente satisfatório, pois, encontra-se em um momento de aumento da sua capacidade. Com a proposta apresentada, da mão de obra do colaborador, e da sua capacitação pelos treinamentos oferecidos. Será possível reduzir os atrasos de atendimento. Os colaboradores que exercem suas funções com treinamentos se tornam mais seguros dos seus processos, uma vez que suas habilidades, competências e atribuições estão alinhadas com seu conhecimento.

Diante disto, foi analisado níveis operacionais com melhoria de comunicação onde a empresa desenvolveu ramal de comunicação para ser mais rápido as informações com os clientes. A empresa teve que investir em cursos de comunicação para melhorar o atendimento em fazer os clientes ficarem mais satisfeito com atendimento rápido. O estudo de caso colaborou grandemente para o aprendizado de todos, afinal, praticar e o conhecimento absorvido em sala de aula é muito importante. Destacou que o Sistema de Gestão da qualidade deve estar presente sempre e aplicado todos os dias na nossa vida, pois qualidade não é setor, é cultura, sendo assim, a tornando a parte importante e base na comunicação. As informações recebidas do estudo de caso contribuirão muito para pesquisas futuras, auxiliando os autores de como pôr em prática tudo que foi aprendido durante o curso para que adquiram as competências necessárias para desenvolver um excelente plano de ação. Portanto, o estudo de caso foi elaborado com excelência, pois, demonstrou uma visão mais técnica da capacitação e da gestão dos colaboradores, proporcionando a experiência teórica que é muito importante e necessário é gerir de forma correta o recurso mais importante dentro da comunicação com as pessoas. E por fim, fica registrado o agradecimento e respeito aos gestores que disponibilizaram tempo e informações para a realização da pesquisa.

REFERÊNCIAS

JUNIOR, I. M., ROCHA, A. V., MOTA, E. B., & QUINTELLA, O. M. Gestão da qualidade e processos. Editora FGV. 2ª Ed, Rio de Janeiro, 2021.

LEITE, Rafaela Fernanda; STRASSBURGER, Nândri Cândida. Gestão do Cuidado em Enfermagem: Acolhimento dos Clientes de Saúde na Unidade de Urgência e Emergência. Revista Plêiade, v. 17, n. 41, p. 103-111, Paraná, 2023.

LOBATO, E. D. C.; DOS SANTOS, R. B. Planejamento Financeiro: Uma proposta de implementação da matriz 5W2H como ferramenta da qualidade no setor financeiro das pequenas e médias empresas. (PMES). REVISTA FOCO, v. 16, n. 6, p. e2121-e2121, 2023.

LOBO, R. N. Gestão da qualidade. Saraiva Educação SA, 2ª Ed. São Paulo, 2019.

MILAN, Marcos; GIMENEZ, L. M.; ROMANELLI, T. L. Procedimento e treinamento uma dupla para padronizar a rotina e eliminar desperdícios. Estratégias e Soluções, v. 2, São Paulo, 2021.

OLIVEIRA, J. L. C. Integração de dados em pesquisas de métodos mistos. Texto & Contexto Enfermagem, v. 29, 2020.



SILVA, V. A. A importância do treinamento profissional e da capacitação de pessoas nas empresas: um estudo de caso. Editora Universidade Federal de Minas Gerais, Minas Gerais, 2019.

SOARES, W. S.; CÂMARA, R. A.; DE SOUZA, W. C. Sistema de Gestão da Qualidade: Uma abordagem à produção eficiente. Research, Society and Development, v. 12, n. 8, p. e15512843006-e15512843006, 2023.