

## Gaps da qualidade

Vamos abordar o tema "Gaps da qualidade", buscando entender como a avaliação da qualidade de um serviço ou produto, pela ótica do cliente, pode ser influenciada devido à existência desses gaps

**João Luiz**

Comunicação, necessidade, eficiência, expectativa, percepção, frustração... Muitas são as variáveis envolvidas quando a questão em pauta é a satisfação do cliente. Atender a uma expectativa vai muito além de uma simples entrega, de um simples produto ou serviço, portanto, atentar-se para a correta identificação e interpretação das necessidades de um cliente é imprescindível para o alcance dos resultados de maneira eficiente e efetiva.

Em primeiro lugar vamos tentar entender o que é um gap. Falando de maneira simplificada, um gap pode ser considerado como uma falha ou lacuna entre o planejamento ou controle elaborado e o resultado obtido. No mundo corporativo, podemos exemplificar um gap como um serviço definido por uma empresa e a forma como o resultado desse serviço é percebido pelo cliente. Uma vez percebidos pelo cliente, os Gaps da Qualidade podem influenciar significativamente a percepção negativa sobre o serviço experimentado, o que tecnicamente é chamado de "Custo de Falha Externa da Qualidade".

Introduzido no início da década de 90, o modelo dos cinco gaps, cuja premissa principal é que os clientes avaliem a qualidade do serviço adquirido, através do confronto entre o que foi contratado com aquilo que realmente lhe foi entregue, ou seja, um serviço sem qualidade pode ser considerado satisfatório se o cliente, ao contratá-lo, não tiver expectativa de receber um serviço de alta qualidade, como pode ser altamente insatisfatório se expectativa com a qualidade experimentada for alta.

Os gaps da qualidade, ou falhas e lacunas, representam as divergências que ocorrem dentro de uma empresa ou entre a empresa e o cliente, tendo como consequência a má qualidade no serviço prestado. No total temos 5 Gaps da Qualidade, sendo esses:

Gap 1: Diferença entre o serviço esperado pelo cliente e o que a empresa entendeu como o desejo do cliente;

Gap 2: Diferença entre o que a empresa entendeu como o desejo do cliente e a especificação da qualidade do serviço;

Gap 3: Diferença entre a especificação da qualidade do serviço e o serviço efetivamente gerado;

Gap 4: Diferença entre o serviço gerado e o que a empresa oferece ao cliente;

Gap 5: Diferença entre o serviço esperado e o serviço fornecido.

As principais razões para a ocorrência dos Gaps são:

- Falha na investigação das necessidades dos clientes;
- Ruídos e falhas de comunicação nas relações cliente x empresa e empresa x empresa;
- Baixo comprometimento com a satisfação do cliente;
- Falta de padrão metodológico;
- Baixo controle operacional;
- Desconhecimento ou baixo conhecimento sobre a rotina operacional.

Para que um serviço apresente todos os elementos da qualidade e seja percebido como excepcional pelo cliente é preciso que os cinco gaps sejam eliminados. Esta discrepância entre o serviço percebido e o serviço esperado faz com que o cliente avalie o serviço da empresa como “sem qualidade”. A ocorrência dessa falha pode resultar em má comunicação boca a boca, problemas com a imagem da empresa, perdas financeiras de curto, médio e longo prazo e diminuição da competitividade da empresa.

Para minimizar e até mitigar, na medida do possível, os impactos dos gaps da qualidade, torna-se necessária a utilização de mecanismos e ferramentas que sejam capazes de identificar as reais necessidades dos clientes e traduzi-las em serviços que estejam alinhados às expectativas geradas. Estes mecanismos e ferramentas devem ainda gerar meios para que o planejamento, a garantia, o controle e a melhoria contínua da qualidade organizacional sejam realizados de forma efetiva, eliminando possíveis ruídos de comunicação e revisão periódica dos processos de negócio. O tratamento dos Gaps da Qualidade ocorre, basicamente, em três etapas:

Etapa 1: Identificação e análise de gaps

Etapa 2: Elaboração de plano de ação para resposta ao Gap (mitigação ou controle);

Etapa 3: Desdobramento e disseminação de estratégias e ações para todo o corpo funcional da organização.

Até a próxima!

**Fonte:** <http://www.administradores.com.br/artigos/negocios/gaps-da-qualidade/86895/>