

Gestão de Processos e Qualidade (GPQ)

A QUALIDADE DO SERVIÇO PRESTADO PELA EMPRESA UNIGEO  
AGRICULTURA DE PRECISÃO: UM ESTUDO DE CASO NA GESTÃO DA  
QUALIDADE EM PÓS-VENDA

## RESUMO

Este artigo traz um estudo sobre “a gestão da qualidade em pós venda”. Hoje, as empresas são fortemente afetadas pela concorrência e competitividade visando à conquista e a fidelização dos clientes. O estudo tem o objetivo de avaliar a qualidade do serviço prestado pela empresa Unigeo no pós-venda. Propõe-se levantar quais são os fatores que interferem no sucesso da organização. Enfatiza a importância da implementação de normas. Esta implementação não é uma tarefa simples e fácil, também não é impossível, podendo ser alcançada através dos requisitos da norma de gestão da qualidade ISO 9001:2015 e outros métodos da administração. Adotaram-se metodologias de instrumentos de pesquisa qualitativa e quantitativa, descritiva de cunho bibliográfico realizada em ambiente eletrônico, por telefone através de questionários, levantando informativos que devem ser levados em consideração, medindo as características necessárias para o sucesso da empresa, avaliando a qualidade do atendimento ao cliente. No decorrer do trabalho foram apresentadas análises em gráficos que serviram de auxílio para entender e diagnosticar fatores essenciais para a sobrevivência e crescimento de uma empresa.

Palavras-chave: Satisfação do Cliente. Normas de Gestão. Gestão da Qualidade em Pós-Venda.

## ABSTRACT

This article presents a study on the "quality management in post sale," today, companies are strongly affected by competition and competitiveness aiming at conquest and loyalty. The study aims to assess the quality of service provided by Unigeo after the sale. It is proposed to raise what are the factors that affect the success of the organization. It emphasizes the importance of implementing standards. This implementation is not a simple and easy task, it is not impossible and can be achieved through the requirements of the quality management standard ISO 9001:2015 and other methods of administration. They were adopted methods of qualitative and quantitative research tools, descriptive bibliographic nature held in electronic environment, by phone through questionnaires, raising information that must be taken into account, measuring the characteristics necessary for the success of the company evaluating the quality of care to the client. During the work we were presented analysis in graphs that served as aid to understand and diagnose essential factors for the survival and growth of a company.

Keywords: Customer satisfaction. Management Standards. Quality management in After Sales.

## **1 INTRODUÇÃO**

Na sociedade contemporânea o atendimento às demandas do ambiente vem sendo implementadas por diversos sistemas de gestão. Nas organizações dentre as possibilidades de melhorias que venham suprir as dificuldades relacionadas ao gerenciamento, pode-se citar os sistemas de gestão que contemplam áreas ligadas à gestão da qualidade, meio ambiente, entre outros. Na maioria das vezes, esses sistemas estão associados ao atendimento de requisitos presentes em Normas nacionais e internacionais. Os sistemas de gestão são compostos por um conjunto de atividades de apoio para orientar cada parte da empresa balizando uma execução de tarefas de maneira correta e no tempo devido, facilitando a obtenção dos resultados.

A competitividade entre as organizações vem crescendo dia após dia. Hoje, sobrevivem às empresas que conseguem oferecer ao cliente maior valor agregado ou ainda mais, valor por um custo menor. Os clientes estão exigindo cada vez mais qualidade dos serviços prestados e oferecer produtos com preço competitivo não é o suficiente. Para conquistar clientes é preciso, inovar, oferecer excelência no atendimento e na qualidade dos serviços, para que os clientes sintam o desejo de voltar.

O estudo de caso realizado na empresa Unigeo Geoprocessamento e Consultoria Ltda que presta serviço de agricultura de precisão tem o objetivo geral de avaliar a qualidade do atendimento no serviço prestado pela empresa no pós-venda. O objetivo específico propõe-se levantar quais são os fatores que interferem no sucesso da organização avaliando a qualidade. Enfatiza a importância da implementação de normas.

Adotaram-se metodologias de instrumentos de pesquisa qualitativa e quantitativa, descritiva de cunho bibliográfico realizada em ambiente eletrônico, por telefone através de questionários, levantando informativos que devem ser levados em consideração medindo as características necessárias para o sucesso da empresa e avaliando a qualidade do atendimento ao cliente. Esta implementação não é uma tarefa simples e fácil e também não é impossível, podendo ser alcançada através dos requisitos da norma ISO 9001:2015 de gestão da qualidade e outros métodos da administração.

## **2 REVISÃO TEÓRICA**

### **2.1 Qualidade no atendimento ao cliente**

Qualidade é o grau de utilidade esperado ou adquirido de qualquer coisa, tem um conceito subjetivo que está relacionado com as percepções, necessidades e resultados em cada indivíduo. Vem do latim “Qualitate”. Está relacionado a diversos fatores como cultura, produto ou serviço prestado. A qualidade que conhecemos hoje, só surgiu por causa da Segunda Guerra Mundial, naquela época já existia uma preocupação com a qualidade dos produtos. No contexto empresarial, pode-se considerar que a qualidade é essencial no desenvolvimento de um trabalho, isso relacionado a todos os aspectos que envolvem desde a produção até a prestação de serviços. No entanto, nem todas as empresas fazem disso uma prática.

Com relação ao cliente, Costa et al. (2013) afirmam que pensar somente no lucro sem qualidade é pensar em curto prazo. Os clientes querem cada vez mais

qualidade nos produtos e serviços. Hoje, Sobrevivem às empresas que conseguem oferecer ao cliente maior valor agregado ou ainda mais, valor por um custo menor. Oferecer produtos com preço competitivo não é o suficiente. E para conquistar clientes é preciso, inovar, oferecer excelência no atendimento, e qualidade nos serviços para que os clientes sintam desejo de voltar.

Para Costa Neto (2010, p. 163) qualidade são o somatório de todas as características e propriedades dos bens e serviços oferecidos que satisfaçam as necessidades razoáveis dos clientes, juntamente com o conjunto de situações envolvidas na obtenção e no uso destes produtos que favoreçam uma existência saudável e autenticamente humana a todos que são afetados. Somente empresas centradas nos clientes são verdadeiramente capazes de construir clientes, e não apenas produtos. Há um consenso de que a visão baseada no usuário tem importância estratégica, pois esse cliente é em última análise quem suporta financeiramente o negócio.

Atendimento é o ato de atender alguém, se a propaganda é a alma do negócio, o atendimento ao cliente é o corpo. O atendimento diferenciado é muito importante, a qualidade no atendimento apresenta-se hoje, como um fator de peso para fazer com que a organização se sobressaia sob as demais. Contudo, Braga et al. (2012, p. 02) enfatizam que, atender bem é servir o cliente interno ou externo, da melhor forma possível, e não de forma mecânica, mal treinada. É interessar-se verdadeiramente pelo problema do cliente e dispor-se, não só a resolver esse problema, mas a superar as expectativas do cliente. Quando o cliente se sente encantado, nada o faz trocar de empresa, o encantamento é algo que vai além das necessidades e satisfação, é simplesmente impressiona-lo.

## 2.2 Qualidade na prestação do serviço

Serviço é oferta essencial e indispensável. Algumas de suas características básicas, que justificam o maior envolvimento dos consumidores com empresas prestadoras de serviços são: relação com os clientes, perecibilidade, intangibilidade, inseparabilidade e customização. Serviço com qualidade é aquele que tem a capacidade de proporcionar satisfação. Os serviços ao cliente incluem tanto componentes técnicos quanto de relacionamento. E para obtenção da diferenciação, não basta dar ao cliente o que ele espera, é preciso oferecer mais do que ele pensa que necessita ou do que se acostumou a esperar da empresa. Serviço com qualidade é aquele que tem a capacidade de proporcionar satisfação.

Para uma empresa manter a prestação de serviço com qualidade, é necessário que haja certa padronização. Caso o contrário, dificilmente ira projetar uma imagem coerente. Os clientes, depois de determinado tempo tornam-se menos sensíveis a preços, uma vez que aceitam e confiam na qualidade da prestação de serviços oferecidos pelo fornecedor. Assim sendo, como já há uma experiência com a empresa o preço deixou de ser a consideração principal, pois a qualidade já foi testada.

## 2.3 Normalização da qualidade

A qualidade é desenvolvida através de norma, que é um documento estabelecido por consenso e aprovado por um organismo reconhecido que fornece para uso comum repetitivo, regras, diretrizes ou características para atividades ou seus resultados, visando à obtenção de um grau ótimo de ordenação e um dado

contexto. As normas podem ser regionais, nacionais ou internacionais. A preocupação com a qualidade, em maior ou menor grau, existia em diversos países, protagonizando o surgimento de normas nacionais que forneciam procedimentos para a sua consecução, e esta se estende aos dias atuais.

Em 1987 foi lançado o conjunto de normas ISO 9001. Enquanto ocorria à evolução do sistema de gestão da qualidade, outro movimento começava a se manifestar por volta de 1972, com a preocupação do meio ambiente que se consagrou em 1996 quando a ISO 14001 foi lançada. Oferecer produtos e serviços com qualidade, não é uma tarefa fácil de ser conseguida. Fazem-se necessários o desenvolvimento e a implantação de sistemas de gestão da qualidade nas organizações, para que se garanta o comprometimento de todos, com o objetivo de conquistar a excelência nos processos e produtos, possibilitando seu aprimoramento contínuo.

## 2.4 Gestão da qualidade com base na normalização da ABNT NBR ISO 9001:2015

A ABNT NBR ISO 9001:2015 estabelece os critérios para um sistema de gestão da qualidade, é o único padrão na família ISO 9000 que pode ser certificada. Pode ser utilizado por qualquer organização, grande ou pequena, independentemente de seu ramo de atividade. A norma ISO 9001 contempla por meio de requisitos obrigatórios as características mínimas necessárias a um SGQ, que tenha foco nos produtos, serviços e seus processos de produção, trazendo benefícios também para fornecedores como clientes.

Aplica-se a organizações que tem objetivo de demonstrar sua habilidade, em oferecer produtos e serviços que atendam as necessidades dos clientes e desejam alcançar a satisfação através da efetiva aplicação do sistema. Esta norma é baseada em uma série de princípios de gestão da qualidade que são: foco no cliente e, liderança, envolvimento de todos, abordagem de processos, abordagem sistêmica, melhoria continua e continuada. A certificação pode ser uma ferramenta útil para adicionar credibilidade, demonstrando que o seu produto ou serviço atende as expectativas de seus clientes.

Para algumas organizações a certificação é uma exigência legal ou contratual, ajuda a aceder a novos mercados, nível de igualdade, facilita o comércio mundial livre e justo. Muitos são os benefícios de se aplicar de maneira efetiva os requisitos preconizados na ISO 9001, por exemplo: melhorar a imagem da empresa perante o mercado, aumentar a confiança do cliente, reduzir o número de auditorias dos clientes nos fornecedores, melhorar o desempenho dos serviços, reduzir custo por ineficiência e reclamações, diminuir os riscos do negócio, quebrar as barreiras do comércio Internacional, linha de produtos padronizados e redução dos custos. A gestão da qualidade está diretamente ligada ao planejamento, à organização, à direção, e ao controle para garantir a eficácia dos processos administrativos, envolve seus processos e se estende aos fornecedores e clientes. O SGQ é a estrutura organizacional criada para gerir, garantir a qualidade, os recursos necessários, os procedimentos operacionais, e as responsabilidades estabelecidas. Sabe-se que sua implementação não é uma tarefa fácil de ser aplicada. Ao final consequentemente o retorno é compensatório para toda organização.

A figura 1 apresenta o modelo de sistema de gestão da qualidade baseado em uma abordagem de processo. Mostra que os clientes desempenham um papel significativo na definição dos requisitos como entradas.

**Figura 1.** Modelo de sistema de gestão da qualidade



Fonte: ABNT NBR ISO (9001:2015).

Para implantar o SGQ, a alta administração deve estabelecer qual política da qualidade será seguida. É necessário saber quais são os objetivos e aonde se quer chegar. A figura 2 representa todos os processos que a norma abrange.

**Figura 2.** Requisitos da NBR ISO 9001:2015



Fonte: ABNT ISO (9001:2015).

Em seus itens a ISO 9001 visa abranger os processos que garantam um sistema de gestão eficiente e eficaz. Incorpora atendimento documentado dos itens normativos, definição do escopo, provisão e gestão de recursos, responsabilidade

da direção, medição, análise e melhoria contínua. O presente estudo realizou uma análise dos dados referente às normas ISO 9001 e ISO 14001, no que tange o status da certificação, tendo como fonte de pesquisa os dados disponibilizados pelo Inmetro referente à ISO 9001 e ISO 14001. A Figura 3 apresenta o histórico dos certificados emitidos no ano, de empresas certificadas ativas na norma ISO 9001, válidos até a data de emissão do relatório gerado em 28 de janeiro de 2016.

**Figura 3.** Número de certificados emitidos da ABNT ISO 9001



Fonte: ISO 9001, Dados Inmetro (2016).

Na ISO 9001 foram identificados em 2015, 4.913 empresas com certificados ativos acreditados pelo Inmetro. Em 28 de janeiro de 2016 foram registradas 796 empresas. A Figura 4 apresenta o histórico dos certificados emitidos no ano, de empresas certificadas ativas na norma ISO 14001, válidos até a data de emissão do relatório gerado em 28 de janeiro de 2016.

**Figura 4.** Número de certificados emitidos da ABNT ISO 14001



Fonte: ISO 14001, Dados Inmetro (2016).

Considerando a série que trata das questões do meio ambiente, a ISO 14001,

no ano de 2015 foram identificados 632 empresas com certificados ativos acreditados pelo Inmetro. Até 28 de janeiro de 2016 foram registradas 104 empresas. De acordo com Foschi (2013) no Brasil a popularidade das certificações centra-se principalmente na Gestão da Qualidade ISO 9001. Os requisitos da norma 9001 se aplicam a todas às organizações independente do seu tipo, porte e produto que fornece.

A ABNT NBR ISO 14001:2015 têm o objetivo de prover as organizações elementos de Sistema de Gestão Ambiental, eficaz que possam ser integrados a outros requisitos de gestão e auxiliá-las a alcançar seus objetivos ambientais e econômicos. A finalidade geral dessa norma é equilibrar a proteção ambiental e a prevenção de poluição com as necessidades socioeconômicas. Existem várias formas de começar a implantação do processo de qualidade. De acordo com Las Casas (2008), a gestão deve começar com a pesquisa.

A pesquisa tem a finalidade de medir a satisfação, identificar as necessidades dos clientes, avaliar a qualidade do serviço prestado pela empresa (ouvir reclamações e sugestões de melhorias). Através da pesquisa, possíveis melhorias e adequações poderão ser levantadas para identificar as falhas no processo, corrigi-las e para elevar a satisfação. Ao final da pesquisa a alta direção deverá identificar todas as falhas para realizar as correções necessárias. Muitas empresas direcionam seu foco em atrair clientes no pré-venda, erram muitas vezes nas estratégias de retenção dos clientes já existentes e na construção de um relacionamento mais sólido e sustentável (pós-venda).

### 3 PROCEDIMENTO (S) METODOLOGICO (S)

A coleta de dados utilizada para o estudo foi levantada através do programa Unisaf, sistema utilizado pela empresa para controlar os projetos. Para realização deste trabalho foi elaborado um questionário com três perguntas abertas e fechadas, dando espaço para o cliente expressar sua opinião. No total foram avaliados 30 projetos durante o período de 30 de setembro a 02 de outubro de 2015. A figura 5 apresenta a lista dos clientes pesquisados e o resultado das notas avaliadas.

**Figura 5.** Relação de clientes pesquisados e notas concedidas

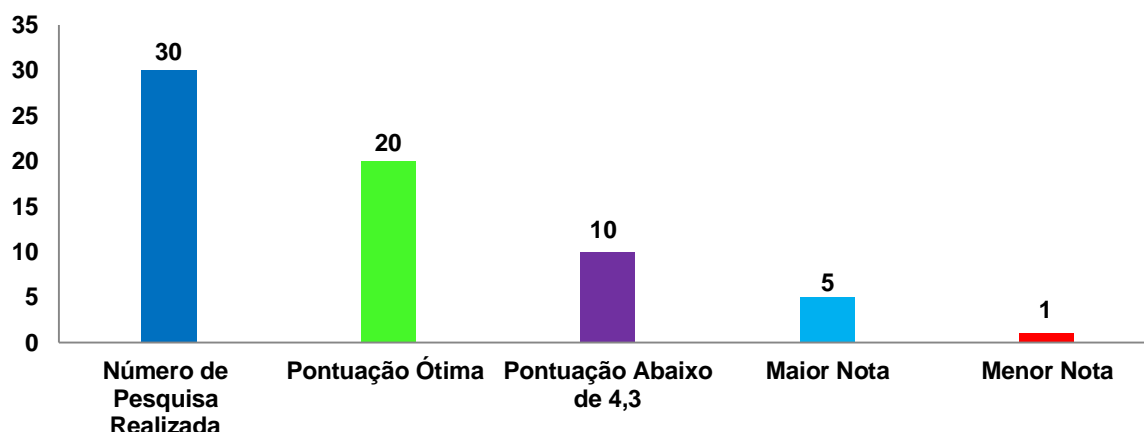
FAZENDA (S) NOTA (S)			
Rica	4,7	Jacamim	4,7
Monica	4,7	Boa Vista	4,7
Agrochapada	5,0	Mutum	4,7
Juliana	3,3	Fazenda São Francisco	3,0
Boa Vista	3,3	Fazenda Fortaleza	3,0
Maronezi	4,7	Rondonia	4,7
Pontal	4,7	Reunidas	4,7
Planalto	4,3	Linda Vista	4,3
Perdigão	5,0	Dr. Paulo	4,3
Monte Alegre	3,0	Freire	1,0
Cond. Rural Goulart I	4,7	Fazenda Gado Bravo	4,7
Sartoreto	4,7	Fazenda São Miguel II	4,7
São Luiz	4,7	Fazenda Miguel	4,7
Aguas Claras	3,0	Fazenda Paulistana	5,0
Renascer	4,7	Esperança	5,0



#### 4 RESULTADO (S) OBTIDO (S)

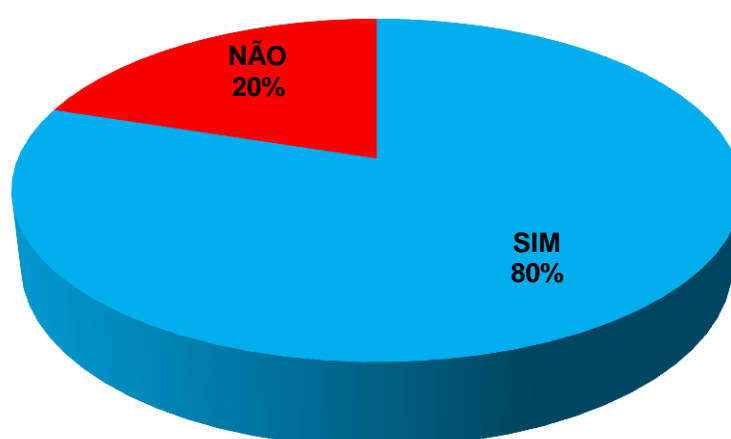
Em uma análise mais crítica o estudo apresentou riscos em pequenas porcentagens que já estão causando declínio na qualidade da prestação do serviço. O que leva com certeza a perda da fidelidade desses clientes. A figura 6 apresenta uma análise de modo geral referente à qualidade do serviço prestado pela empresa.

**Figura 6.** Análise geral da qualidade do serviço prestado



Nota-se na figura 6, que apenas um cliente concedeu nota 1,0 (baixa). O cliente reclamou sobre a demora na entrega dos resultados de análises de solo. E da ausência de acompanhamento técnico por parte da empresa durante a execução do serviço. A irresponsabilidade com esse cliente leva a qualidade da empresa ao declínio. Na figura 7 é apresentada a análise de porcentagem dos clientes satisfeitos e insatisfeitos com o serviço prestado.

**Figura 7.** Análise da satisfação dos clientes satisfeitos e insatisfeitos



Nota-se nesta análise através do gráfico, que 80% dos clientes responderam “SIM” afirmando estarem satisfeitos. E outros 20% responderam “NÃO” por não estarem satisfeitos. Após a análise dos resultados fornecidos, pode-se observar alguns pontos negativos e positivos que são esclarecidos no quadro abaixo.

**Figura 8.** Demonstração dos resultados analisados, relacionado aos pontos negativos e positivos da Empresa Unigeo em geral.

<b>Pontos Negativos</b>		<b>Pontos Positivos</b>	
<b>1</b>	Falta de assistência técnica por parte dos consultores (agrônomos), durante a execução do projeto, de acordo com a figura 6.	<b>1</b>	A empresa oferece todas as etapas de serviço de agricultura de precisão.
<b>2</b>	Ausência de treinamento e motivação para a equipe de vendas.	<b>2</b>	Possui unidade em 10 Estados do Brasil.
<b>3</b>	Ocorrências de atraso na entrega dos resultados de análises de solo.		

Como apresentado na figura 8, pode-se relacionar pontos positivos e negativos que informa a importância dentro e fora da empresa, ligado ao meio ambiente, sociedade, capacitação profissional e outros. De acordo com Almeida (2011), “trabalhar a fidelização dos clientes é fundamental para a empresa, além disso, o cliente aprecia muito ser reconhecido e quer que sua presença seja notada e valorizada”.

## **5 CONCLUSÃO (ÕES)**

Conclui-se que quando o cliente não está satisfeito e percebe a falta de interesse e comprometimento por parte da empresa, fica irritado, decepcionado e logo deixa de contratar os serviços procurando o concorrente. O sucesso de uma empresa, levando em consideração a globalização, competitividade, e concorrência, somente poderá ser alcançado mediante o investimento, treinamento e pela motivação dos funcionários e assim, consequentemente o retorno será o aumento do sucesso empresarial tão desejado.

## **BIBLIOGRAFIA**

CARPINETI, L. C. R. Gestão da Qualidade – **Conceitos e Técnicas**. 2º Edição Atlas 2012, p. 256.

COSTA NETO, P. L. O.; CANUTO, S. A. **Administração com Qualidade**. São Paulo: Blucher, 2010, p. 376.

FOSCHI, R. R. **Sistema de gestão integrado: dos elementos para a implementação à percepção dos resultados com base as normas ISO 9001 e OHSAS 18001**. Trabalho de Conclusão de Curso SOCIESC, 2013.

FREEMAN, R. Edward; HARRISON, Jeffrey S.; WICKS, Andrew C.; PARMAR, Bidhan; de COLLE, Simone. **Stakeholder Theory: the state of the art**. New York (Estados Unidos da América): Cambridge University Press, 2010.

GIL, Antonio Carlos: **Métodos e técnicas em pesquisa social**. 6. Ed. São Paulo: Atlas, 2010.

JARDILINO, José Rubens, ROSSI, Gisele, SANTOS, Gérson Tenório. **Orientações Metodológicas para Elaboração de Trabalhos Acadêmicos**. São Paulo: Gion, 2000, (p. 35-39 e p. 48-49).

JORGENSEN, T. H.; REMMEN, A.; MELLADO, M. D. **Integrated management systems – three different levels of integration.** *Journal of Cleaner Production*, v. 14, n. 8, p. 713-722, 2006.

LAS CASAS, Alexandre L. **Qualidade total em serviços:** conceitos, exercícios, casos práticos. 6. Ed. São Paulo: Atlas, 2008.

MAEKAWA, R.; CARVALHO, M. M.; OLIVEIRA, O. J. **Um estudo sobre a certificação ISO 9001 no Brasil: mapeamento de motivações, benefícios e dificuldades.** *Gestão da Produção*, v. 20, n. 4, p. 763-779, 2013.

PALADINI, Edison. Pacheco. *Gestão da Qualidade – Teoria e Prática*. 3º Ed. Atlas 2012. 344 p.

Trabalhos acadêmicos – monografia, tese, dissertação:

COSTA, C. U.; NAKATA Y. U.; CALSANI J. R. S. **Qualidade no atendimento:** a influência do bom atendimento para conquistar clientes. *Rev. Científica Eletrônica UNISEB*, Ribeirão Preto, v.1, n.1, p.54-65, jan./jun.2013. Disponível em:<<http://uniseb.com.br/presencial/revistacientifica/arquivos/4.pdf>>. Acesso em: 01 ago. 2015.

Implementação de Programas de Qualidade **Um Survey em Empresas de Grande Porte no Brasil.** Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/%0D/gp/v13n2/31167.pdf>>. Acesso em: 10 Set. 2015.

MONGE, Elizabete Pereira. **A importância da qualidade no atendimento ao cliente.** 2012. Disponível em: <[http://www.fpl.edu.br/2013 /media/pdfs/graduacao/tcc/2012/tcc\\_elizabete\\_pereira\\_monge\\_2012.pdf](http://www.fpl.edu.br/2013 /media/pdfs/graduacao/tcc/2012/tcc_elizabete_pereira_monge_2012.pdf)>. Acesso em: 27 set. 2015.

Métodos Quantitativos e Qualitativos: **Um Resgate Teórico.** Disponível em: <[http://www.unisc.br/portal/upload/com\\_arquivo/metodos\\_quantitativos\\_e\\_qualitativo\\_s\\_um\\_resgate\\_teorico.pdf](http://www.unisc.br/portal/upload/com_arquivo/metodos_quantitativos_e_qualitativo_s_um_resgate_teorico.pdf)>. Acesso em: 09 set. 2015

MONTEIRO, E. N. R. **Qualidade no atendimento ao cliente:** um estudo de caso da Paracatu Auto Peças Ltda. – Paracatu/MG. 2011. Disponível em:<[http://www.tecsoma.br/tcc\\_administracao/Qualidade%20atendimento%20final.p](http://www.tecsoma.br/tcc_administracao/Qualidade%20atendimento%20final.pdf)df>. Acesso em: 13 set. 2015

Eletrônico:

ABNT. **Associação Brasileira de Normas Técnicas.** Disponível em: <[www.abnt.org.br](http://www.abnt.org.br)>. Acesso em: 09 de Ago. 2015.

ALMEIDA, Camila. **5 Estratégias para fidelizar os clientes.** 2011. Disponível em: <http://exame.abril.com.br/pme/noticias/5-estrategias-para-fidelizar-os-clientes?page=2>>. Acesso em: 05 set. 2015.

**Atendimento pós-venda: gestão estratégica da excelência.** Disponível em: <<http://www.administradores.com.br/artigos/marketing/atendimento-pos-venda-gestao-estrategica-da-excelencia/43830/>>. Acesso em: 20 Ago. 2015.

**Benefícios da Certificação ISO.** Disponível em: <[http://www.iso.org/iso/home/standards/benefitsofstandards/benefits\\_of\\_standards.htm](http://www.iso.org/iso/home/standards/benefitsofstandards/benefits_of_standards.htm)>. Acesso em: 12 Ago. 2015.

BRAGA, Verônica Severo. **Qualidade no Atendimento ao Cliente.** Nº. 06 – X Semana de Extensão – XIV Jornada de Iniciação Científica – 2012. Disponível em: <[http://revista.universo.edu.br/index.php?journal=1reta2&page=article&op=view&path\[\]=1126&path\[\]=841](http://revista.universo.edu.br/index.php?journal=1reta2&page=article&op=view&path[]=1126&path[]=841)>. Acesso em 02 Ago. 2015.

**Certificação. ABNT Certificadora.** Disponível em: <<http://www.abnt.org.br/certificacao/abnt-certificadora/>>. Acesso em: 10 Set. 2015.

INMETRO. **“Histórico dos certificados válidos”.** De empresas nacionais dentro do SBAC emitidos na Verificação 27162/28 de Janeiro de 2016. Fonte: <<http://certifiq.inmetro.gov.br/Grafico/HistoricoCertificadosValidos>> Acesso em: 13 abr. 2016.

INMETRO. **Instituto Nacional de Metrologia Normalização e Qualidade Industrial.** Disponível em: <[www.inmetro.gov.br/](http://www.inmetro.gov.br/)>. Acesso em 09 Set. 2015.

**ISO SURVEY.** Disponível em: <<http://www.iso.org/iso/home/standards/certification/iso-survey.htm>>. Acesso em 12 Ago. 2015.

SGQ. **Sistema de Gestão da Qualidade.** ISO. Disponível em: <<http://www.iso.org/iso/home.html>>. Acesso em: 10 Dez. de 2015.