

UNIVERSIDADE TECNOLÓGICA FEDERAL DO PARANÁ  
DEPARTAMENTO ACADÊMICO DE QUÍMICA E BIOLOGIA  
CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM QUÍMICA AMBIENTAL

EDUARDO CAVALLI  
LIANA SOUSA

**A REDUÇÃO DE PROBLEMAS DE QUALIDADE ATRAVÉS DA  
UTILIZAÇÃO DE DADOS DE RECLAMAÇÃO DO CONSUMIDOR:  
ESTUDO DESCRITIVO EM INDÚSTRIA COSMÉTICA**

TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

CURITIBA  
2013

EDUARDO CAVALLI  
LIANA SOUSA

**A REDUÇÃO DE PROBLEMAS DE QUALIDADE ATRAVÉS DA  
UTILIZAÇÃO DE DADOS DE RECLAMAÇÃO DO CONSUMIDOR:  
ESTUDO DESCRITIVO EM INDÚSTRIA COSMÉTICA**

Trabalho apresentado à disciplina de Trabalho de Conclusão de Curso II, do Curso Superior de Tecnologia em Química Ambiental, do Departamento Acadêmico de Química e Biologia, da Universidade Tecnológica Federal do Paraná, como requisito parcial à obtenção do título de Tecnólogo.

Orientador: Professor Markus Mau

CURITIBA  
2013

**EDUARDO CAVALLI  
LIANA SOUSA**

**A REDUÇÃO DE PROBLEMAS DE QUALIDADE ATRAVÉS DA  
UTILIZAÇÃO DE DADOS DE RECLAMAÇÃO DO CONSUMIDOR:  
ESTUDO DESCRITIVO EM INDÚSTRIA COSMÉTICA**

Trabalho de Conclusão de Curso aprovado como requisito parcial à obtenção do grau de TECNÓLOGO EM QUÍMICA AMBIENTAL pelo Departamento Acadêmico de Química e Biologia (DAQBI) do Câmpus Curitiba da Universidade Tecnológica Federal do Paraná – UTFPR, pela seguinte banca examinadora:

**Membro 1** – Ricardo Barbosa  
Universidade Tecnológica Federal do Paraná

**Membro 2** – Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Roberta Carolina Pelissari Rizzo Domingues  
Departamento Acadêmico de Química e Biologia (UTFPR)

**Orientador** – Prof. Markus Mau  
Departamento Acadêmico de Química e Biologia (UTFPR)

**Coordenadora de Curso** – Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Valma Martins Barbosa

Curitiba, 2 de maio de 2013.

## **AGRADECIMENTOS**

As nossas famílias que sempre acreditaram em nossos potenciais e que nunca nos deixaram faltar uma palavra de incentivo.

Ao professor e orientador, por toda a atenção e pela dedicação despendida durante toda a jornada de desenvolvimento deste trabalho.

Aos nossos amigos que tornaram os momentos de estudo mais agradáveis e menos cansativos.

E principalmente a DEUS, por tudo.

## RESUMO

CAVALLI, Eduardo. SOUSA, Liana. A redução de problemas de qualidade através da utilização de dados de reclamação do consumidor: estudo descritivo em indústria cosmética. 2013. 48 f. Trabalho de Conclusão do Curso Superior de Tecnologia em Química Ambiental da Universidade Tecnológica Federal do Paraná. Curitiba, 2013.

O presente estudo aborda a metodologia empregada no tratamento das reclamações de clientes de uma empresa cosmética. O setor de cosméticos é um dos que mais cresce no Brasil nos últimos anos e, para manter a competitividade, as empresas devem buscar a satisfação através da gestão da qualidade e suas certificações. A utilização dos dados de reclamação torna os produtos adequados às preferências dos consumidores. A reclamação dos clientes insatisfeitos gera clientes satisfeitos, resultado da revisão do processo produtivo e do produto. Além disso, o acompanhamento das manifestações dos consumidores também se faz necessário para o atender à legislação e garantir a segurança da população. Para isso, a ANVISA determina que as empresas fabricantes de cosméticos realizem esse monitoramento por meio de um sistema chamado cosmetovigilância. O objetivo proposto por este trabalho foi verificar como esse processo é realizado por uma indústria cosmética e de que forma esses dados são utilizados na melhoria dos produtos e processos.

**Palavras-chave:** Gestão da Qualidade. Cosmetovigilância. Reclamação de Consumidor.

## ABSTRACT

CAVALLI, Eduardo. SOUSA, Liana. Quality problems reduction through the use of consumer complaints data: a descriptive study in a cosmetic industry. 2005. 48 f. Trabalho de Conclusão do Curso Superior de Tecnologia em Química Ambiental da Universidade Tecnológica Federal do Paraná. Curitiba, 2013.

The present study approaches the issue of the methodology used to treat consumer claims in a cosmetic company. In recent years the cosmetics industry is one of the most growing in Brazil and to remain competitive, companies must seek satisfaction through quality management and their certifications. The use of the database makes the products to be appropriate to consumer preferences. The complaint of unsatisfied customers produces satisfied customers, as result of the review of the production process and the product. In addition, monitoring the demonstrations of consumers is also necessary to comply with all aspects of legislation in effect and to ensure the safety of the population. To do this, ANVISA requires to manufacturers of cosmetics to perform a system called cosmetic surveillance monitoring. The proposed objective by this study was to verify how the process is performed by a cosmetic industry and how is used the database to improve products and processes.

**Keywords:** Quality Management. Cosmetic Surveillance Monitoring. Consumer Claims.

## LISTA DE GRÁFICOS

GRAFICO 1 - EXEMPLO DE GRÁFICO DA ANÁLISE QUANTITATIVA .....	35
GRÁFICO 2 - INDICADOR I DE RECLAMAÇÃO DESODORANTES AEROSOL .....	39
GRÁFICO 3 - INDICADOR II DE RECLAMAÇÃO DESODORANTES AEROSOL.....	40
GRÁFICO 4 - INDICADOR DE RECLAMAÇÃO DE DEMAQUILANTE .....	41
GRÁFICO 5 - INDICADOR I DE RECLAMAÇÃO DE DESODORANTE COLÔNIA FEMININO .....	43
GRÁFICO 6 - INDICADOR II DE RECLAMAÇÃO DE DESODORANTE COLÔNIA FEMININO.....	44

## LISTA DE SIGLAS E ACRÔNIMOS

ABNT	Associação Brasileira de Normas Técnicas
ANVISA	Agência Nacional da Vigilância Sanitária
BPF	Boas Práticas de Fabricação
GQ	Garantia da Qualidade
ISO	International Standards Organization
MS	Ministério da Saúde
NBR	Norma Brasileira Regulamentadora
SGQ	Sistema de Gestão da Qualidade



## SUMÁRIO

<b>1.1 COSMÉTICOS</b> .....	<b>12</b>
1.2 A indústria cosmética .....	12
1.3 Garantia da qualidade na indústria de cosméticos .....	12
<b>2 OBJETIVOS</b> .....	<b>14</b>
2.1 Objetivo geral .....	14
2.2 Objetivos específicos .....	14
<b>3 JUSTIFICATIVA</b> .....	<b>15</b>
<b>4 REVISÃO BIBLIOGRÁFICA</b> .....	<b>16</b>
4.1 Legislação e normatização.....	16
4.1.1 Lei nº 8.078/90 - código de defesa do consumidor .....	16
4.1.2 Normas técnicas .....	16
4.1.2.1 Abnt nbr iso 10002:2005 – satisfação do cliente – diretrizes para o tratamento de reclamações nas organizações.....	17
4.1.2.1.1 Princípios orientativos .....	17
4.1.2.1.2 Estrutura de tratamento de reclamações.....	18
4.1.2.1.3 Planejamento e projeto .....	19
4.1.2.1.4 Operação do processo de tratamento de reclamações, manutenção e melhoria .....	19
4.1.3 Gestão da qualidade.....	20
4.1.4 Garantia da qualidade na indústria cosmética .....	22
4.1.4.1 Portaria 348 – manual de boas práticas de fabricação.....	22
4.1.4.2 Sistema para o gerenciamento da qualidade .....	22
4.1.4.3 Fabricação .....	22
4.1.4.4 Requerimentos para a garantia da qualidade .....	23
4.1.4.5 Resolução rdc nº 332 – cosmetovigilância.....	25
4.2 Gestão de reclamações de clientes.....	25
<b>5 METODOLOGIA</b> .....	<b>28</b>
5.1 Objetivos .....	28
5.2 Etapas do processo.....	29
5.2.1 Coleta, registro e armazenamento de informação.....	29
5.3 Classificação das reclamações .....	30
5.3.1 Queixas técnicas .....	30

5.3.2 Reclamações de segurança dos produtos (conseqüências adversas):.....	31
5.3.3 Reclamações de eficácia dos produtos (desempenho):.....	31
5.4 Análise das reclamações .....	32
5.4.1 Análise qualitativa do processo de cosmetovigilância.....	32
5.4.2 Análise quantitativa do processo de cosmetovigilância.....	33
5.5 Análise crítica.....	35
5.6 Parecer de cosmetovigilância.....	36
5.7 Tomada de ação .....	36
5.8 Armazenamento de dados .....	37
<b>6 DISCUSSÃO E RESULTADOS .....</b>	<b>38</b>
6.1 Identificação de desvios .....	38
6.1.1 Caso 1: entupimento de válvula na subcategoria desodorante aerossol.....	38
6.1.2 Caso 2: sensibilidade com o uso de demaquilante .....	40
6.1.3 Caso 3: recrave solto em desodorante colônia feminino .....	42
<b>7 CONCLUSÃO .....</b>	<b>45</b>
<b>8 REFERÊNCIAS .....</b>	<b>46</b>

# 1 INTRODUÇÃO

O termo qualidade, definido pela norma ISO 8403, significa a totalidade das características de uma entidade que lhe confere a capacidade de satisfazer as necessidades explícitas e implícitas dos clientes. Uma das principais ferramentas para avaliação da qualidade é a utilização da estatística e a ênfase aos dados numéricos (LOBO, 2010). O controle da qualidade em uma indústria, utilizando-se de dados estatísticos, visa eficiência, aumento da produtividade, vendas e principalmente satisfazer os requisitos da qualidade com a aprovação total do produto pelo consumidor final.

A qualidade do produto é um ponto importante, pois oferece vantagem competitiva às indústrias no mercado de bens de consumo. O consumidor está cada vez mais exigente em relação a qualidade dos produtos e pode estabelecer sua decisão de compra em função disso (SILVA, 2004). É essencial que todos os requisitos da qualidade sejam capazes de refletir as necessidades do cliente, expressos em termos funcionais e devidamente documentados pela entidade.

Para obter sucesso, as empresas devem acompanhar as mudanças da sociedade e do mercado. Esse controle pode ser feito através do monitoramento das tendências de comportamento do consumidor que, por sua vez, permite que os objetivos e atitudes das empresas fiquem alinhados com as expectativas dos clientes. Para que esse processo seja eficaz, as empresas têm que aperfeiçoar continuamente seu sistema de qualidade. Isso exige que se institua um sistema de acompanhamento para verificar se as mudanças implementadas estão de fato possibilitando a evolução desejada (OLIVEIRA, 2006).

Um processo eficaz de tratamento das manifestações dos clientes é uma forma de auxiliar o sistema da qualidade na melhoria contínua dos produtos e processos. Também proporciona a satisfação do cliente, podendo promover sua fidelização e aumentar a vantagem competitiva da empresa no mercado (ABNT NBR ISO 10002:2005).

O presente trabalho apresentará a descrição do processo de tratamento de reclamação utilizada em indústria cosmética, e como esses métodos de reclamações dos clientes tornam-se ferramentas de melhoria contínua ampliando os resultados positivos na gestão da garantia da qualidade, gestão no setor de

reclamação e adaptação direta das legislações relacionadas com a indústria neste setor.

### 1.1 Cosméticos

Cosméticos, produtos de higiene e perfumes podem ser definidos como preparações constituídas por compostos de origem natural ou sintética para serem usados externamente no corpo humano, para limpar, perfumar, alterar sua aparência, disfarçar odores do corpo, protegê-los ou mantê-los em bom estado. (ANVISA, 2000).

### 1.2 A indústria cosmética

A indústria de produtos cosméticos é parte integrante da indústria química sendo composta principalmente por três segmentos: cosméticos propriamente ditos, produtos de higiene pessoal e perfumaria. O mercado é caracterizado pela existência de grandes empresas internacionais e grande número de empresas nacionais de pequeno e médio porte com atuação focada na produção de cosméticos (CANAVEZ, 2011).

O Brasil ocupa o terceiro lugar no mercado mundial de higiene pessoal, perfumaria e cosméticos. É o primeiro mercado em produtos de perfumaria e desodorantes; segundo mercado em produtos para cabelos, produtos para higiene oral, masculinos, infantil, proteção solar; terceiro em produtos cosmético cores; quarto em depilatórios; quinto em pele. Portanto, o mercado brasileiro ocupa lugar de destaque no contexto mundial. (EUROMONITOR, 2011).

### 1.3 Garantia da qualidade na indústria de cosméticos

A Agência Nacional da Vigilância Sanitária (ANVISA) é o órgão regulador ligado ao Ministério da Saúde que tem a finalidade de proteger a saúde da população por meio do controle sanitário. (Lei nº 9.782 de 26 de Janeiro de 1999).

A ANVISA determina, através de portarias, o regulamento técnico que as indústrias devem seguir no controle sanitário. Todos os estabelecimentos fornecedores de produtos de higiene pessoal, cosméticos e perfumaria devem cumprir as diretrizes descritas no Manual de Boas Práticas de Fabricação e Controle (Portaria 348/97), principal norma regulatória visando a garantia da qualidade no setor. O cumprimento dessa portaria garante às empresas de cosméticos o Certificado de Boas Práticas de Fabricação para cosméticos, emitido mediante inspeção sanitária e com validade de um ano.

A legislação tem sido adaptada para atender exigências de mercados como MERCOSUL e União Europeia, para facilitar a importação e o controle da segurança desses produtos. No início de 2006 foi publicada a RDC 332 de 1º de dezembro de 2005, que determina a instalação de um sistema de cosmetovigilância em todas as empresas fabricantes e/ou importadoras de Produtos de Higiene Pessoal, Cosméticos e Perfumes (ANVISA, 2005).

O sistema de cosmetovigilância permite o monitoramento da reclamação dos consumidores, garantindo sua segurança e satisfação. Através desse sistema, as empresas mantêm registros de defeitos de qualidade e reações adversas. A avaliação desses registros permite a tomada de decisões para garantia da qualidade e segurança dos produtos (BEHRENS,2007).

## 2 OBJETIVOS

### 2.1 Objetivo geral

Descrever de que maneira uma indústria de cosméticos pode utilizar os dados de reclamação de clientes como uma ferramenta de melhoria contínua no sistema de gestão da qualidade.

### 2.2 Objetivos específicos

- Realizar um levantamento bibliográfico sobre gestão da qualidade, melhoria contínua, atendimento ao cliente e legislação pertinente;
- Descrever como é realizado o processo de tratamento de dados de reclamação do consumidor dentro de uma indústria cosmética por meio de um estudo descritivo.

### **3 JUSTIFICATIVA**

A qualidade do produto é uma preocupação da indústria, pois afeta diretamente a decisão de compra do consumidor e a imagem da empresa. De fato, há custos ao implementar um sistema de controle de qualidade, porém tal sistema oferece vantagens como eliminação de desperdícios, redução de interrupções para retrabalhos e reparos na linha de produção, e a melhoria e padronização dos produtos. Diante disso, muitas empresas aplicam um sistema de gestão da qualidade visando aumentar a sua vantagem competitiva no mercado.

Nos últimos anos, a indústria cosmética tem obtido considerável crescimento no mercado nacional. Preocupadas em atender a essa demanda, as empresas de cosméticos nacionais buscam otimizar a produção e padronizar produtos e processos, aliando estratégias de gestão da qualidade com padrões técnicos e com o cumprimento das exigências legais.

O sistema de gestão da qualidade atua em todas as etapas do processo produtivo, do controle da matéria prima até o produto final. Depois que o produto é lançado no mercado, o acompanhamento das manifestações de clientes surge como mais uma etapa utilizada pela gestão da qualidade para a melhoria contínua dos produtos e processos. Esse trabalho intenta investigar como esse processo é efetivado, através do estudo descritivo realizado em uma indústria cosmética.

## 4 REVISÃO BIBLIOGRÁFICA

A revisão bibliográfica possui seu foco na legislação e suas implicações, passando pelo estudo das normas técnicas e, por fim, pelo estudo que envolve o tratamento das manifestações dos clientes.

### 4.1 Legislação e Normatização

Existe um conjunto de leis, decretos e políticas públicas, além de normas técnicas fundamentais que regem a garantia da qualidade na indústria cosmética. Esse ordenamento contribui para evitar ou ao menos minimizar erros de processo e o risco à saúde do consumidor.

#### 4.1.1 Lei nº 8.078/90 - Código de Defesa do Consumidor

O Código de Defesa do Consumidor, Lei nº 8.078/90, tem como objetivo atender às necessidades dos consumidores, respeitando sua dignidade, saúde e segurança, protegendo seus interesses econômicos, melhorando sua qualidade de vida e mantendo a transparência nas relações de consumo.

O Código é fundamentado no princípio básico da vulnerabilidade do consumidor, sustentando-se no fato dele geralmente não ter conhecimento técnico do produto. Surge disso a importância da participação dos órgãos de regulamentação em estabelecer normas e critérios para que o mercado desenvolva mecanismos eficientes de controle, visando assegurar ao consumidor produtos e serviços com qualidade e segurança.

O Código de Defesa do Consumidor atribui ao fornecedor de produtos e serviços de toda e qualquer indústria, inclusive indústria cosmética, a responsabilidade de gerenciar o controle das informações fornecidas pelo consumidor, para que sejam tomadas as medidas necessárias para reparar o dano causado ou para prevenção de novas ocorrências.

#### 4.1.2 Normas Técnicas



As normas técnicas representam um importante instrumento à implementação de processos, servindo como diretriz para as indústrias. A International Standards Organization (ISO) oferece, por meio da série ISO 10000, normas que auxiliam as indústrias a oferecerem produtos e serviços de melhor qualidade, utilizando-se de boas práticas. Dentro dessa série, a ISO oferece a Norma ABNT NBR ISO 10002:2005, para suporte ao tratamento de reclamações dos clientes (ISO, 2013).

#### 4.1.2.1 ABNT NBR ISO 10002:2005 – Satisfação Do Cliente – Diretrizes para o tratamento de reclamações nas organizações

Um sistema de gestão de reclamação baseado na norma ISO 10002: 2004 pode cumprir dois objetivos dentro de uma organização:

- A resolução satisfatória de queixas individuais, o que pode restaurar a satisfação do cliente;
- O uso da reclamação para melhorar o produto e o sistema de gestão das reclamações.

O tratamento de queixas, através de processos estabelecidos na norma, proporciona a satisfação do cliente, aumentando sua fidelidade e aprovação. Além de benefícios ao cliente, a implementação do sistema estabelecido na norma aprimora e agrega valores à organização.

##### 4.1.2.1.1 Princípios orientativos

Para orientação, a norma estabelece nove princípios que devem ser seguidos na resolução eficiente das reclamações:

1. Visibilidade: o cliente deve ter fácil acesso à informação de como realizar a reclamação e os meios que devem ser utilizados para reclamar;
2. Acessibilidade: o processo de tratamento de reclamações deve ser o mais claro possível ao relatar sua solução. Dessa forma, a solução deve ser apresentada em linguagem acessível, sem uso de termos técnicos e no idioma dos locais em que o produto é ofertado;

3. Prontidão nas respostas: o cliente deve ser avisado do recebimento de sua queixa e deve ser informado do status do seu atendimento ao longo das etapas de tratamento da reclamação. Manifestações relacionadas à segurança e saúde do consumidor devem ser tratadas com urgência;
4. Objetividade: dentro do processo de reclamação, todas devem ser tratadas com imparcialidade e objetividade;
5. Ônus: o cliente não deve ter nenhum custo para acessar o sistema de tratamento de reclamações;
6. Confidencialidade: as informações do cliente devem ser mantidas em sigilo, salvo nos casos em que o reclamante autorize a divulgação;
7. Abordagem com foco no cliente: a empresa deve adotar uma postura de priorizar a satisfação do cliente e mostrar comprometimento na busca de uma solução para a ocorrência;
8. Responsabilidade: o processo de tratamento da reclamação deve ter claramente definido os responsáveis pelas decisões e ações da organização;
9. Melhoria contínua: a empresa deve manter em constante aprimoramento tanto o processo de tratamento de reclamações quanto a qualidade de seus produtos.

#### 4.1.2.1.2 Estrutura de tratamento de reclamações

O tratamento das reclamações deve contar com o comprometimento de toda a organização. Uma política de tratamento de reclamações deve ser definida pela alta direção da organização. Esse documento é a declaração formal das intenções e diretrizes globais que devem ser seguidas pela organização.

As responsabilidades de todos os colaboradores envolvidos no processo devem ser definidas, de maneira que saibam qual o objetivo e quais os resultados que um sistema eficaz pode trazer para a empresa. Devem ser treinados todos os envolvidos no processo sobre as instruções de trabalho, atividades e serviços oferecidos. As instruções devem ser mapeadas e padronizadas, descrevendo cada etapa das atividades e procedimentos.

#### 4.1.2.1.3 Planejamento e projeto

O sistema de tratamento de reclamações deve ser projetado visando satisfazer o reclamante, bem como melhorar a qualidade do produto reclamado. O processo deve ser composto por etapas que se complementem de maneira harmônica com a política de tratamento de reclamações. Os objetivos do processo devem ser claramente detalhados e medidos por meio de indicadores. Para funcionar de maneira eficaz, recursos adequados devem ser investidos em equipamentos, materiais, pessoal, treinamentos, informatização etc.

#### 4.1.2.1.4 Operação do processo de tratamento de reclamações, manutenção e melhoria

O recebimento da reclamação, sua análise e avaliação, determinação dos níveis de satisfação do cliente, monitoramento e auditoria dos resultados devem ser realizados. Uma análise crítica do processo deve ser feita regularmente pela alta direção da empresa. Essa análise visa à manutenção do processo, o monitoramento dos resultados e o levantamento de pontos de melhoria.

Todos os registros do processo devem ser mantidos, pois podem ser usados para identificar melhorias.

A opinião obtida dos clientes, por meio das reclamações, deve ser utilizada para melhoria contínua, sendo esse um dos principais objetivos do processo de reclamação na gestão da qualidade. Convém que o processo modifique a cultura da empresa, que deve ter o foco no cliente. Além disso, deve sempre aplicar as melhores práticas no tratamento das reclamações, visando à melhoria contínua dos processos, serviços e produtos.

A figura 1 resume o modelo proposto pela norma.

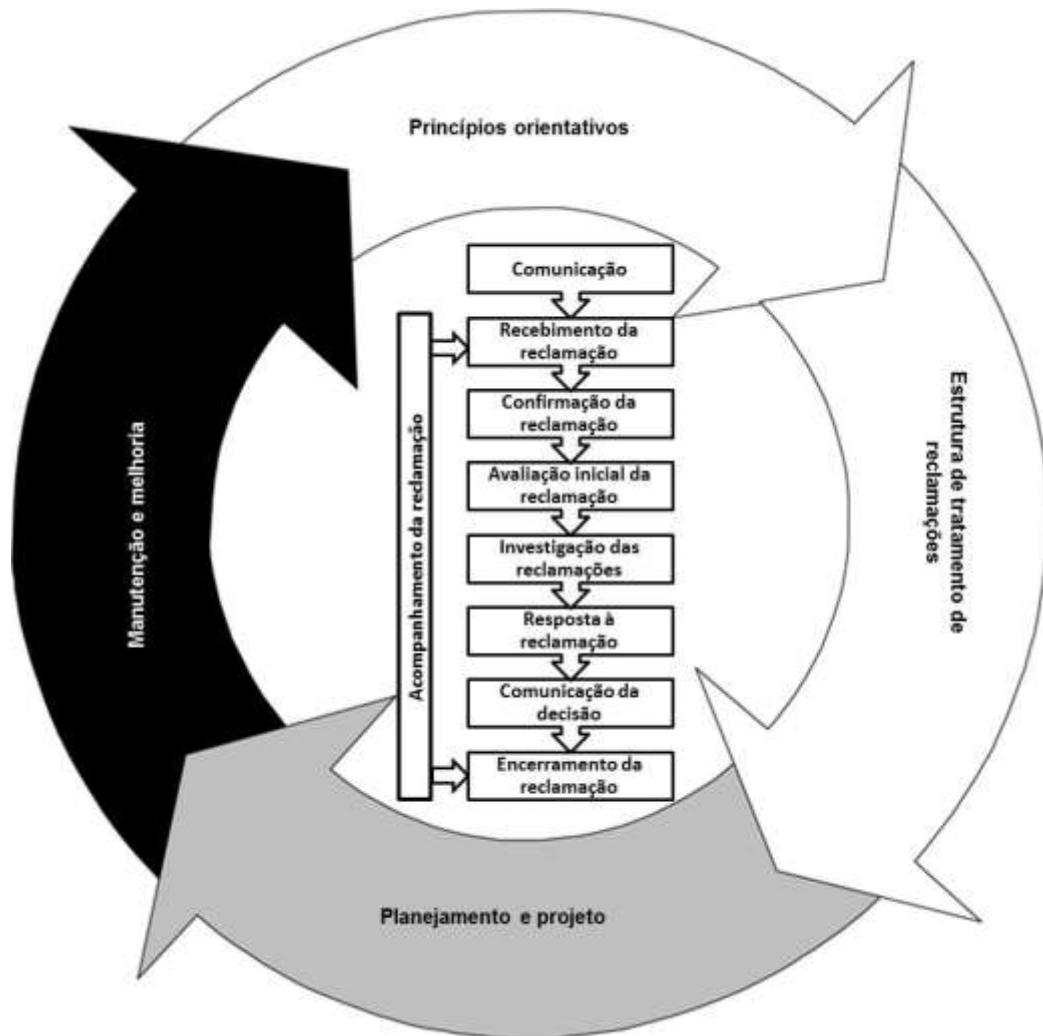


Figura 1: O modelo da ISO 10002: 2004

Fonte: HUGHES, 2005

#### 4.1.3 Gestão da Qualidade

As empresas necessitam do estabelecimento de diretrizes que proporcionem um melhoramento contínuo na sua gestão. A qualidade agrega valor, proporcionando um diferencial para a organização. O grande desafio é estabelecer um diferencial competitivo, através da redução de defeitos, de custos, de retrabalho e aumento da produtividade. Outras contribuições táticas são importantes para o

aumento da qualidade, como pessoas preparadas para tomar decisões gerenciais críticas e de natureza estratégica, com o objetivo de garantir a sobrevivência da organização e o seu contínuo crescimento. Aliada às exigências de maior qualificação de pessoas está a busca por resultados cada vez melhores, devido à concorrência (NORMANN, 1993).

A qualidade aumenta as vantagens de desempenho no processo e no produto de duas maneiras: a curto e a longo prazo. A primeira resulta em aumento de rendimentos e a segunda em maior participação no mercado. Desse modo, os investimentos necessários à melhoria da qualidade são normalmente compensados por um período de tempo relativamente curto (CARVALHO, 2005).

Para que a gestão da qualidade tenha retornos significativos, a empresa deve buscar correlação com recursos humanos conscientizados e comprometidos com a qualidade do que fazem; com tecnologia adequada a produzir seus produtos; com avaliação da qualidade feita pelo cliente, aumentando-se o comprometimento, e, por fim, integrar suas abordagens com as reclamações. Um componente de administração eficaz fica correlacionado com a utilização de princípios de gestão estratégica e o componente de tecnologia eficaz correlaciona-se com o controle de qualidade (CERQUEIRA NETO, 1992).

A abordagem para a definição da qualidade deve enfatizar o pleno atendimento ao desejo, expectativas, necessidades e preferências do consumidor. Contudo, esses itens acabam modificando diversas características do produto como preço, característica da operação, padrões de eficiência, processo de fabricação, logística de distribuição e acesso ao produto/marca (CARVALHO, 2005). Algumas dessas características podem ter caráter menos relevante, porém algumas são itens chave e de importância crítica para o produto. Pode-se também afirmar que a qualidade responde de forma adequada quando ela é encarada como uma estratégia para enfrentar essas situações.

Retomando a definição da norma NBR ISO 8402:1994, citada na introdução deste trabalho, a gestão da qualidade consiste no conjunto de atividades coordenadas para dirigir e controlar uma organização em relação à qualidade, englobando planejamento, projeto, operação, manutenção e melhorias. As normas da ISO explicam a necessidade de aplicar qualidade através de processos. Assim, o cliente é capaz de interferir nos resultados pela observação direta das características dos produtos e pela avaliação do mesmo (LAS CASAS, 1999).

#### 4.1.4 Garantia da qualidade na indústria cosmética

##### 4.1.4.1 Portaria 348 – Manual de Boas Práticas de Fabricação

A Portaria nº 348, de 18/08/97, do Ministério da Saúde, determina que as empresas de Produtos de Higiene Pessoal, Cosméticos e Perfumes devem cumprir as regras estabelecidas no Regulamento Técnico - Manual de Boas Práticas de Fabricação (BPF) para Produtos de Higiene Pessoal, Cosméticos e Perfumes. O manual é um guia dos procedimentos que devem ser adotados pela indústria cosmética para garantir qualidade e higiene na fabricação dos produtos, assim como prevenir problemas que possam colocar em risco a saúde do consumidor. Ele formaliza o sistema de garantia da qualidade das empresas e descreve metodologias e roteiros que devem ser aplicados nas etapas de fabricação. Também apresenta definições dos principais conceitos usados no setor de cosméticos.

##### 4.1.4.2 Sistema para o Gerenciamento da Qualidade

De acordo com a citada portaria, é necessária uma estrutura organizacional bem definida para se estabelecer um sistema que objetive o gerenciamento da qualidade. O sistema deve contar com recursos necessários à sua manutenção, como profissionais capacitados e cientes de suas responsabilidades, construções adequadas às atividades e maquinário adequado e submetido aos controles necessários ao seu funcionamento. Também deve contar com procedimentos que descrevam todas as etapas do processo produtivo, o qual deve ser validado e documentado.

##### 4.1.4.3 Fabricação

As etapas de fabricação dos produtos devem garantir a qualidade e a segurança de uso do produto. Para evitar contaminação, tudo deve ser identificado: produtos, equipamentos e matérias-primas. Deve haver um cuidado especial com a

água utilizada como matéria-prima, com o uso de equipamentos, processos de tratamento, tubulações e materiais que garantam a qualidade.

O recebimento e a estocagem de materiais devem ser controlados, registrados para assegurar que sejam analisados e só utilizados após sua aprovação.

O processamento segue as etapas de pesagem das matérias primas e elaboração do produto. Nessas etapas devem ser usados recipientes e maquinários limpos para evitar contaminação cruzada. Antes de iniciar a elaboração, deve-se verificar se todos os elementos necessários estão disponíveis: maquinário, procedimentos e métodos operacionais, matérias primas etc.

No envase dos produtos, deve ser verificada a correta identificação dos produtos. A fabricação dos produtos pode ocorrer em empresa terceirizada. Nesse caso, as responsabilidades devem ser descritas contratualmente para cumprir as normas de BPF.

#### 4.1.4.4 Requerimentos para a garantia da qualidade

A garantia da qualidade envolve praticamente todas as operações da empresa. Dessa forma, há várias atividades que devem ser realizadas por departamentos relacionados direta ou indiretamente à fabricação do produto.

Na área de fabricação dos produtos, é importante que sejam respeitados os procedimentos e instruções de fabricação, bem como o acompanhamento das ações geradas por desvios de qualidade.

Com relação à compra e abastecimentos de matéria primas é fundamental que vários controles sejam realizados. A compra e os contratos de fornecimento devem ser documentados e ter todos os procedimentos estabelecidos.

Os equipamentos devem ter controle e manutenção adequados. Devem estar em local limpo, mantidos em boas condições, calibrados e identificados.

Os departamentos que desenvolvem produtos, formulações e embalagens devem desenvolver os processos respeitando as normas de BPF. Os processos devem ser formalizados através de procedimentos, os quais devem ser validados e testados para garantir as condições adequadas do produto final.

Para manter a higiene industrial é essencial que sejam respeitadas boas práticas de limpeza industrial. A contaminação do produto cosmético pode colocar em risco a saúde do consumidor, por isso em todos os setores da indústria devem ser mantidas boas condições de higiene. Equipamentos devem ser limpos e desinfetados e as atividades fabris devem ser realizadas de maneira a evitar a presença de pó, água parada, insetos ou animais.

As operações do controle de qualidade devem acompanhar o controle da matéria prima até do produto final. Todas as análises devem ser registradas e conter parecer indicando aprovação ou reprovação. Devem ser armazenadas amostras de referencia de matéria prima e produto acabado.

A empresa deve capacitar os colaboradores para assegurar o cumprimento das normas de BPF.

Devem existir vários tipos de documentação para controle e formalização dos processos. Dentre eles deve haver procedimentos de análises e processos, regras de fabricação, especificações dos produtos e registros para rastreamento de lotes.

O monitoramento dos resultados obtidos na verificação da qualidade permitirá a análise das causas de problemas e a definição de ações corretivas. É essencial avaliar esses resultados para manutenção do sistema da qualidade. Também deve haver um sistema de avaliação das reclamações do consumidor.

Auditorias da qualidade devem ser realizadas periodicamente abrangendo o sistema de qualidade em geral, com o objetivo de assegurar o cumprimento das normas de BPF. Caso necessário, ações corretivas devem ser definidas, implementadas e acompanhadas até a conclusão da ação.

Anexado à norma, há um roteiro de inspeção que é utilizado nas auditorias realizadas na empresa. Cada item do roteiro possui uma classificação de acordo com sua criticidade. Essa classificação é baseada no risco potencial em relação à qualidade e segurança do produto ou dos colaboradores durante o contato com os produtos no processo de fabricação. Dessa forma, os itens são classificados como:

- Itens Imprescindíveis (Grau crítico):

Sanção: suspensão imediata das atividades, em caráter temporário, até o cumprimento das exigências.

- Itens Necessários (Grau menos crítico):

Sanção: é estabelecido um prazo para a regularização após a inspeção.



- Itens Recomendáveis (Grau não crítico):

Sanção: é dada orientação visando a melhoria da empresa.

- Itens informativos (Não afeta):

-Sanção: não se aplica nesses casos.

#### 4.1.4.5 Resolução RDC nº 332 – Cosmetovigilância

Resolução RDC nº 332, de 01/12/2005, da ANVISA, determina que as empresas fabricantes e/ou importadoras de Produtos de Higiene Pessoal, Cosméticos e Perfumes instaladas no território nacional devem implementar um Sistema de Cosmetovigilância. A exigência começou a vigorar em 31 de dezembro de 2005.

A resolução determina que a vigilância sanitária, como órgão regulador, tem a missão de garantir a saúde da população. Essa legislação é aplicada a todos os produtos, sejam eles nacionais ou importados. A resolução responsabiliza o fabricante em garantir a segurança e eficácia dos produtos cosméticos e ressalta a importância de harmonizar a regulamentação nacional com o MERCOSUL.

O Sistema de Cosmetovigilância compreende o registro dos relatos de ocorrências de eventos adversos e suas avaliações, bem como o registro das medidas adotadas para a solução do evento e a notificação à ANVISA. Fica definido ser papel da empresa fabricante do produto possibilitar a comunicação ao usuário sobre eventuais problemas de qualidade ou segurança dos produtos, e fornecer as informações necessárias sobre os produtos. O fabricante deve manter e avaliar os relatos dos clientes. Caso a avaliação das manifestações revele que o produto em questão oferece risco a segurança do usuário, a empresa fabricante deve notificar a ANVISA e às autoridades dos estados envolvidos do MERCOSUL.

#### 4.2 Gestão de Reclamações de Clientes

O tratamento eficaz de reclamações dos consumidores, se realizado de maneira a proporcionar uma experiência agradável ao reclamante, contribui para a satisfação e retenção de clientes. Esse é um ponto crítico para a sobrevivência das empresas em ambientes competitivos, como a maioria das organizações enfrentam hoje (CLARK, 2011).

Deixando de tratar a reclamação do consumidor, a empresa perde várias oportunidades, tanto na solução do problema quanto na fidelização do cliente. Além disso, não recebe um valioso *feedback* sobre a qualidade de seu produto ou serviço, perdendo a chance de identificar problemas de qualidade e de fazer melhorias. Até dois terços dos clientes não relatam sua insatisfação. Esses clientes simplesmente deixam de consumir os produtos como uma forma de boicote pessoal a marca e danificam a reputação da empresa por meio de comunicação boca-a-boca negativa, resultando na perda de clientes potenciais. Isso justifica a atenção especial que deve ser dada a um cliente que reclama, pois é uma oportunidade de a empresa reverter a insatisfação (STEPHENS, 1998).

Sistemas de captação e tratamento de reclamações são caros, em custos diretos e indiretos. Esses custos são visíveis e imediatos, enquanto os resultados são de longo prazo e indiretos. Mas por esse preço, as empresas obtêm um conhecimento de valor inestimável, porque as reclamações contêm a opinião do cliente sobre o produto ou serviço. Se as reclamações são transformadas em conhecimento sobre os clientes, elas podem fornecer uma quantidade valiosa de capital intelectual para as empresas. Para explorar esse capital, as empresas devem projetar, construir, operar e aperfeiçoar continuamente os sistemas de gestão de reclamações (BOSCH, 2005).

O gerenciamento de reclamações se refere aos contatos, procedimentos e mecanismos que são realizados quando o consumidor se manifesta perante a empresa com uma queixa. Esses procedimentos trazem resultados benéficos para todas as partes: para o consumidor, com o reembolso ou a troca do produto defeituoso; para a empresa, com a melhoria da sua imagem no mercado e a fidelização do cliente (SANTOS, 2002).

Através das reclamações, os clientes mostram sua insatisfação com os produtos ou serviços de uma empresa. Essa insatisfação leva o consumidor a perder a lealdade pela marca e a ficar suscetível às ofertas da concorrência. Entretanto, um sistema eficaz de gerenciamento de reclamações restaura a confiança do consumidor e obtém um impacto positivo para que o reclamante volte a comprar produtos da marca. Até 70% dos clientes que recebem um atendimento satisfatório ao reclamar permanecem leais à marca. Esse número sobe para 95%, quando além de satisfatório o atendimento da empresa é rápido (STAUSS, 2012).

O papel estratégico do gerenciamento de reclamações é evitar que um problema com um produto volte a ocorrer com o consumidor. Portanto, não se trata somente de reverter a insatisfação no momento do relacionamento com o cliente. O processo existe para reduzir as falhas ao longo do tempo e melhorar a qualidade dos produtos. Isso aumenta a percepção positiva do cliente em relação à qualidade dos produtos e melhora a imagem da marca, favorecendo um relacionamento de consumo duradouro (FERNANDES, 2008).

## 5 METODOLOGIA

Para verificar como funciona o processo de tratamento de reclamações de clientes, foi feita uma pesquisa em uma indústria de cosméticos nacional de grande porte. A empresa está no mercado a mais de trintas anos, e fabrica produtos de perfumaria (desodorantes, colônias, loções hidratantes, sabonetes), produtos para o cabelo (cremes, condicionadores e xampus) e produtos para maquiagem. Além disso, terceiriza a produção de vários produtos. Todos esses produtos são comercializados com a marca da empresa, que acompanha as reclamações dos consumidores.

A pesquisa foi realizada através da observação de como o processo é realizado na empresa. O processo é denominado de cosmetovigilância, de acordo com o determinado pela ANVISA na RDC Nº 332, de 1º de dezembro de 2005.

O processo de cosmetovigilância observado na empresa estudada compreende:

- Procedimentos padronizados para lidar com reações adversas;
- Monitoramento do mercado;
- Instrumento de relação com o consumidor;
- Registro histórico do produto;

Esse conjunto de ações permite tomar condutas coerentes em problemas detectados, baseadas na avaliação do risco à segurança e qualidade dos produtos.

### 5.1 Objetivos

- Prevenir agravos à saúde;
- Garantir a segurança e eficácia dos produtos;
- Compatibilizar os regulamentos nacionais com os instrumentos harmonizados no âmbito do MERCOSUL;
- Facilitar a comunicação do cliente sobre problemas decorrentes do uso, defeitos de qualidade ou efeitos indesejáveis e o seu acesso à informação;
- Manter registro dos relatos de cosmetovigilância, e avaliá-los;
- Notificar a ANVISA em situações que impliquem em risco para a saúde do usuário;
- Estabelecer ações de caráter preventivo e corretivo;

- Construção de banco de dados para formulações e matérias-primas, contendo informações sobre os eventos adversos e o perfil de segurança, para uso na melhoria da qualidade dos produtos.

## 5.2 Etapas do processo

As etapas do processo de cosmetovigilância estão descritas a seguir:

### 5.2.1 Coleta, Registro e Armazenamento de Informação

A coleta de informações e reclamações ocorre através dos seguintes meios:

- Atendimento na Central de Relacionamento com o Cliente (CRC): por meio de contato telefônico, carta, e-mail, SMS e redes sociais;
- Atendimento na Central de Relacionamento com o Franqueado: através de contato telefônico;
- Atendimento direto em lojas franqueadas: através do preenchimento da Ficha de Atendimento ao Cliente (FAC).

As reclamações recebidas pelo CRC e CRF são imediatamente classificadas e registradas no sistema informatizado da empresa, que utiliza o software de gestão de dados SAP CRM. As reclamações recebidas diretamente nas lojas franqueadas são registradas por meio da FAC. A FAC é uma ficha de papel preenchida manualmente pelas atendentes das lojas, com as informações da reclamação. Essas fichas são enviadas para a empresa, juntamente com o produto devolvido, caso ocorra a troca do mesmo. As fichas são recebidas na empresa pelo departamento responsável por devoluções que posteriormente faz a classificação e o registro das reclamações no meio eletrônico.

As reclamações relacionadas à segurança/eficácia dos produtos são detalhadas para sua investigação qualitativa. O detalhamento das informações ocorre durante o atendimento telefônico no CRC, onde o reclamante responde a um questionário investigativo com a finalidade de buscar mais informações sobre sinais e sintomas, duração da ocorrência, evidências emitidas por profissional habilitado (laudos médicos, prescrições) etc.

Ao receber uma reclamação relacionada à segurança/eficácia de produto, o atendente CRC realiza a classificação do assunto e preenche o questionário pertinente:

- Questionário Consequência Adversa - Segurança
- Questionário Desempenho - Eficácia

O registro do atendimento, a classificação e o questionário preenchido ficam armazenados no CRM para posterior avaliação pela área da empresa responsável, que faz a análise qualitativa dos dados.

Em casos de consequência adversa ou acidente de consumo, o consumidor é orientado a procurar seu médico e este, desejando mais informações, pode entrar em contato com o médico consultor da Empresa. Isso garante à empresa a isenção na investigação das ocorrências, já que o consumidor terá livre escolha para o encaminhamento do seu caso.

### 5.3 Classificação das reclamações

O processo de cosmetovigilância avalia e monitora todas as reclamações de consumidores em relação aos produtos. As manifestações recebidas são classificadas em assuntos, conforme as definições a seguir:

#### 5.3.1 Queixas técnicas

Compreende qualquer irregularidade identificada em relação à qualidade de um produto ou ao seu fabricante, tais como: desvios da qualidade, validade expirada, produto sem registro ou falsificado etc. As Queixas Técnicas são divididas em:

- Embalagem: compreende todas as reclamações referentes a itens de embalagem. Exemplos: aplicador, brinde/acessório, bisnaga, bomba, cache, cartucho, esfera, esponja, frasco, lacre, pincel, rótulo, tampa, válvula, vazamento, vedação;
- Projeto Embalagem: assuntos relacionados à criação do produto, levando-se também em consideração todos os itens relacionados à embalagem e suas interações com o produto. Exemplos: embalagem dificulta a saída do produto,

embalagem inadequada para manuseio ou condicionamento do produto, embalagem propicia sobra de produto;

- Incompatibilidade: assuntos relacionados à interação entre o produto, embalagem e objetos. Exemplos: produto provocou manchas na roupa, produto danificou objeto;

- Desempenho: reclamações em que as características, comportamento ou rendimento de um produto diferem dos requisitos da empresa e/ou das expectativas do cliente. Exemplos: bala de batom derretida, mina de lápis quebrada, fragrância alterada, gosto ruim;

- Processo: assuntos relacionados às etapas de fabricação e envase do produto. Exemplos: descompactação de pós, quantidade de produto inferior ao especificado, embalagem não corresponde ao produto.

### 5.3.2 Reclamações de segurança dos produtos (conseqüências adversas):

Compreendem todas as reclamações referentes a ocorrências não esperadas durante ou após o uso do produto. São divididas:

- Reações: efeito inesperado e indesejável à utilização de um produto. Exemplos: sensibilidade ao produto, surgimento de acnes, manchas, aumento da oleosidade, caspa;

- Acidentes: situações em que o consumidor sofre acidente durante o manuseio do produto. Exemplos: ingestão do produto ou ferimentos com a embalagem.

### 5.3.3 Reclamações de eficácia dos produtos (desempenho):

Compreende todas as reclamações referentes ao desempenho do produto durante a utilização do mesmo. São divididas:

- Efeito indesejado: efeito indesejável à utilização do produto relacionado ao seu desempenho e não a sua segurança. Exemplos: deixa resíduo, esfarela, borra a cor do cabelo;

- Falta de Eficácia: não atende a expectativa dos clientes ou situações em que o resultado do produto é diferente do proposto. Exemplos: shampoo com apelo de maciez e o cabelo ficou ressecado, batom de longa duração que ficou pouco tempo na boca.

#### 5.4 Análise das reclamações

As reclamações recebidas pelos canais de atendimento são analisadas sob os aspectos qualitativos e quantitativos. Essas análises permitem conhecer o perfil dos produtos e estabelecer índices aceitáveis de reclamações.

##### 5.4.1 Análise qualitativa do processo de Cosmetovigilância

Todas as reclamações relacionadas à segurança/eficácia recebidas pelo CRC passam por análise qualitativa, na qual são lidos os relatos e as respostas obtidas dos questionários investigativos, informações sobre reexposição do produto e avaliações médicas quando presentes, tentando-se estabelecer assim o nexos causal com o produto. Somente as reclamações que vem com dados incompletos, como por exemplo, sem o nome do produto são consideradas como não relevantes.

Em casos de reações de maior gravidade, ou quando necessário para melhor investigação de um dado caso, um profissional médico dermatologista contratado pela empresa oferece consultoria para auxílio específico a esse processo, estabelecendo contato com o médico do consumidor reclamante para a investigação das causas relatadas, em busca da relação de nexos causal e melhor entendimento do caso. Emite também, quando solicitado, pareceres para subsidiar as análises críticas do processo de Cosmetovigilância.

Os dados da análise qualitativa são compilados em um relatório mensal. Isso permite identificar padrões de reclamações para um dado produto, o que pode ser um indicativo de problema com o mesmo. Se necessário, este item passa a ser monitorado. Essas informações também auxiliam no desenvolvimento de produtos mais seguros e eficazes.



#### 5.4.2 Análise quantitativa do processo de Cosmetovigilância

Trata-se da análise das reclamações relacionadas à segurança, eficácia e queixas técnicas dos produtos, recebidas de todos os canais de atendimento. É realizada com o uso do índice de reclamações, calculado em PPM, conforme fórmula a seguir:

$$\text{Número de reclamações/volume de vendas varejo} * 10^6.$$

Esse índice expressa a quantidade de reclamações por milhão de produtos vendidos, proporcionalizando esses valores. Uma vez que o volume de vendas é alto e o de reclamações é baixo, o resultado da divisão é expresso em PPM para ficar com algarismos significativos e facilitar as análises. A análise tem periodicidade mensal e avalia o comportamento das reclamações dos produtos.

Para realizar a análise quantitativa, os produtos são agrupados em categorias e subcategorias, conforme a similaridade entre cada tipo de produto, da seguinte maneira:

- Categoria cuidados com a pele: composta por cremes e loções hidratantes. Possui as seguintes subcategorias:

Cuidados com a pele corpo: produtos destinados ao uso em todo o corpo;

Cuidados com a pele infantil: produtos destinados para o público infantil;

Cuidados com a pele rosto: cremes específicos para área do rosto.

- Categoria perfumaria: composta por colônias e óleos corporais perfumados

Possui as seguintes subcategorias:

Perfumaria infantil: produtos destinados para o público infantil;

Perfumaria feminina: produtos destinados para o público feminino;

Perfumaria masculina: produtos destinados para o público masculino.

- Categoria complementares: composta por diversos produtos de cuidados pessoais. Possui as seguintes subcategorias:

Barba: produtos para fazer a barba como espuma, gel e loção pós-barba;

Cabelo: shampoos e condicionadores;

Perfumação de ambientes: perfumadores de ambientes;

Proteção solar: loções, óleos e cremes específicos para proteção solar;

Sabonetes: Sabonetes líquidos e em barra.

- Categoria Maquiagem: composta por produtos de maquiagem. Possui as seguintes subcategorias:

Maquiagem boca: batons, brilhos labiais, lápis para contorno da boca;

Maquiagem olhos: máscara para os olhos, sombras e lápis para contorno dos olhos;

Maquiagem rosto: bases para o rosto, pós e corretivos faciais;

Maquiagem unhas: esmaltes;

Maquiagem multifuncional: paletes de maquiagem.

- Categoria desodorante: composta por desodorantes. Possui as seguintes subcategorias:

Desodorante aerossol: desodorantes com jato seco e válvula aerossol,

Desodorante creme: desodorantes em creme;

Desodorante roll-on: desodorantes com embalagem do tipo roll-on;

Desodorante spray: desodorante colônia com válvulas de pressão do tipo spray.

- Categoria Outros: composta por produtos que não se encaixam nas categorias anteriores, como brindes, acessórios e itens promocionais.

O acompanhamento das reclamações é realizado graficamente no relatório mensal. Os gráficos mostram a evolução do indicador de reclamação em PPM de cada um dos assuntos (queixa técnica, desempenho e consequência adversas) divididos em cada categoria e subcategoria com período mensal.

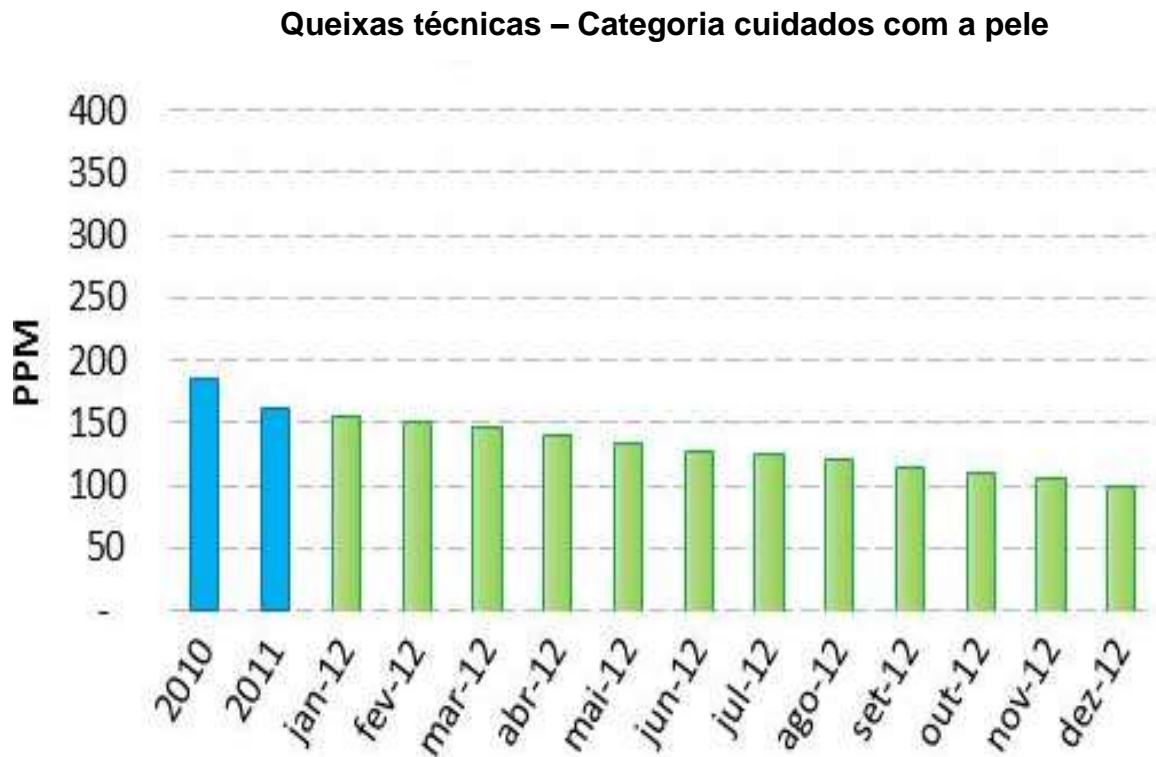


Gráfico 1. Exemplo de gráfico da análise quantitativa

### 5.5 Análise crítica

As análises críticas são divididas pelo grau de impacto causado pelo manifesto ao consumidor. Assim, manifestações relacionadas à Segurança e Eficácia são avaliadas qualitativamente e quantitativamente. Já os manifestos relacionados à Queixa Técnica são analisados quantitativamente e, caso a análise quantitativa do mês apresente resultados de PPM acima dos valores de referência, uma análise crítica é realizada relacionando os assuntos das reclamações e os produtos reclamados, para avaliar a causa dos resultados fora de tendência.

A análise crítica é divulgada para outras áreas da empresa com periodicidade mensal por meio de relatório de cosmetovigilância.

## 5.6 Parecer de Cosmetovigilância

Caso haja necessidade, as reclamações consideradas relevantes pela análise crítica são encaminhadas ao Comitê de Cosmetovigilância para ciência, deliberação e tomada de ações corretivas ou preventivas. As reuniões do comitê têm periodicidade trimestral. Em caso de reclamações de produto comnexo comprovado de risco a segurança, ou mesmo quando se julgar necessário, pode haver convocação de reunião extraordinária para discussão do caso e das medidas a serem adotadas, sendo imprescindível a emissão de parecer.

O comitê é composto por representantes das áreas diretamente responsáveis pela segurança e qualidade dos produtos. Os representantes fixos do comitê são:

- Diretor da área de Operações da empresa;
- Gerente da área de Avaliação Técnica e Regulatória;
- Gerente da área de Garantia da Qualidade;
- Responsável técnico da empresa.

Além dos representantes fixos, representantes de outras áreas podem ser convocados para auxiliar na tomada de decisões, de acordo com o assunto a ser abordado.

## 5.7 Tomada de ação

As ações corretivas e preventivas podem ser solicitadas utilizando-se dos relatórios mensais ou através das reuniões do comitê de cosmetovigilância. As áreas envolvidas devem ser comunicadas para elaboração e execução do plano de ação.

A efetividade das ações será monitorada pelo comitê de cosmetovigilância. O acompanhamento do item no mercado e pareceres subsequentes demonstrará o grau de assertividade das ações.

As ações corretivas ou preventivas podem contemplar:

- Modificação de informações da rotulagem (modo de uso, inclusão de advertências);
- Publicação de alertas e orientações para uso;

- Revisão dos ingredientes utilizados e suas concentrações;
- Alteração de formulação e/ou embalagem;
- Acompanhamento de produto no mercado;
- Recolhimento de produto do mercado (*recall*);
- Suspensão de venda do produto.

#### 5.8 Armazenamento de dados

Os relatórios mensais de cosmetovigilância são armazenados e disponibilizados para consulta no portal intranet da empresa.

## 6 DISCUSSÃO E RESULTADOS

A detecção de um problema de qualidade ou de formulação de um produto proveniente das reclamações do consumidor ocorre, geralmente, meses após a fabricação do produto. Isso se dá em função da cadeia produtiva. Depois de ser fabricado, o produto passa por um período de aprovação da qualidade até ser liberado para distribuição. Na sequência, é enviado para o Centro de Distribuição que fica a aproximadamente duzentos quilômetros da fábrica. No Centro de Distribuição, os produtos são visualmente inspecionados, separados e enviados para as lojas. Depois de expostos, ainda podem permanecer por algum tempo nas prateleiras, até sua aquisição. Após a compra, algum tempo ainda pode decorrer até o mesmo ser utilizado, sendo possível a ocorrência de alguma eventualidade que leve o consumidor a entrar em contato com a empresa. Situação idêntica ocorre na verificação da efetividade de uma ação que foi tomada para corrigir problemas detectados com o produto. Pode se passar um ano ou mais até que os indicadores de reclamação voltem a cair, até atingir um valor considerado aceitável. Dessa forma, um produto que teve algum tipo de problema identificado passa a ser acompanhado por um longo período de tempo.

### 6.1 Identificação de desvios

A análise realizada mensalmente nos relatórios de cosmetovigilância possibilita verificar quando ocorrem desvios na tendência das reclamações. Caso a tendência observada seja de aumento no decorrer de um período consecutivo, é realizada uma investigação mais aprofundada dos dados. Com essa investigação é possível descobrir qual produto pode estar tendo aumento na quantidade de reclamações. Após a identificação do produto, é realizada uma investigação para verificar qual o assunto das reclamações. Identificado o assunto, é possível buscar a causa raiz do problema e definir ações para solucioná-lo. Para exemplificar esse processo, serão demonstrados alguns casos de ocorrências detectadas por meio dos dados de reclamação, e que geraram ações corretivas ou preventivas.

#### 6.1.1 Caso 1: Entupimento de válvula na subcategoria desodorante aerossol

Nos relatórios mensais do ano de 2011 foi verificada tendência de aumento nas reclamações de queixa técnica da subcategoria desodorantes aerossol.

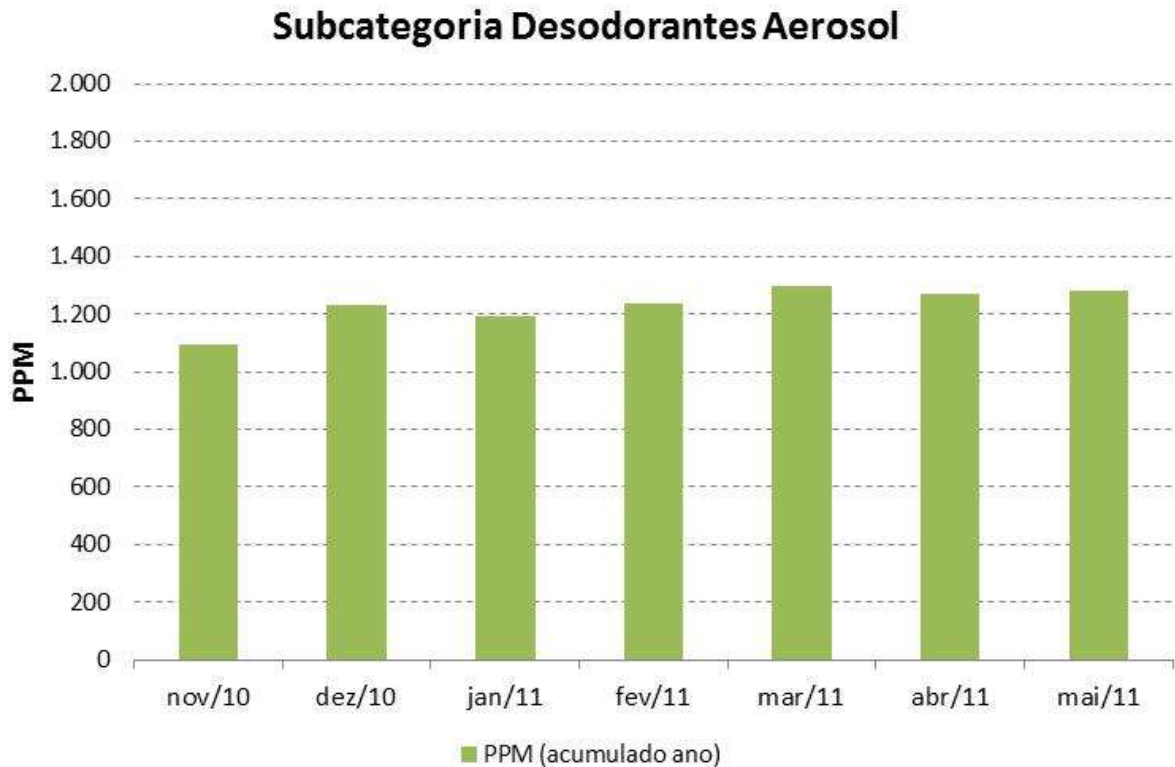


Gráfico 2. Indicador I de reclamação Desodorantes Aerossol

A análise investigativa revelou que a principal reclamação dos clientes era sobre o desodorante cuja válvula não funcionava. A queixa ocorria em todos os produtos da subcategoria, uma vez que todos os desodorantes aerossóis utilizam o mesmo tipo de válvula na embalagem. A formulação dos produtos da subcategoria é similar, sendo que a principal diferença entre eles é a essência. O primeiro passo, antes de investigar a causa raiz do problema, foi verificar se as reclamações procediam. Para isso foram analisadas amostras dos produtos devolvidos. A análise revelou que apenas em uma pequena parcela dos produtos a válvula estava com defeito e não funcionava. Na maioria dos produtos, a válvula estava apenas entupida e com uma simples limpeza com água morna, o dispositivo voltava a funcionar. Pelo fato de o produto ser jato seco, ele é composto de uma mistura de sólido (pó) em gás inerte propelente, que produz o jato e dispersa suas partículas durante a aplicação nas axilas. O produto em pó pode se agregar e formar grumos. Esses grumos se desmancham ao agitar-se o recipiente antes da aplicação, evitando o

entupimento da válvula. Tais aspectos demonstraram que o principal problema ocorria devido o uso inadequado do produto pelo consumidor, pois no rótulo estava escrito que o mesmo deveria ser agitado antes do uso. Com base nesses dados, as seguintes ações foram definidas para tratar a ocorrência:

- **Mudança na rotulagem:** A frase “Agite antes de usar” foi evidenciada no rótulo da embalagem. A frase foi posicionada em um local de maior destaque e escrita com uma fonte de tamanho maior.
- O texto informativo sobre a lavagem da válvula, no caso de entupimento, foi adicionado às informações do rótulo.
- Para promover mudança no comportamento do consumidor, as vendedoras das lojas foram treinadas para instruir o comprador sobre o uso correto do produto. As atendentes dos canais de reclamação também foram treinadas para informar o consumidor sobre o uso correto, e sobre o procedimento da lavagem da válvula, que deve ser realizado antes da tentativa de troca do produto.

O acompanhamento do indicador de reclamação no gráfico 3 mostra que a ação foi eficaz, pois o indicador apresenta tendência de queda das reclamações.

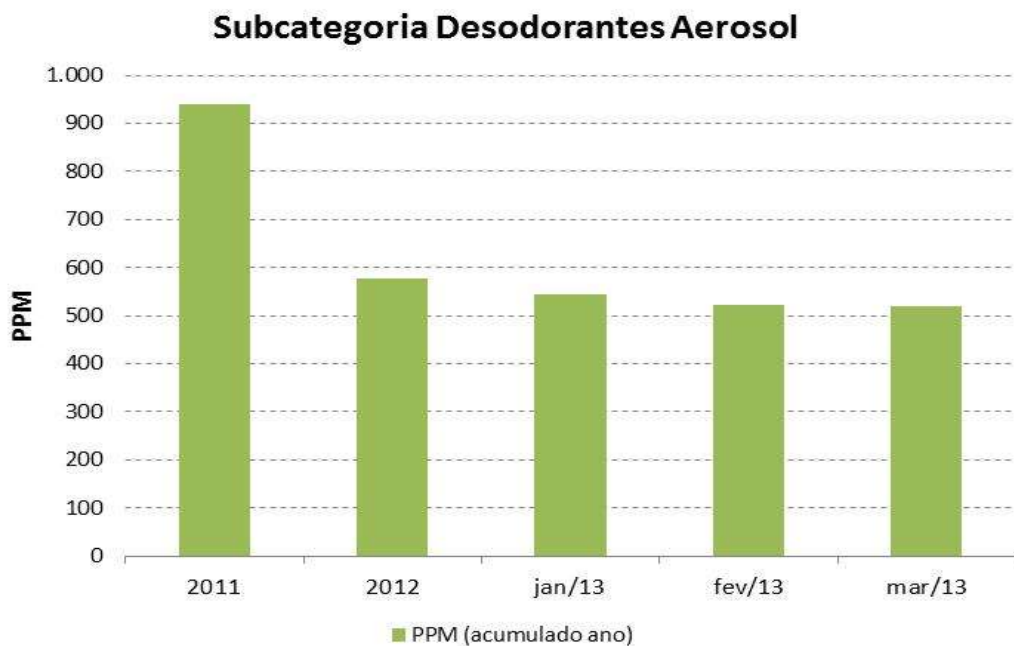


Gráfico 3. Indicador II de reclamação Desodorantes Aerosol

#### 6.1.2 Caso 2: Sensibilidade com o uso de demaquilante

Em abril de 2011, a empresa lançou no mercado um demaquilante para a área do rosto. Logo após o lançamento do produto, foi verificado nas análises



mensais qualitativas que o mesmo gerou reclamações de reações adversas, sendo a reclamação “causou sensibilidade”. Os clientes relatavam principalmente reações de ardência na área dos olhos e rosto ao utilizar o produto. Para a empresa, as manifestações descritas seguiam o padrão esperado para um demaquilante e não apresentavam gravidade (de acordo com a avaliação de médico dermatologista) e desapareciam ao suspender o uso do produto. Apesar disso, as reclamações sobre o produto passaram a ser monitoradas. Com isso verificou-se que o produto apresentava índice crescente de reclamação, com PPM acima de 1200. O gráfico a seguir mostra a evolução do indicador de reclamação do produto:

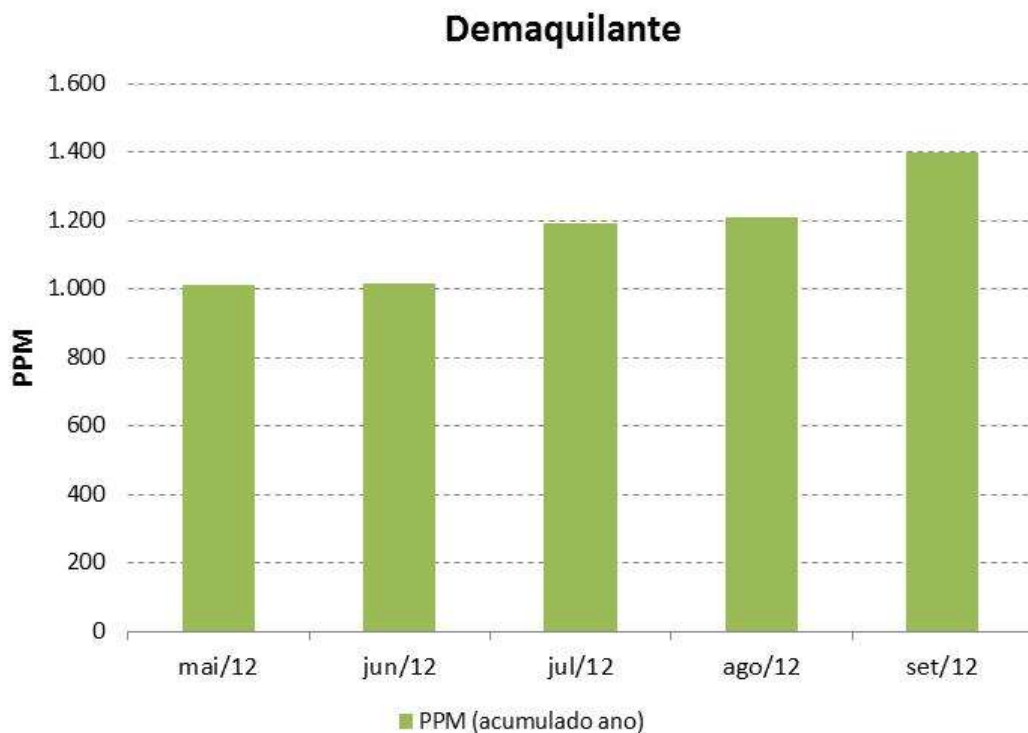


Gráfico 4. Indicador de reclamação de Demaquilante

Esse valor foi considerado muito alto para os padrões de reclamação estabelecidos pela empresa, pois o produto similar usado como referência (um demaquilante bifásico de outra linha) apresentava em média o valor de 200 PPM. Nos testes clínicos de segurança e eficácia realizados na fase de desenvolvimento de produto, algumas voluntárias relataram reações adversas, porém consideradas sem gravidade e dentro do esperado, razão pela qual foi autorizado o lançamento do mesmo. Para verificar o porquê do produto apresentar índices altos de reclamação, foi realizada uma análise investigativa. Observou-se que no rótulo, abaixo do nome

do produto, havia uma inscrição de que era destinado às peles sensíveis e removia totalmente a maquiagem a prova d'água. Com a análise, constatou-se que essas inscrições geravam duas situações colaboradoras para o índice de reclamação:

- Direcionado para pessoas com pele sensível – essa recomendação levava pessoas com pele sensível - e até mesmo com problemas de pele -, a comprarem o produto com a expectativa de que não ocorreriam reações adversas. Esse público tende a apresentar maior incidência desse tipo de problema, e, conseqüentemente, de reclamações;

- Retira toda a maquiagem – avaliou-se que a consumidora esfregava o produto nos olhos até a retirada de toda a maquiagem. Essa ação poderia levar a uma fricção excessiva, o que ocasionava maior número de relatos de ardência nos olhos.

O resultado da análise investigativa foi discutido em reunião com o comitê de cosmetovigilância, convocado em caráter extraordinário para tratar do problema. Após a discussão dos dados apresentados, concluiu-se pela retirada do produto de linha. Foram adotadas as seguintes ações preventivas, para evitar essa ocorrência:

- Não utilizar essa formulação em novos lançamentos;
- Criação de diretrizes para desenvolvimento de produtos com apelo de ação hipoalergênica e para peles sensíveis. Definiram-se testes clínicos mais específicos para produtos destinados a esse público.

### 6.1.3 Caso 3: Recrave solto em desodorante colônia feminino

No início de 2011, verificou-se um aumento no índice de reclamações de queixas técnicas na categoria perfumaria. A principal reclamação foi “válvula com recrave solto ou frouxo”. O produto que mais impactou para o crescimento do Índice de Reclamação na Categoria Perfumaria, foi um desodorante colônia feminino, devido a sua variação crescente em 2011.

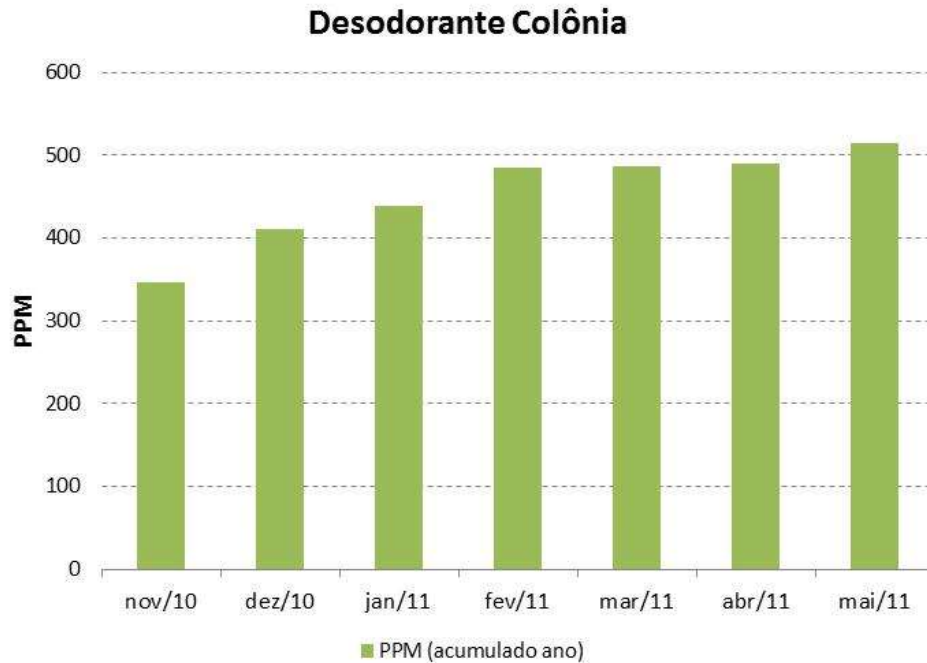


Gráfico 5. Indicador I de reclamação de desodorante colônia feminino

Realizou-se uma análise investigativa para buscar a causa raiz do problema. Os relatos dos clientes, na maioria dos casos, descreviam que ao tentar-se remover a tampa, todo o conjunto da válvula era arrancado. Para simular essa situação, foram realizados testes de tração com a tampa e a válvula para verificar como se comportavam os componentes em diferentes temperaturas. Os testes de tração indicaram correlação positiva entre a temperatura e a tração, e entre a tampa e a válvula. Com a variação da temperatura, ocorria expansão do polímero de que a tampa era feita, influenciada pelo pigmento utilizado para colorir o polímero. O polímero utilizado na tampa era o Surlyn®, um plástico cristalino produzido pela DuPont™. Essa expansão causava uma alta tração entre a tampa e a válvula. Ao tentar abrir o perfume, todo o conjunto era arrancado porque a tampa não se soltava da válvula.

O resultado da análise investigativa foi discutido com o departamento responsável pelo desenvolvimento de embalagens da empresa. A ação definida para tratar o problema foi a substituição do polímero da tampa. As tampas feitas de Surlyn® foram substituídas por tampas confeccionadas em polipropileno (PP), polímero que não apresentou problema nos testes de tração.

O acompanhamento do indicador de reclamação mostrado no gráfico 6 mostra que a ação foi eficaz, pois o indicador apresenta tendência de queda das reclamações.

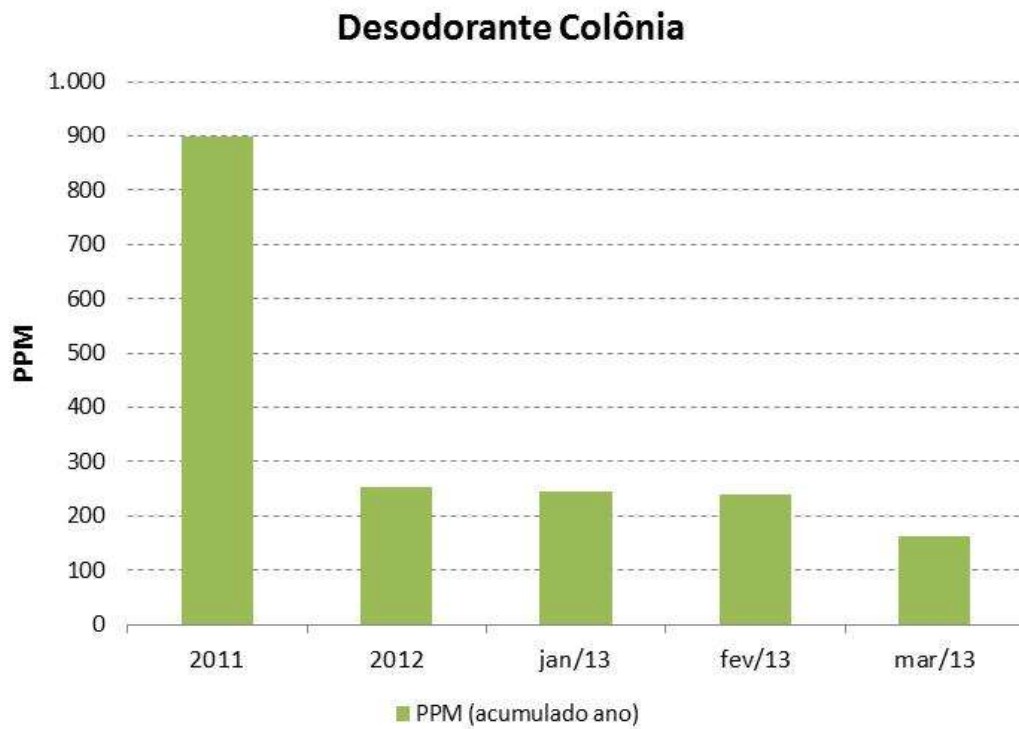


Gráfico 6. Indicador II de reclamação de Desodorante Colônia Feminino

## 7 CONCLUSÃO

A padronização do processo de tratamento de reclamações de clientes tem real importância, uma vez que seu objetivo é acompanhar as tendências de um mercado em constante crescimento e cada vez mais competitivo.

Com a revisão bibliográfica de legislações e normas foi possível apresentar as etapas do processo de tratamento de reclamações, utilizando-se, como exemplo, uma indústria de cosméticos. Dessa forma, esse trabalho pode ser usado como um guia para implantação do processo em uma indústria do ramo.

Portanto, para eficácia desse processo na indústria estudada, todos os setores estavam comprometidos em seguir os regulamentos internos, que obrigatoriamente foram desenvolvidos com base nas normas e leis descritas neste trabalho. Assim, a indústria garante a qualidade dos seus produtos e serviços, e a segurança e saúde dos seus consumidores.

Os exemplos e casos apresentados demonstram um padrão elevado de exigência dos clientes. Em contrapartida, a indústria se vê obrigada a aprimorar continuamente seus processos. Torna-se claro, então, que o acompanhamento das reclamações, além de ser utilizado no cumprimento da legislação, pode melhorar a qualidade dos produtos na tentativa de suprir as expectativas e a satisfação dos clientes. Esse aspecto valoriza a imagem da empresa e garante sua longevidade no mercado.

## 8 REFERÊNCIAS

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS - ABNT NBR ISO 10002 **Gestão da Qualidade — Satisfação do Cliente — Diretrizes para o tratamento de reclamações nas organizações**. 1ª. Edição 30/12/2005

BEHRENS, Isabela; CHOCIAI, Jorge Guido **A Cosmetovigilância como instrumento para a garantia da qualidade na indústria de produtos cosméticos** Visão Acadêmica, Curitiba, v.8, n.1, Jan. – Jun./2007.

BRASIL. Ministério da Saúde. Agência Nacional de Vigilância Sanitária. **Portaria nº 348 de 18 de Agosto de 1997**. Determina a todos estabelecimentos produtores de Produtos de Higiene Pessoal, Cosméticos e Perfumes, o cumprimento das Diretrizes estabelecidas no Regulamento Técnico – Manual de Boas Práticas de Fabricação para Produtos de Higiene Pessoal, Cosméticos e Perfumes. Disponível em <<http://www.anvisa.gov.br/e-legis>>. Acesso em: 10 jan. 2013.

BRASIL. Ministério da Saúde. Agência Nacional de Vigilância Sanitária. **Resolução RDC nº 332 de 01 de dezembro de 2005**. As empresas fabricantes e/ou importadoras de Produtos de Higiene Pessoal Cosméticos e Perfumes, instaladas no território nacional deverão implementar um Sistema de Cosmetovigilância, a partir de 31 de dezembro de 2005. Disponível em: <<http://www.anvisa.gov.br/e-legis>>. Acesso em: 08 jan. 2013.

BRASIL. Ministério da Saúde. Agência Nacional de Vigilância Sanitária. **Resolução RDC nº 79 de 28 de agosto de 2000**. Definição de Cosméticos e classificação de produtos. Disponível em: <<http://www.anvisa.gov.br/e-legis>>. Acesso em: 08 jan. 2013.

BOSCH, Verónica González; ENRÍQUEZ Francisco Tamayo. **TQM and QFD: exploiting a customer complaint management system**. International Journal of Quality & Reliability Management, Vol. 22, p.30 – 37, 2005.

CANAVEZ, Marcio de Jesus M. **O uso da nanotecnologia nas empresas: Um estudo de caso no setor de cosméticos**. Monografia (especialização) – Universidade Federal do Paraná, 2011.

CARVALHO, M. M. **Gestão da qualidade: teoria e casos**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

CLARK, Moira; CANHOTO, Ana. **The State of Complaint Management Research – Review and Research Directions**. Academy of Marketing Conference, Liverpool, UK, 2011.

CERQUEIRA NETO, E. P. **Preconceitos da Qualidade – em um ambiente de mitos**. Rio de Janeiro: Imagem, 1992.

EUROMONITOR INTERNATIONAL. Disponível em:  
[http://www.euromonitor.com/Euromonitors\\_2008\\_cosmetics\\_and\\_toiletries\\_data\\_reveals\\_new\\_country\\_ranking](http://www.euromonitor.com/Euromonitors_2008_cosmetics_and_toiletries_data_reveals_new_country_ranking), 2008 Acesso em: 10 jan. 2013.

FERNANDES, Daniel Von der Heyde; SANTOS, Cristiane Pizzutti dos. **A recuperação de serviços como ferramenta de relacionamento e seu impacto na confiança e lealdade dos clientes**. Rev. adm.empres., São Paulo, v. 48, n. 1, Mar. 2008.

Hughes, S.; Karapetrovic, S. , **ISO 10002 Complaints Handling System: A Study**. The International Journal of Quality & Reliability Management, vol. 23, n.º 9; p. 1158; 2006.

ISO 10002 Disponível em :  
<[http://www.iso.org/iso/home/store/catalogue\\_tc/catalogue\\_detail.htm?csnumber=35539](http://www.iso.org/iso/home/store/catalogue_tc/catalogue_detail.htm?csnumber=35539)> Acesso em: 15 mar. 2013.

LAS CASAS, A. L. **Qualidade Total em Serviços**. São paulo: Atlas, 1999.

NORMANN, R. **Administração de Serviços: Estratégia e liderança na empresa de serviços**. São Paulo: Atlas, 1993.

OLIVEIRA, OJ. **Gestão da qualidade: tópicos avançados**. books.google.com, 2006.

SILVA, Vivian de Oliveira V. **Estratégias da Produção Frente às novas tendências na Indústria de Cosméticos**. Monografia (especialização) – Universidade Candido Mendes, 2004.

STEPHENS, N.; GWINNER, K. **Why Don't Some People Complain? A Cognitive-Emotive Process Model of Consumer Complaint Behavior**. Journal of the Academy of Marketing Science. Vol. 26, No. 3.1998.

SANTOS, Cristiane Pizzutti dos; ROSSI, Carlos Alberto Vargas. **O Impacto do gerenciamento de reclamações na confiança e na lealdade do consumidor.** Rev. adm. contemp., Curitiba, v. 6, n. 2, Aug. 2002.

STAUSS, Bernd; SEIDEL, Wolfgang. **Complaint Management in Retailing.** Service Management. Springer New York, p. 207-230, 2012.