

Universidade dos Açores e
Instituto Superior Técnico (UTL)

Exame de
GESTÃO DA QUALIDADE

Mestrado em «*Gestão Estratégica e
Desenvolvimento do Turismo*»
Regente: Prof. Miguel Casquilho

Ano lectivo: **2002/03**

Data: *06 de Junho de 2003*

Observações

1. Exame individual, com consulta. O exame é feito mediante este enunciado posto na Internet, a resolver fora de aula. Duração: **120h, sem tolerância**, a contar das 18h da Data (acima indicada). *Atenção*: serão válidas outras condições se forem dadas no sítio Internet da cadeira, sob <http://alfa.ist.utl.pt/~mcasquil>.
2. Envie a resolução para o regente em conformidade com prazo e condições indicados.
3. Seja conciso e cuide a apresentação! A **apresentação** do exame é cotada.
4. Comece por indicar o seu **Nome** (completo).
5. **ATENÇÃO** Resolva só **três** Problemas, sendo um e só um dos Problemas **A** e **C**. Pode também haver alíneas postas em alternativa.
6. Não esqueça que o exame é pessoal: evite, pois, coincidências excessivas entre o seu exame e outros.

Cotação

Problemas	A	B	C	D	Apresen- tação
(valores)	6	6	6	6	2
<i>Totais:</i>		(3 × 6)		(2)	20

· Problema A

Escolha *a*) ou *b*).

a) (Tamanho sugerido, 1 página, máximo 2) Não abundam as referências ao turismo nas revistas gerais sobre Qualidade, pelo menos a julgar pela *Quality Progress* —que propomos—, da ASQ. Ainda assim, pesquise os sumários desta revista (veja na página Internet da cadeira o “link” “ASQ InfoSearch”, sumários da *QP* em acesso livre), no corrente ano de 2003, e elabore um texto que advogue a Qualidade no turismo. (Pode preferir outras fontes.) O texto teria em vista influenciar a administração da empresa sobre a necessidade de evolução no sentido da Qualidade.

Notas: (*a*) Além dos sumários referidos, a *QP* disponibiliza habitualmente um artigo para consulta livre por cada número mensal da revista. (*b*) Nos números (cinco ou seis) já publicados este ano, há (pelo menos) um “link” quebrado, mas o artigo afectado não tem especial interesse.

b) (Tamanho sugerido, 2 pág., máx. 3) Resuma o texto “Quality Standards” da World Tourism Organization (WTO), sito em

<http://www.world-tourism.org/quality/standards.html>

ou, através da página principal da WTO,

<http://www.world-tourism.org>

seguindo “Quality in tourism development” e “Destination, product and service quality standards”.

· Problema B

Resolva todas as alíneas (cotações idênticas).

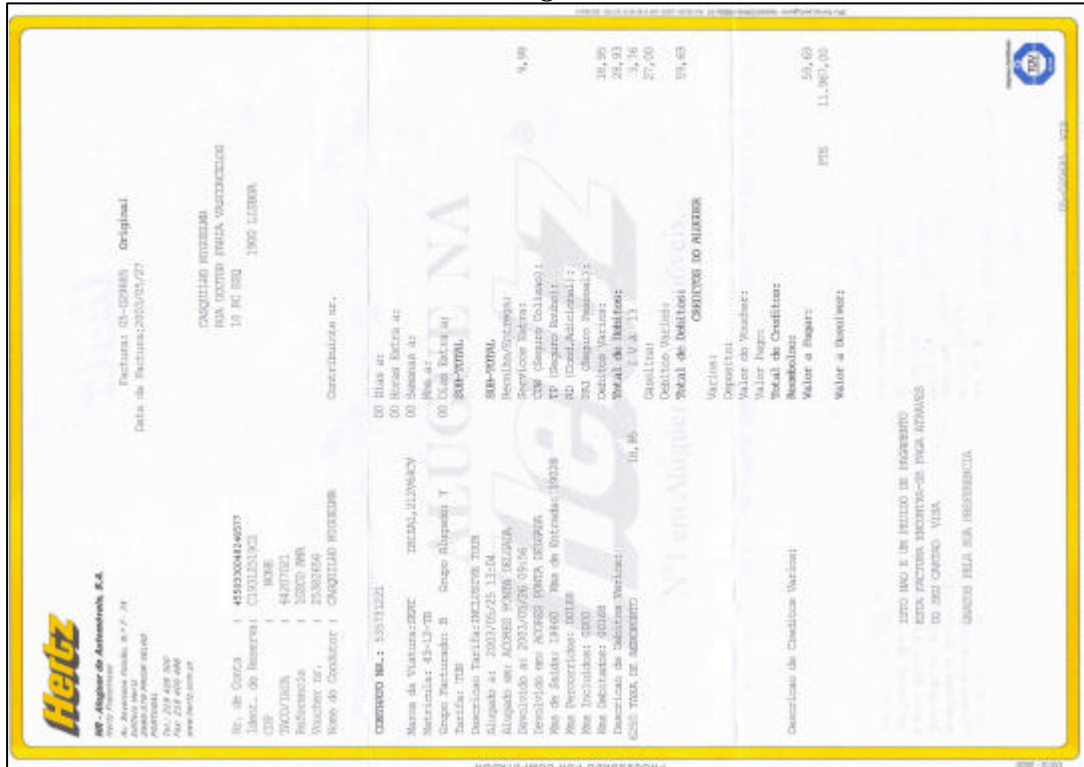
a) (Máx., 1 pág.) Procure na Internet o sítio (“site”) dum estabelecimento hoteleiro (com dormidas), português (de preferência), e comente os vários aspectos encontrados, tendo em mente a Qualidade. Contemple as duas perspectivas de: *características concretas* (a inferir) do estabelecimento e *aspectos do próprio sítio Internet*. (Seria conveniente que o mesmo estabelecimento não fosse adoptado por outro aluno. Se não o puder garantir, seja, ao menos, pessoal.) Pode, alternativamente, seleccionar mais do que um estabelecimento e fazer também comparações.

b) (Máx., 1 pág.) Critique, nas perspectivas da alínea anterior, um empreendimento — nomeadamente, de produção de vinho do Porto— que tem uma componente turística, através do seu sítio Internet em <http://quintademarrosos.e-mercatura.net>.

c) (Máx., 1 pág.) Observe e comente criticamente a Factura da empresa Hertz dada na Internet e anexa ao enunciado e também reproduzida (em baixa resolução, apenas para referência) na *Fig. 1*. (Foi alterado manualmente o designado «Nr. de Conta», mas mantém o mesmo género.)

Nota: Existem duas versões da *Figura* na Internet, «normal» e «reduzida». Sugere-se a inspecção da primeira, no écran, pois que a segunda, imprimível em uma página A4, se ressentiu do design do original (tinta cinzenta).

Fig. 1



• **Problema C**

Em estabelecimentos hoteleiros numa certa cidade, foram detectados e inventariados vários problemas, com ou sem intervenção dos clientes, listados supostamente por ordem cronológica na *Tabela 1*. Para um período de um ano, atribua *número* (ou *percentagem*) de ocorrências e *custo* a cada problema e aplique a técnica de Pareto, no sentido do ataque aos problemas referidos.

Utilize o Excel para este problema. A atribuição dos números de ocorrências e dos custos não é crítica (embora seja bem-vinda alguma razoabilidade). Convém que os custos sejam, pelo menos no início e no fim, dados em euros e em contos (símbolos «€» e, sugerido, «c»), fazendo 1 c = 5 €

Tabela 1

A	A porta principal, de abertura automática, abre-se demasiado lentamente.	G	Os interruptores não apagam todos para o mesmo lado.
B	A fechadura da porta dos quartos abre-se em sentido contrário ao que é lógico.	H	O selector de chuveiro não se consegue comandar com mãos ensaboadas.
C	O comando da TV é confuso e tem botões inúteis.	I	O frigorífico do mini-bar está confinado e aquece muito por fora.
D	O comando do ar condicionado é confuso.	J	Aparecem centopeias.
E	O interruptor de luzes junto à cama não apaga todas as luzes do quarto.	K	Os produtos disponíveis para pequeno almoço não estão identificados.
F	O lavatório é demasiado alto e perde a água (em 2 min.) por mau funcionamento da válvula automática.		

Nota: Estão reunidos problemas, todos reais, de duas unidades hoteleiras de P. D.. Vários dos problemas foram comuns às duas; e a lista está abreviada a talvez metade das anomalias.

· Problema D

Um hotel compra frequentemente laranjas a um fornecedor que lhas vende em embalagens de conteúdo nominal 2,5 kg. A quantidade deve-se situar entre 2,43 kg (condição da parte do comprador), com AQL = 1,5 %, e 2,60 kg (da parte do vendedor), com AQL = 1 %.

Dum lote encomendado, pesou-se uma amostra com adequado número de embalagens, segundo a norma americana ANSI/ASQC Z1.9-1980 (antiga MIL-STD-414) —equivalente à norma internacional ISO 3951— e obtiveram-se os resultados (em kg) da *Tabela 2*.

Tabela 2

2,48	2,55	2,52	2,53	2,43	2,54	2,51	2,49	2,60	2,49
------	------	------	------	------	------	------	------	------	------

- a)* (Cotação, 85 %) Determine, através desta amostra, a aceitabilidade da encomenda («aceite» ou «rejeitada»).
- b)* (Cotação, 15 %) Suplementarmente, ache um outro limite do interesse do *vendedor* que invertesse a aceitabilidade obtida na alínea anterior.

