

RESUMO

Esta dissertação pretende contribuir para a discussão da utilização da Análise do Valor num mundo empresarial cada vez mais competitivo e global, e onde a Qualidade irá continuar a desempenhar um papel determinante.

Pretende-se proporcionar um melhor conhecimento da Análise do Valor, suas possíveis abordagens, virtualidades e questões mais importantes inerentes à sua utilização, sendo sugeridas possíveis vias da sua potenciação.

É enfatizada a importância do conceito de valor, assim como a necessidade da focalização no cliente logo na fase de concepção dos produtos, face a uma tendência comportamental que leva o consumidor a exigir cada vez mais a diferenciação, ou seja, produtos com maior valor.

Abordam-se neste trabalho as vantagens da integração da Análise do Valor no sistema de Gestão da Qualidade Total (Total Quality Management), para além dos potenciais benefícios das sinergias resultantes da sua utilização e inter-relações com outros métodos mais usados, como por exemplo o Quality Function Deployment, e que de certa forma incorporam muitos dos seus conceitos e princípios.

É apresentado um exercício de aplicação prática do método num determinado produto de uma empresa nacional, que permitiu aferir conclusões úteis quanto aos objectivos propostos, nomeadamente em termos dos seus pressupostos de aplicação, das dificuldades sentidas e obstáculos a ultrapassar e da relevância da elaboração de um diagnóstico eficaz à empresa e produto sujeitos a uma acção de Análise do Valor.

ABSTRACT

This dissertation intends to contribute for the discussion of the use of Value Analysis in an business world each time more competitive and global, in which Quality will continue to play a determinant role.

It is intended to provide a better knowledge of the Value Analysis, its possible boardings, potentialities and more important questions inherent to its use, being suggested possible ways of its potentiation.

It is emphasized the importance of the concept of value, as well as the necessity of focusing in the customer since the design of the products, towards a trend that takes the consumer to demand each time more differentiation, or either, products with bigger value.

The advantages of the integration of Value Analysis in the Total Quality Management system are approached in this work, as well as the potential benefits resulting from its use and inter-relations with other more used methods, as for example the Quality Function Deployment, and that in a certain way incorporate many of its concepts and principles.

It is presented an exercise of practical application of the method in a product of a national company, which permits to achieve useful conclusions concerning the considered goals, namely in terms of its conditions of application, the difficulties and obstacles to exceed and the relevance of elaborating an efficient diagnosis to the company and product submitted to the action of Value Analysis.