

UMA ABORDAGEM SOBRE OS 4V'S DA PRODUÇÃO

Natalia Silva Ribeiro Delazeri¹Carlos Eduardo Nunes Paraguai²Flavia Gomes²Melissa Aparecida Parra Ramos²Emanuelly dos Anjos Miranda²Diego Oliveira Ribeiro³

Toda busca e exigência dos mercados acabam por incertezas para os administradores, sendo ela, como produzir da melhor maneira possível, gerando menos custos e otimizando o processo. Diante disso, segundo Slack et al. (2008) há 4 dimensões, os chamados 4V's da produção. Portanto, o objetivo desse trabalho será realizar uma abordagem sobre os 4V's. Sendo eles: Volume, variedade, variação da demanda e o grau de contato com o cliente envolvido na produção, que é a visibilidade. Como as organizações se posicionam perante cada uma dessas dimensões influenciará diretamente na produção, como, na padronização, na execução de procedimentos, na sistematização, no tempo de produção e principalmente, no custo da produção. Se aprofundando individualmente em cada uma dessas dimensões, o volume está relacionado a demanda que é atendida pela empresa, ou seja, a quantidade, o fluxo de produtos ou clientes atendidos. Quando falamos de uma empresa cuja o processo de produção possui um grande volume, como por exemplo o BuguerKing, que produz milhares de hamburguês todos os dias, a sistematização do trabalho gera a necessidade do estabelecimento de procedimentos padrões, ou seja, uma especificação de como será o desenvolvimento do produto em cada etapa. Já a dimensão variedade, que é a diversidade de produtos ou serviços executados por determinada empresa, caso essa variedade seja menor consequentemente aumenta o volume de produção, ou o inverso, se a variedade for maior o volume se torna menor, o que torna volume e variedade inversamente proporcionais. Outro ponto relevante é quantidade de colaboradores, caso a variedade seja maior, o nível de

¹ Discente do 5º período do curso de Administração do Centro Universitário de Mineiros (UNIFIMES) – nataliarib2014@gmail.com

² Discente do curso de Administração

³ Docente da Unifimes. Vínculo institucional.

VI COLÓQUIO ESTADUAL DE PESQUISA MULTIDISCIPLINAR
IV CONGRESSO NACIONAL DE PESQUISA MULTIDISCIPLINAR E
III FEIRA DE EMPREENDEDORISMO DA UNIFIMES



2022

16 A 18 DE MAIO

repetição diminui, fazendo com que os colaboradores desenvolvam e executam um maior número de atividades. Além disso, temos a dimensão da variação, que se refere a variação da demanda de determinado produto ou serviço. Por exemplo, produtos que sofrem um aumento ou baixa em determinados períodos, tornando-os sazonais, como ovos de pascoa, roupas de frio, o panetone. Por isso é de suma importância que a empresa entenda como seus produtos interagem no mercado, para que seja feito um planejamento estratégico de produto, para que assim a empresa esteja equipada e preparada para as altas e baixas, fazendo com que a operação varie de acordo com a demanda que é exigida pelo mercado. E por fim, temos a dimensão da visibilidade, que se refere como os clientes enxerga o produto ou como ele está exposto a eles, que varia dependendo do ramo que empresa segue, por exemplo um varejista, sendo uma loja física, estará mais visível do que lojas virtuais. Com a alta visibilidade, o produto sofre uma experimentação maior por parte do cliente, o que agrega valor, outros aspectos que influenciam, são o tempo de atendimento, a percepção do cliente ao atendimento, colaboradores mais habilitados e treinados. Entende-se então que todas as dimensões estão diretamente ligadas aos custos, implicando de diversas maneiras ao processo de produção, sendo essencial para as empresas entender o seu produto e estabelecer o melhor plano de produção, para que seja feita uma otimização o no processo tornando-o mais rentável.

Palavras-chave: Administração. Volume. Variedade. Variação. Visibilidade.