

ANÁLISE DE PRODUTIVIDADE EM UM TRAILER DE PRODUÇÃO DE HAMBÚRGER

Wellington de Melo Cordeiro Júnior (IFMG – Campus Bambuí) wellingtonmcjr.engprod@gmail.com

Éric Martins de Oliveira (IFMG – Campus Bambuí) ericmartins1929@gmail.com

Halef Matheus de Carvalho e Silva (IFMG – Campus Bambuí) halefengprod@hotmail.com

Carlos Roberto de Sousa Costa (IFMG – Campus Bambuí) carlaocbn@bol.com.br

Resumo:

O trabalho aqui apresentado tem como objetivo mostrar um estudo de caso que analisa a produtividade de uma lanchonete do formato trailer, com vistas a identificar a necessidade de implantação e/ou melhorias na gestão do processo de produção de sanduíches como forma de favorecer ao aumento de produtividade, e consequentemente proporcionar o aumento da lucratividade. A empresa estudada situa-se na cidade de Bambuí, no Centro-Oeste do Estado de Minas Gerais. O período analisado foi de quinta a domingo, em que a demanda é maior, e durante 3 (três) semanas. Os resultados obtidos, conforme poderão ser vistos, apontam para uma diminuição da produtividade entre os períodos 2 em relação ao 1, e do 3 em relação ao 2, ao que se pode observar que há a necessidade de planejamento do processo como forma de atender a demanda, compreendendo-se as questões da sazonalidade e utilizando-se do máximo possível da capacidade produtiva, mesmo em períodos de baixa demanda.

Palavras chave: Produtividade, Lanchonete, Administração da Produção.

ANALYSIS OF PRODUCTIVITY IN A HAMBURGER PRODUCTION TRAILER

Abstract

The work presented here aims to show a case study that analyzes the productivity of a trailer format restaurant, with the aim of identifying the need for implementation and / or improvements in the management of the sandwich production process as a way to favor the increase of productivity, and consequently increase profitability. The company studied is located in the city of Bambuí, in the Center-West of the State of Minas Gerais. The period analyzed was from Thursday to Sunday, when demand is higher, and for three (3) weeks. The results obtained, as can be seen, point to a decrease in productivity between periods 2 in relation to 1, and 3 in relation to 2, to which it can be observed that there is a need to plan the process as a way to attend to demand, understanding the issues of seasonality and using the maximum possible productive capacity, even in periods of low demand.

Key-words: Productivity, Cafeteria, Production Management.

1. Introdução

Atualmente na sociedade contemporânea vem existindo um crescimento da competitividade entre as empresas que aumenta de forma progressiva, uma vez que as organizações investem na qualificação de seus produtos. A partir da implementação de uma gestão planejada dos recursos organizacionais, as empresas conseguem alcançar uma otimização dos seus processos que ajuda na minimização de desperdícios de recursos que por sua vez interferem na redução dos gastos financeiros. Para tal finalidade torna-se necessário o emprego do

gerenciamento da produtividade, que contribui decisivamente para determinação da quantidade a ser produzida de um produto sobre um determinado período de tempo. O gerenciamento da produtividade é uma ferramenta que ajuda a criar um sistema padronizado de produção, no qual facilita no atendimento dos pedidos dos clientes, impactando em uma melhoria contínua dos processos, com a utilização dos recursos de forma eficaz, assim maximizando os prejuízos no processo produtivo de uma determinada organização. Ao realizar a medição da produtividade de uma organização constitui-se como um procedimento que permite a empresa compreender até que ponto ela encontra-se eficiente em atender à sua demanda.

A empresa estudada atua na cidade de Bambuí-MG, a mesma se enquadra no ramo de atividade de comércio alimentício, produzindo e comercializando hambúrgueres de várias composições. O microempreendedor é responsável por controlar o orçamento financeiro e pela compra de ingredientes para produção dos lanches. O proprietário do estabelecimento tem dois funcionários que trabalham na terça-feira e quarta-feira, enquanto que nos dias de maior demanda de clientes que são de quinta-feira a domingo o proprietário conta com a ajuda de cinco funcionários que trabalham se revezando entre as tarefas de entrega, produção e venda dos hambúrgueres. A escolha desta empresa foi feita pelo risco que estas atividades podem proporcionar a empresa, visto que não há um planejamento estruturado e eficiente, por esse motivo o comércio pode não ter um bom aproveitamento e consequentemente uma baixa lucratividade.

Esse estudo de Administração da Produção e Serviços 1, aqui proposto tem por finalidade calcular a produtividade dos sanduíches que são mais vendidos nos dias de quinta-feira a domingo, durante o período três semanas, com vistas a apresentar resultados que possibilitem a observância da necessidade de melhorias ou de implantação de um processo de gestão organizacional que vise ao planejamento e controle do processo produtivo.

2. Revisão Bibliográfica

2.1. A administração da produção e seus objetivos

Segundo Peinado et al. (2004, p. 41), “o mundo moderno é constituído de vários tipos de organizações, sem as quais, a sociedade moderna não poderia existir. Por mais diferentes que as organizações possam ser entre si, todas elas possuem atividades semelhantes”.

De acordo com Vila Nova e Ribeiro (2011), a sociedade contemporânea permeada pela globalização e inserida num cenário altamente competitivo, traz consigo uma gama de consumidores cada vez mais exigentes, onde as organizações precisam estruturar-se a fim de manterem inseridas nesse panorama dinâmico. Para isso, as organizações precisam se aliar a um planejamento financeiro competente, integrado a uma produção flexível que vai manter a eficiência e a produtividade, atingindo os resultados com perdas mínimas. A implementação dessa gestão no processo produtivo é um aspecto fundamental às organizações, embora seja um dos maiores desafios. No âmbito da administração da produção, podemos defini-la como a responsável pelo aproveitamento de recursos que vai desde o chão de fábrica até os setores administrativos, sempre em busca de eficiência. A missão é agregar valor ao produto e ou serviço através da redução de custos, aperfeiçoamento da produtividade, melhoria na qualidade, bem como uma logística coerente.

“A administração da produção trata da maneira pela qual as organizações produzem bens e serviços. Tudo o que você veste, come, senta em cima, usa, lê ou lança na

prática de esportes chega a você graças aos gerentes de operações que organizaram sua produção”. (SLACK et al., 2002, p. 17)

Na visão de Slack et al. (2002, p.17) administração da produção é além de tudo, um assunto que trata de problemas atuais, acerca da produção de bens ou serviços.

“A função produção é central para a organização porque produz os bens e serviços que são a razão de sua existência, mas não é a única nem, necessariamente, a mais importante. É, entretanto, umas das três funções centrais de qualquer organização, que são: a função marketing (que inclui vendas)- é responsável por comunicar os produtos ou serviços de uma empresa para seu mercado de modo a gerar pedidos de serviços e produtos por consumidores; a função desenvolvimento de produto/serviço - que é responsável por criar produtos e serviços ou modificá-los, de modo a gerar solicitações futuras de consumidores por produtos e serviços; a função produção - que é responsável por satisfazer às solicitações de consumidores por meio da produção e entrega de produtos e serviços”. (SLACK et al., 2002, p. 32)

Segundo Martins e Laugene (2005, p. 6), as atividades que são desenvolvidas por uma organização visam alcançar seus objetivos em curto, médio e longo prazo, se relacionam entre si, de forma complexa. Diante disso, para os autores Ritzman e Krajewski (2004, p.11), como essas atividades transformam matérias primas e insumos em produtos acabados ou serviços, demandam uma série de recursos que vão agregar valor ao produto final, assim constitui alguns dos principais objetivos da administração da produção e operações, e assim vão ser utilizados para realizar metas e concluir objetivos.

De acordo com Marino (2006), as empresas devem oferecer produtos e serviços que atendam positivamente a necessidade e expectativa do mercado, que sejam úteis para as pessoas, que consigam cobrir os custos e ainda sim garantam o lucro, tendo preços competitivos. Para isso acontecer as organizações precisam conhecer o mercado integralmente saber onde vão atender (nicho de mercado), escolher a melhor estratégia de atuação recursos e tecnologias que são necessárias para a obtenção de produtos, adquirir e controlar a matéria prima, conhecer os concorrentes e utilizar bem as informações para obter sucesso em seu mercado de atuação.

2.2. A produtividade e sua importância enquanto indicador de produção

Os autores Martins e Laugene (2005, p. 13), incutem que a produtividade tem o seu entendimento como uma espécie de relação do preço do produto (bem) ou do serviço com os custos das matérias-primas ou mão de obra necessário para a sua produção. Já Moreira (2006, p.6), quanto mais produtiva é uma empresa, mais resultados ela terá, e isso influenciará no lucro, nas vendas, na visão que o mercado tem sobre esta empresa e em seus funcionários que podem trabalhar melhor entendendo o quanto são importantes para a organização.

Os autores Vila Nova e Ribeiro (2011), também dizem que o cenário empresarial atual relaciona a produtividade como um meio para se atingir a eficácia produtiva. Para que as organizações consigam manter-se intactas no mercado a produtividade é fator crucial e está diretamente ligada ao seu sucesso. O conceito de produtividade é amplo e está intimamente relacionado a todas as etapas do processo de produção. Além de manter ou buscar o aumento da qualidade dos produtos ou serviços, a produtividade vai buscar a diminuição do tempo na etapa de produção, redução dos desperdícios, bem como, vai avaliar o fator quantidade versus qualidade do produto oferecido. Pode-se inferir que em virtude do aumento do cenário competitivo a produtividade das organizações tem aumentado como forma de buscar atender as exigências do mercado, tornando-se necessária para que as organizações se proponham a oferecer o melhor.

A análise dos dados obtidos, foi quantitativa, feita através das fórmulas de produtividade estudadas dentro da disciplina de Administração da Produção e Serviços 1, que de acordo com uma adaptação ao que apresenta Moreira (2014, p.607) podem ser escritas assim:

$$Prod_t = \frac{D_t}{R_t} \quad (1)$$

$$Prod_{x-y} = \left(1 - \left(\frac{Prod_y}{Prod_x}\right)\right) * 100 \quad (2)$$

Onde:

- $Prod_t$ = produtividade no período t;
- D_t = despesas gastas no período t;
- R_t = receita total no período t;
- $Prod_{x-y}$ = produtividade do período y em relação ao período x;
- $Prod_x$ = produtividade no período x;
- $Prod_y$ = produtividade no período y.

A fórmula 1 serve para calcular a produtividade obtida durante cada período analisado, já a 2 relaciona a produtividade de um período com o seu antecessor imediato.

3. Metodologia

Este trabalho consiste em um estudo de caso, em que foi feita uma coleta de dados relacionados com a quantidade de hambúrgueres vendidos no estabelecimento, uma lanchonete no formato trailer, durante a última semana de outubro e primeira semana de novembro de 2016. Considerou-se somente o período de pico (quinta a domingo), e coletou-se também o gasto total neste período anteriormente explicitado.

O presente trabalho tem como finalidade o exercício prático dos conhecimentos e técnicas de análise de produtividade, objeto de estudo da Administração da Produção e Serviços 1, como meio de favorecer o melhor aproveitamento dos recursos através da observação de indicadores de produção que apontam para a qualidade do serviço prestado ou produto elaborado.

Foi abordada uma empresa situada na região de Bambuí, Estado de Minas Gerais, conforme dito anteriormente atua no ramo de produção de sanduíches (hambúrgueres). O próprio microempreendedor é responsável pela produção dos lanches, ele tem 2 auxiliares durante terça e quarta (onde o movimento é menor) e 5 auxiliares durante o período estudado que compreende os dias de maior movimento (quinta a domingo).

A princípio fora feita uma revisão bibliográfica, que consistiu em buscar na literatura as explicações acerca da produtividade e da sua importância na observação da necessidade de gerenciamento dos meios de produção e seu processo. Posteriormente, os dados analisados foram alimentados em uma planilha do Microsoft Excel 2016, onde fora calculado as produtividades por período e comparativa entre dois períodos. As fórmulas 1 e 2 foram as que serviram de base para se fazer os cálculos. Os resultados obtidos, foram analisados e apresentados através de tabelas e gráficos.

4. Resultados e Discussões

Posteriormente à coleta dos dados, os mesmos foram registrados em planilha do Microsoft Excel 2016 afim de que pudessem se tornar informações na qual seriam úteis para indicar se os métodos atuais de planejamento da produção, tendo em vista a demanda, estão sendo satisfatórios para atendê-la e proporcionar uma boa lucratividade para o empreendimento, ou se caso não haja esse tipo de gestão, quais são os resultados disso.

A Tabela 1, mostra qual foi a receita (input) durante o período analisado que fora conforme anteriormente mencionado os 4 (quatro) dias onde se vende mais na semana (quinta a

domingo), durante 3 (três) semanas. Já a Tabela 2, apresenta todos os ingredientes necessários e a quantidade comprada para atender a demanda do período, e o custo total (outputs) gasto na aquisição dos mesmos.

Tabela 1- Inputs Por Período

Período	Receita Total
1	R\$ 7.841,00
2	R\$ 7.894,50
3	R\$ 8.404,50

Fonte: (Autores)

Tabela 2- Outputs Por Período

Ingredientes	Quantidade Período	Unidade (Medida)	Preço no Período	Total Período
Milho	29	latas (2 Kg)	R\$ 10,00	R\$ 290,00
Tomate	24	kg	R\$ 3,50	R\$ 84,00
Alface	48	cabeças	R\$ 1,30	R\$ 62,40
Batata-Palha	46	pacotes (400 g)	R\$ 6,50	R\$ 299,00
Bife de Hamburguer	335	bifes (hamburguer)	R\$ 0,55	R\$ 184,25
Bacon	120	Kg	R\$ 12,80	R\$ 1.536,00
Lombo	15	Kg	R\$ 15,00	R\$ 225,00
Frango	66	Kg	R\$ 8,00	R\$ 528,00
Ovo	375	ovos	R\$ 1,25	R\$ 468,75
Pão de Hamburguer	19	pacotes (16 unidades)	R\$ 25,00	R\$ 475,00
Pão de Forma	6	pacotes	R\$ 4,10	R\$ 24,60
Mussarela	28	kg	R\$ 27,00	R\$ 756,00
Presunto	20	kg	R\$ 12,00	R\$ 240,00
Total Gasto				R\$ 5.173,00

Fonte: (Autores)

Os dados obtidos foram calculados de acordo com as fórmulas 1 e 2 anteriormente descritas, e os resultados obtidos podem ser vistos na tabela abaixo:

Tabela 3- Produtividade

Período	Produtividade
1	65,97%
2	65,53%
3	61,55%
Produtividade 2-1	67,77%
Produtividade 3-2	606,82%

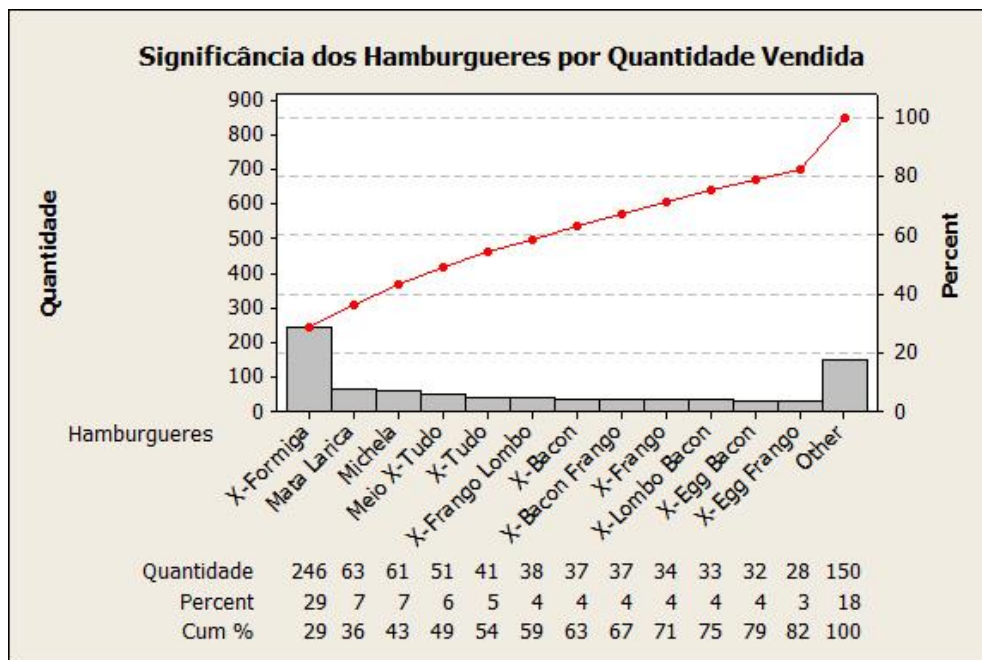
Fonte: (Autores)

Conforme observa-se através dos dados obtidos, houveram quedas na produtividade do período 1 para o 2 (queda de 67,77%) e do 2 para o 3 (queda de 606,82%), isso deve-se ao fato de que o estabelecimento não tem um controle e nem um planejamento da demanda, existe também um fator que dificulta para que as previsões de demanda e planejamento agregado funcionem corretamente, que é a questão da sazonalidade. Por exemplo, essa queda de produtividade, fora constatada pois o primeiro período compreende a última semana do mês de outubro, enquanto que o 2 e 3 foram respectivamente as duas primeiras semanas de novembro, e em geral o movimento em negócios do ramo de comércio alimentício tende a apresentar queda em finais de mês, devido ao fato que o público já gastou grande parte do seu salário e procura evitar os gastos considerados supérfluos, o que em contrapartida no início do mês com o recebimento do salário a demanda aumenta.

A queda de produtividade, por sua vez não indica que o comerciante teve prejuízo durante esses períodos (2 e 3), mas sim que durante o período 1 não fora produzido os lanches dentro da sua capacidade tendo, portanto, uma subutilização de sua capacidade produtiva, que poderia também ser mensurada através de fórmulas de planejamento da capacidade.

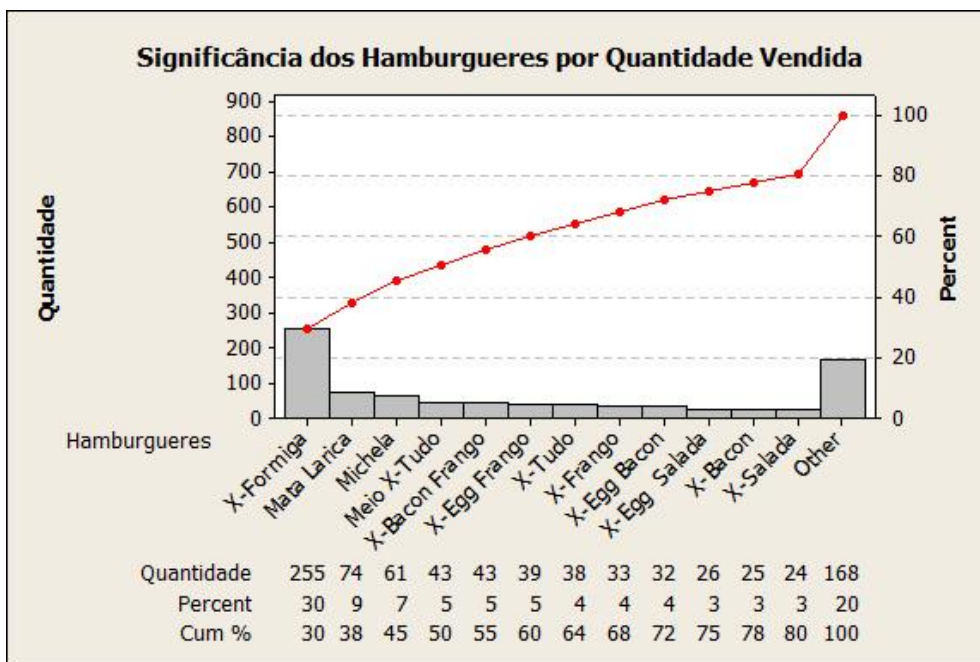
Através deste presente trabalho, fora possível também mensurar quais são os sanduíches mais significativamente importantes para a margem de lucros do empreendimento, aos quais estão dispostos nos gráficos de Pareto a seguir:

Figura 1- Quantidade Vendida Por Sanduíche Período 1



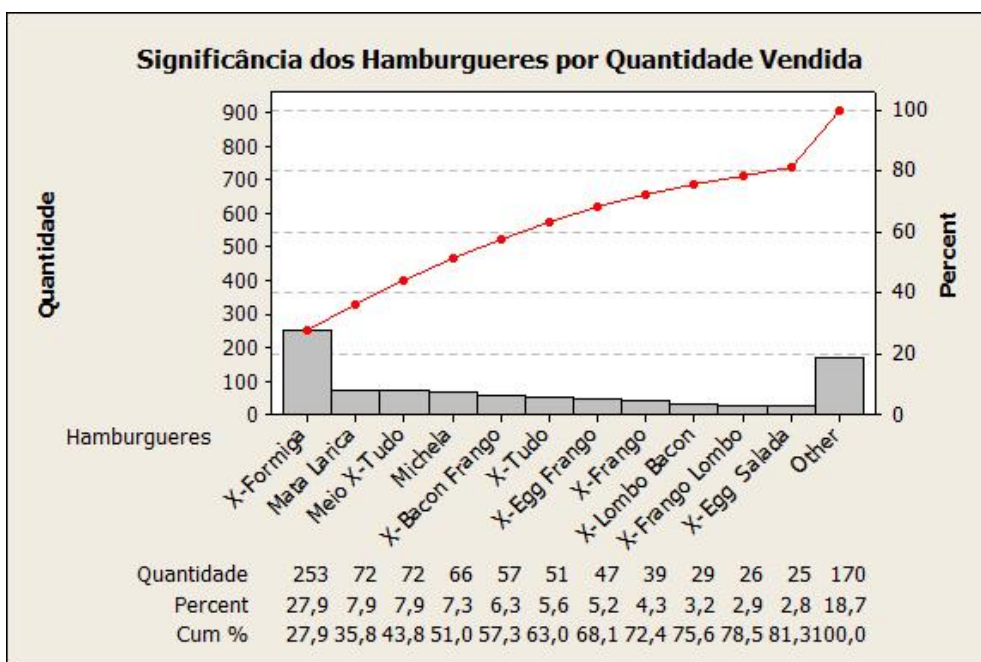
Fonte: (Autores)

Figura 2- Quantidade Vendida Por Sanduíche Período 2



Fonte: (Autores)

Figura 3- Quantidade Vendida Por Sanduíche Período 3



Fonte: (Autores)

Conforme foi visto, pode-se concluir que o X-Formiga é o lanche mais representativo de vendas, tendo ele representado 28,91% no período 1, 29,62% no período 2 e 27,89% no último período. A análise de produtividade e o levantamento de significância, aliados à um

planejamento agregado e a previsões de demanda, controle do fluxo de caixa, gerenciamento do estoque e cadeia de suprimentos, apresentarão resultados capazes de auxiliar ao empreendedor na tomada de decisões gerenciais que corroborem para proporcionar maior lucratividade ao empreendimento e para alinhar a demanda à capacidade de produção. Os resultados obtidos servirão como base para apresentação ao microempreendedor da conscientização para a importância de uma boa gestão e planejamento da produção, e do uso das ferramentas da mesma como forma de proporcionar aumento dos lucros (receita líquida) através do uso consciente dos recursos de produção.

5. Conclusão

Através do trabalho aqui apresentado, pode-se concluir que os indicadores de produtividade são ferramentas importantes para detecção da necessidade de se fazer um bom planejamento do processo produtivo, como forma de viabilizar ao aumento da produtividade, que é o melhor uso dos recursos, consequentemente propiciando ao aumento da receita líquida (lucratividade). É extremamente importante a tomada de consciência do microempreendedor para as questões gerenciais do processo de produção e suprimentos, pois os resultados obtidos através destas ferramentas é que municiarão a tomada de decisões conscientes e seguras. Pode-se notar ainda, que a não observância a essas ferramentas provocam subutilização da capacidade instalada, que consequentemente emperra o desenvolvimento econômico e mercadológico do empreendimento, sendo tais questões vitais ao sucesso do negócio.

Referências Bibliográficas

MARINO, Lúcia. **Gestão da Qualidade e Gestão do Conhecimento: fatores-chave para produtividade e competitividade empresarial**. Anais XIII Simpósio de Engenharia de Produção, nov. 2006.

MARTINS; LAUGENI. **Administração da Produção**. São Paulo: Saraiva. 2005.

MOREIRA, Daniel Augusto. **Administração da Produção e Operações**. São Paulo. Thomson Learning. 2006.

MOREIRA, Daniel Augusto. **Administração da Produção e Operações**. 2. ed. rev. e amp. São Paulo: Cengage Learnig, 2014.

PEINADO, Jurandir; GRAEML, Alexandre. **Administração da Produção (Operações Industriais e de Serviços)**. Curitiba: UnicenP, 2007.

RITZMAN, L; KRAJEWSKI, L. J.; **Administração da produção e operações**. São Paulo: Prentice Hall. 2004.

SLACK, Nigel et al. **Administração da Produção**. São Paulo: Atlas. 2002.

VILA NOVA, Janice; RIBEIRO, Claudete. **Importância da Gestão da Produção e Gerenciamento de Custos em uma Indústria Alimentícia**. Instituto Brasileiro de Profissionais de Supply chain, fev. 2011.